

UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

SINERGIAS QUE AS PLATAFORMAS DIGITAIS PODEM
PROPORCIONAR PARA O DESENVOLVIMENTO DOS
TRABALHOS REALIZADOS PELOS NÔMADES DIGITAIS

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em
Comunicação Digital.

Jordana Cassia Guedes

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

NOVEMBRO 2019



CATÓLICA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

**SINERGIAS QUE AS PLATAFORMAS DIGITAIS PODEM
PROPORCIONAR PARA O DESENVOLVIMENTO DOS
TRABALHOS REALIZADOS PELOS NÔMADES DIGITAIS**

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em
Comunicação Digital.

Jordana Cassia Guedes

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Fátima Patrícia
Nunes da Encarnação Marques Dias Soares**

RESUMO

Esta investigação visa compreender as sinergias que as plataformas digitais podem proporcionar para o desenvolvimento dos trabalhos pelos nômades digitais. O enquadramento teórico inicia-se abordando a evolução da condição de trabalho até alcançar o cenário atual, inclinando-se para o modo de trabalho de quem atua na Indústria Criativa. O desenvolvimento das “Indústrias Criativas” e relacionadas, quando bem estruturado, gera uma “Economia Criativa” interessante para o desenvolvimento de um país, e também é capaz de transformar o meio onde se encontram, constituindo as “Cidades Criativas”. Esse meio inovador transforma o jeito de trabalhar e conseqüentemente os atributos necessários a esse novo profissional. Estes trabalhadores, agora pertencente da “Sociedade da Informação” na qual tem como matéria prima o conhecimento, vê-se conectado por uma “Sociedade em Rede” que rompe com limitações geográficas e flexibiliza a estrutura de arranjos convencionais, seja sociais seja empresariais. Porém, neste caso, essa configuração social foi possível somente a partir dos esforços dos governos de Brasil e Portugal, com alianças internacionais e planejamento interno de ações em comum com a rede de grandes organizações privadas de cada país. Somando todos esses fatores com a internet mais acessível e dispositivos *mobile* mais potentes, resultaram no surgimento de um estilo de vida no qual os indivíduos procuram combinar de forma equilibrada a vida profissional com a pessoal, e são eles os nômades digitais. Nesse modo de trabalho flexível mais arrojado criou-se um estilo de vida singular, relativamente ao qual, a partir de entrevistas realizadas com um grupo de brasileiros e portugueses procurou-se descobrir quais foram os fatores motivacionais para romper com o estilo de trabalho tradicional; como as plataformas digitais proporcionam a realização de suas atividades profissionais; quais são as principais plataformas digitais utilizadas por ele público entre outras questões.

Palavras Chave: Indústrias Criativas; Sociedade da Informação; Trabalho Flexível; Nômade Digital e Plataformas Digitais.

ABSTRACT

The purpose of this research is to understand the synergy that digital platforms can provide in order to develop the work of the digital nomads. This paper begins by addressing the evolution of the working condition until it reaches the current scenario, focusing on the working features of the Creative Industry's workers. The development of "Creative Industries" and the related industries, once they are well-structured, they generate "Creative Economy", which, in turn, contributes, for the development of a country. It can also completely change the environment, resulting in "Creative Cities". This innovation changes working modus operandi, what consequently changes the professional characteristics and skills required of the workers. This person, now, is part of the "Information Society", where the knowledge has as its raw material. This is also connected by a "Network Society", which breaks geographical limitations and eases the structure of conventional social and business arrangements. However, this social configuration was possible only by the efforts of the governments of Brazil and Portugal with international alliances and internal planning of actions in accordance with the network of large private organizations in each country. Combined all these factors to a higher internet accessibility, powerful mobile devices a new lifestyle arises, where one seek to balance work and personal life, they are the digital nomads. In this type of flexible working, a unique lifestyle has been created. A group of Brazilians and Portuguese Professionals from this area were interviewed, in order to answer these questions: What were the motivational factors to break with the traditional work style; How the digital platforms provide the realization of their professional activities; What the main digital platforms are used by them, among other issues

Key Words: Creative industries; Information society; Flexible work; Digital Nomad and Digital Platforms

Quando percebemos que somos “diferentes” podemos seguir dois caminhos: tentar em vão se encaixar em modelos pré estabelecidos ou criar o seu próprio sistema e é aí que surge o nomadismo digital.

(Viegas e Barbosa)

Nota: Evidencia-se que este estudo foi redigido sob as regras do mais recente acordo ortográfico que rege a Língua Portuguesa em sua variante brasileira, o Português Brasileiro.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me conceder inteligência, paciência e determinação para avançar mais essa etapa da minha vida acadêmica e profissional. Agradeço também aos meus pais, por terem me educado com retidão, ensinando-me valores essenciais para formação do meu caráter, por sempre apoiarem meus estudos e acreditarem no meu potencial. Agradeço a minha irmã por escutar e colaborar para que minhas ideias aconteçam. O resultado dessas linhas escritas e as que ficaram em um campo imaginário refletem mais do que qualquer outro trabalho a nossa história de vida. Saibam que todas as conquistas são para vocês e por vocês.

Agradeço a todos os amigos que me incentivaram, a todos os envolvidos nesse projeto, seja de maneira direta ou indiretamente, pois a realização desse material acadêmico, só foi possível graças a essa colaboração conjunta. Entre todos gostaria de destacar especialmente minha querida orientadora Professora Doutora Patrícia Dias, que sempre foi muito atenciosa, prestativa, fonte inesgotável de conhecimento e extremamente compreensiva nessa longa trajetória. Aos nômades digitais minha gratidão por participarem da pesquisa e compartilharem um pouco de suas vidas comigo. Espero conhecê-los em algum lugar desse mundo!

Não poderia deixar de agradecer também ao curso, pelos conhecimentos transmitidos e por ampliarem meus horizontes.

Muito obrigada!

Índice

1	Conceitos e história das atividades criativas.....	18
1.1	História.....	18
1.2	Economia criativa.....	277
1.3	Cidades criativas	311
1.4	O futuro do trabalho nas indústrias criativas.....	377
2.	Cibercultura.....	477
2.1.	Sociedade em rede	511
2.2.	Geografia da internet	544
2.3.	União Europeia e Portugal	577
2.4.	Brasil.....	622
3.	Do trabalho flexível ao nomadismo digital	6969
3.1.	Conceito e história dos nômades digitais.....	777
4	Metodologia	855
4.1	Objetivo primário e objetivos secundários.....	855
4.2	Método Qualitativo	866
4.3	Seleção e caracterização da amostra	888
4.4	Técnicas de recolha de dados	900
5	Resultados e análise da pesquisa.....	955
	CONCLUSÃO	1155
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	1188
	APÊNDICE	1243
	APÊNDICE 1 – Modelo de autorização	1264
	APÊNDICE 2 – Guião de perguntas.....	1286
	APÊNDICE 3 – Fatores positivos e negativos.....	1288

Índice de Figuras

Figura 1: Revista Mercure Galant	20
Figura 2: Revista Mercure de France	20
Figura 3: Modelos de classificação das Indústrias Criativas.....	25
Figura 4: Composição das cinco regiões do mundo	31
Figura 5: Mapa das Cidades Criativas.....	34
Figura 6: Inteligência artificial vs humana.	41
Figura 7: Digital around the world in 2019	42
Figura 8: World's most visited websites.	43
Figura 9: Conjunto Tecnológico.....	53
Figura 10: Flexibilidade de trabalho: suas dimensões.....	56
Figura 11: Trabalho flexível.....	59

Lista de Tabelas

Tabela 1: Perfil dos Entrevistados	89
Tabela 2: Perguntas de investigação, fundamentação teórica e guião da entrevista	92
Tabela 3: Ano que tiveram conhecimento do termo nômade digital.....	96
Tabela 4: Ano que começaram a trabalhar como nômade digital	97
Tabela 5: Plataformas digitais usadas por empresas físicas	107
Tabela 6: Plataformas digitais usadas por empresas digitais.....	108
Tabela 7: Plataformas digitais usadas por autônomos.....	109
Tabela 8: Necessidades de plataformas digitais.	111

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Perfil de características do nômade digital.....	99
Gráfico 2: Quantidades de países percorridos	100
Gráfico 3: Média de horas trabalhadas diariamente	102
Gráfico 4: Local de trabalho	104

Lista de Quadros

Quadro 1: Quesitos para ser Cidade Criativa	35
Quadro 2: Extinção das Profissões	43
Quadro 3: Sociedade de Informação e digitalização: iniciativas da União Europeia e correspondências em Portugal	58
Quadro 4: Variações do termo Nômades Digitais	7
Quadro 5: Arranjo Organizacional	102
Quadro 6: Fatores positivos e negativos de ser nômade digital.	106

Lista de Siglas

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura

QUT - Queensland University of Technology

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

CISAC - Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores

UCP - Universidade Católica Portuguesa

UMinho - Universidade do Minho

INL - Instituto de Nano Tecnologia

IoT - Internet of Things, em português Internet das Coisas

UE - União Europeia

UMIC - Agência para a Sociedade do Conhecimento

FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia

MCT - Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações

UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas

Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações

CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina

PPA – Plano Plurianual

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ABDI - Agência para o desenvolvimento da indústria no Brasil

CLT – Consolidação das Leis de Trabalho

IWG - International Workplace Group

RGPD - Regulamento Geral da Proteção de Dados

Introdução

Ao longo da história humana, o formato de trabalho foi se desenvolvendo e adquirindo configurações diferentes. Atualmente, com o advento da internet, a inserção cada vez maior da tecnologia nos produtos/serviços e a valorização da criatividade ocasionou o surgimento das Indústrias Criativas. O surgimento do termo está relacionado as alterações econômicas e sociais dos anos de 1990, decorrentes da mudança de foco das atividades antes industriais, agora colocando mais luz sobre o conhecimento.

Aliando essa nova maneira de integrar o mercado de trabalho ao facto de a sociedade e as empresas estarem cada vez mais conectadas, usufruindo de todas as possibilidades que a Sociedade em Rede (Castells 2006) proporciona, a maneira e o ambiente de trabalho das pessoas pode ser reconfigurada, pois as trocas de informações entre os membros da equipe, a demanda de trabalho, a divulgação do serviço prestado, o envio do material produzido, bem como a realização do pagamento, podem ser realizados por computadores, *tablet* ou até por *smartphones* devidamente conectados à internet. Mediante o dispositivo tecnológico proporcionar mobilidade ao trabalhador, o ambiente de trabalho não precisa ser obrigatoriamente fixo.

Relembrando a história comercial, quando as vendas existiam, o artesão que confeccionava suas mercadorias e ele mesmo vendia, geralmente tudo funcionava no mesmo ambiente. Depois, encontra-se a figura do cacheiro viajante que levava na carroça consigo as mercadorias de pequenos fabricantes para vender nas cidades por onde passava. Posteriormente, já com a revolução industrial, os representantes de vendas das grandes marcas vendiam esses produtos industriais nos pequenos estabelecimentos comerciais e mais tarde passaram a vender esses produtos em grandes redes de lojas de eletrônico, supermercado e lojas de vestuário. Este último modelo ainda é amplamente utilizado e incrementado com as tecnologias disponíveis para realização de tarefas à distância como: apresentação de projetos, reuniões de rotina e até mesmo fechamento de negócios.

O modelo de trabalho *home office* ganha força na atualidade, pois dependendo da função do colaborador, ele pode resolver basicamente tudo a partir de casa, é sabido também que algumas empresas estabelecem com os funcionários algum dia da semana para comparecer na empresa. Uma variante desse modelo são as cargas horárias flexíveis, geralmente adotadas por empresas criativas, na qual o colaborador tem um prazo de

entrega do pedido e prazos menores para apresentar o avanço do projeto, porém a maneira, o horário e o local do desenvolvimento fica ao critério do trabalhador.

Com o aumento de demanda por serviços e produtos criativos, aliado às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), surgiu uma subcategoria de trabalhadores, na qual estes se distanciam ainda mais dos modelos de trabalhos apresentados anteriormente, os “Nômades Digitais” ou também conhecidos por “Nômades Pós-Industriais”, pois agregam à viagem física, a viagem virtual. Para De Masi (2000), o nomadismo é um valor da era pós-industrial, sendo o movimento constante uma característica desta época.

Esse grupo de pessoas que vive em trânsito, grande parte durante uma longa viagem onde conhecem vários países, ou há ainda aqueles que realizam seus trabalhos durante pequenas viagens realizadas com frequência. As profissões que geralmente permitem essa autonomia são as pertencentes às Indústrias Criativas, tais como: designer, publicitário, fotógrafo, arquiteto de *software*, desenvolvedor de jogos, entre outros. Mediante essa nova configuração na maneira de trabalhar, serão apresentados os objetivos pretendidos com esse trabalho.

Objetivo principal

Essa pesquisa se propõe a explorar as sinergias que as plataformas digitais podem proporcionar para o desenvolvimento dos trabalhos realizados pelos nômades digitais.

Objetivos específicos

- Identificar os principais fatores para adotar o estilo nômade digital;
- Estudar a configuração do arranjo trabalhista - vinculado a uma empresa física, empresa online ou autônomo;
- Identificar os locais de trabalhos mais utilizados;
- Definir a carga horária diária, em média;
- Identificar pontos positivos e negativos de trabalhar dessa forma;

- Apontar as plataformas digitais utilizadas por esses públicos para desenvolver seu trabalho, bem como identificar as que são majoritariamente utilizadas;
- Explorar se a plataforma usada tem impacto na capacidade de conseguir novos clientes;
- Compreender se a cidade ou país influencia na escolha e desempenho do trabalho realizado; e
- Comparar se existem diferenças comportamentais entre os brasileiros e os portugueses.

Justificativa

Observando o crescimento do estilo de vida nômade digital e o comportamento social mais fluido, buscou-se descobrir os fatores que propiciaram o surgimento desse profissional, bem como as plataformas digitais possibilitam o desenvolvimento do seu trabalho.

Organização da dissertação

A introdução trata de expor a problemática da pesquisa, o objetivo geral, os objetivos específicos, apresentar uma justificativa para a pertinência da investigação e descrever a organização do trabalho.

Os capítulos 1, 2 e 3 representam a fundamentação teórica desta pesquisa, nos qual será apresentada uma revisão da literatura disposta da seguinte forma:

Capítulo 1 – Aborda a história dos regimes de trabalho em si até a atualidade, possibilitando a instalação da Economia Criativa. Também serão elencadas as características profissionais necessárias a este novo profissional.

Capítulo 2 - Os conceitos de Cibercultura e Sociedade em Rede serão esclarecidos e relacionados com a larga utilização das TIC, que somente são possíveis de usufruir a partir a implementação física estrutural dos equipamentos próprios dessa tecnologia. Finalizando o capítulo serão descritos os esforços do Brasil e de Portugal em prol do desenvolvimento da Sociedade da informação em seus territórios.

Capítulo 3 - Será mostrado como essas novas tecnologias transformaram os arranjos trabalhistas, viabilizando a flexibilidade da rotina de trabalho e principalmente o surgimento de uma nova forma de trabalhar que se tornou um estilo de vida, o nomadismo digital.

A metodologia corresponde ao capítulo 4, esclarece a utilização de entrevista como técnica de coleta de dados para obtenção de dados relevantes aos objetivos estipulados. Também será feita a descrição da amostra, bem como a relação das perguntas feitas com os conceitos utilizados para embasá-las.

Finalizando no capítulo 5 serão apresentados os resultados e realizada uma análise crítica dos mesmos.

Assim encerra-se o roteiro de assuntos abordados nesta dissertação, deixando ao final a conclusão e as referências bibliográficas à disposição do leitor para consulta.

1 Conceitos e história das atividades criativas

Neste capítulo serão apresentados os conceitos de Economia Criativa, Cidade Criativa e de Trabalho na Indústria Criativa, mas para auxiliar na compreensão de como a Economia Criativa alcançou o estado atual, primeiramente é necessário contextualizar seu surgimento e mostrar seu desenvolvimento

1.1 História

O sistema de produção, com o decorrer do tempo, passou por um processo de refinamento, explorando assim mais possibilidades de extrair resultados mercadológicos no geral, contudo neste documento será feito um recorte dos períodos mais relevantes que contribuíram para o surgimento da Economia Criativa.

No início da história da civilização humana, a produção de alimentos, ferramentas e vestuário era basicamente para utilização própria. Segundo Giddens (2009, p. 386), o feudalismo “teve suas origens no final do século 3, se consolidou no século 8, teve seu principal desenvolvimento no século 10 e chegou a sobreviver até o final da Idade Média (século 15)”. Silvestre (2017) ainda ressalta que esse sistema organizacional é que estabelecia como as pessoas se relacionavam entre si e o lugar que cada uma delas ocupava na sociedade, destacando que a base do sistema feudal era a relação servil de produção.

Nos três grupos sociais existentes, não havia mobilidade social, sendo eles o clero, a nobreza e a classe servil, e este último grupo “pertencia” à terra onde se encontrava e não podiam ser vendidos como os escravos. Parte do que produziam era entregue ao Senhor Feudal (dono da terra/feudo), condicionando-os a um estado miserável de sobrevivência. Silvestre (2017, p. n/d)

Ainda no período feudal, no século XI, ocorreram as cruzadas lideradas pela Igreja Católica, sem entrar nos detalhes das razões que culminaram nesse processo, fato é que esse episódio histórico modificou esse rígido cenário, pois introduziu “novos personagens”, fez cair que a única noção de riqueza era a quantidade de terra pertencente a uma pessoa, concebeu a troca monetária para aquisição de mercadorias e estimulou o deslocamento das pessoas das zonas rurais para as áreas urbanas.

“Com a expansão do comércio, os pequenos mercados semanais, que negociavam produtos agrícolas locais, foram substituídos por imensas feiras onde eram vendidas mercadorias de todo o mundo. O incremento comercial teve dois efeitos importantes: o crescimento das cidades e o surgimento de negociantes dedicados unicamente à transações financeiras. Introduziu-se o dinheiro como meio de intercâmbio. A economia urbana estabeleceu-se inicialmente com base no sistema de corporações, que apresentava duas características básicas: a produção era realizada por artesãos independentes, e a distância entre mestres, jornaleiros e aprendizes não era muito grande.” (Guimarães, 1984, p. 212).

Segundo Martins (1998), os artesões foram a primeira forma de produção organizada, já que eles estabeleciam prazos de entrega, classificando prioridades, atendiam especificações pré-estabelecidas e fixavam preços nas encomendas. Essa classe trabalhadora ditava o próprio ritmo de trabalho, e por ser responsável por todo processo produtivo, tinha acesso desde a matéria-prima até ao resultado final. A produção artesanal foi evoluindo mediante o grande número de encomendas.

Guimarães (1984) diz que ao passo que o comércio foi se ampliando, as alterações das condições econômicas também provocaram mudanças nas ideias econômicas. Por exemplo, o "preço justo" foi substituído pelo "preço de mercado", e assim a estrutura das corporações foi gradativamente sendo modificada, e alguns mestres se tornaram mais prósperos que outros.

“À medida que os reis da Espanha, Portugal, Áustria, França, Holanda e Inglaterra conseguiram submeter os senhores feudais ao seu inteiro domínio, emergiram as nações-estado. O Estado tornou-se protagonista roubando da Igreja sua posição dominante e passando a definir o que era de interesse público, bem como os papéis a serem desempenhados pelos agentes privados para atingimento do bem coletivo.” (Guimarães, 1984, p. 212).

A França, até então sem destaque mercadológico, mas envolta na expansão do Mercantilismo, percebeu que essa seria uma boa oportunidade de crescimento econômico. Luís XIV, rei da França, para conquistar vantagens perante essas nações, valeu-se da moda para alcançar esse objetivo, ele fechou fronteiras e incentivou a produção nacional, especialmente de tecidos, estimulou toda a nobreza francesa a acompanhá-lo e posteriormente imprimiu e distribuiu jornais com modelos destinados à classe nobre por toda a Europa, como relata Cunha (2019). O estilo Luís XIV quebrou a sobriedade da moda espanhola, majoritariamente composta por peças pretas, mas mantinha a busca por qualidade e materiais seletos.

Luís XIV propôs à Europa uma moda criativa com utilização de perucas extravagantes, salto alto, vestuário colorido, mistura de materiais, mas acima de tudo planejada, e tal padrão de apresentação de coleção inverno e verão é seguido até hoje pelas *maisons* francesas e demais marcas pelo mundo.



Figura 1: *Mercure Galant*
Fonte: Google imagens



Figura 2: Revista *Mercure de France*.
Fonte: Google imagens

A revista *Mercure Galant*, que posteriormente foi intitulada de *Mercure de France*, é conhecida por ser a primeira revista de moda do mundo, a qual apresentava e explicava os trajes que estariam em alta naquela estação, divulgava notícias sobre consumo de luxo, etiqueta e estilo de vida da corte de Luís XIV. Seu conteúdo abordava também temas pertinentes ao papel dos artistas e costureiros, dos consumidores e mercadorias, contribuindo para o desenvolvimento da moda interna e para a mudança de hábitos que aconteciam na sociedade daquele momento.

Porém o empenho do rei em mostrar poder estendeu-se pelo mobiliário de luxo, bem característico, e à imponência do Palácio de Versailles.

“Uma das grandes e mais importantes criações de Luís XIV foi a construção do Palácio de Versailles em 1664, o que fez com que o monarca conquistasse mais prestígio por toda Europa, pois Versailles representava imensa riqueza e poder” (Rocha, 2013, p. 14).

Os pilares do Renascimento inspiraram e proporcionaram essa mudança econômica e comportamental, assim como o aceleração do processo de urbanização. O Mercantilismo tem como um dos principais nomes o de Jean-Baptiste Colbert, que era ministro das Finanças do rei Luís XIV e lhe concedia conselhos certos para a

prosperidade da nação, garantindo seu desenvolvimento econômico, que assegurava a estabilidade interna e a aquisição de novos territórios.

Com a origem da classe social burguesa, a valorização do trabalho e a produção de produtos obtiveram novo *status*. No Iluminismo, a conotação negativa que sempre esteve atrelada ao trabalho mudou. Com o passar dos anos, essa nova configuração da sociedade e de fabricação foi tomando forma.

Neste período, a população até então majoritariamente rural mudou-se para as cidades. Os pequenos produtores começaram a reestruturar o modo de produção. O funcionário iniciava e finalizava a produção de uma peça. Essa pequena estrutura tomou forma e cresceu, fazendo com que os artesãos e as oficinas dessem lugar às empresas e fábricas com linhas de produção, auxiliados pela forte presença de máquinas.

“Ocorreu então uma modificação básica no modo de produção: os mestres artesãos deixam de ser independentes. Continuam na posse de seus instrumentos de trabalho e a produção ainda é realizada em casa, com o auxílio de ajudantes, mas o fruto do seu trabalho já não lhes pertence. Surge entre eles e o consumidor a figura do intermediário, que se encarrega da compra da matéria-prima e da distribuição do produto acabado. O artesão se transforma num trabalhador que deve executar determinada tarefa por determinado salário. Forma-se no *putting-out system* o embrião do futuro trabalhador assalariado.” (Guimarães, 1984. p. 213).

Esse foi o período de transição entre o antigo método de trabalho até se alcançar o da Revolução Industrial. O capitalismo estava concretizado neste ponto, sendo possível apontar duas características importantes para a época: a produção em massa objetivando lucro e o consumo em massa.

Referente ao Industrialismo, no século XIX, Marglin (1980) citado por Guimarães (1984, p.213) procurou demonstrar que explicar o desenvolvimento da fábrica unicamente em termos de uma exigência tecnológica, que era mascarar as amplas possibilidades de controle e fiscalização que propiciou aos empregadores. A divisão do trabalho e a dissociação entre o "saber" e o "fazer", mais do que uma eficácia produtiva "em si", visavam uma eficácia no controle dos operários submetidos a um trabalho alienante.

Quanto ao novo método de produção, é relevante destacar o Taylorismo e especialmente o Fordismo, que surgiu como primeiro exemplar de produção em massa, pois para Giddens (2009, p. 386),

“Enquanto o Taylorismo se concentrou na forma mais eficiente de executar tarefas separadas, o Fordismo avançou um pouco mais, ligando essas mesmas tarefas outras separadas num sistema de produção fluido e contínuo.”

Com este novo formato de fabricação, cada funcionário desempenha uma parte do processo na linha de produção. Embora esse método fosse rígido, ele possibilitava atender a prazos, garantir um padrão de qualidade e atender um número muito maior de consumidores. O consumo em massa e a fabricação em larga escala eram o que regiam a economia da época, assim como a comunicação em massa (Giddens, 2009).

O pioneirismo da Inglaterra deu-se, pois o país já possuía um objetivo definido: o liberalismo que primava pelo lucro privado e desejo do desenvolvimento econômico. O país já não tinha mais uma liderança absolutista e estava empenhada com o enriquecimento da burguesia. Além disso a aristocracia inglesa via ou se envolvia com as atividades comerciais e com as promissoras atividades industriais, comportamento não encontrado na aristocracia francesa que ainda era assegurada de muitos privilégios.

“Disponibilidade de carvão e ferro e algodão, as três principais matérias-primas que impulsionaram a produção industrial [...]. É bem possível que a indústria do algodão tenha sido a primeira a se revolucionar pelo fato de se constituir enquanto um bem de consumo. No caso dos bens de capital (como ferro e equipamentos) a situação era bem diferente uma vez que ainda não existia um mercado consumidor disponível. Foi somente no decorrer da Revolução Industrial que isso aconteceu, e neste caso, a máquina a vapor e as ferrovias tem um papel preponderante.” (Imagohistoria, 2017, p. n/d).

Importantes tecnologias surgiram nesse período como a: energia elétrica, que possibilitou a disseminação dos bens de consumo duráveis, e a lâmpada incandescente, que foi inventada em 1879, revolucionando os sistemas de iluminação dos grandes centros urbanos.

Seguindo um pouco mais adiante na história, destaca-se a sociedade pós-industrial, que tem por base o oferecimento de serviços, no qual a fonte do seu poder radica na informação. A partir de 1970 iniciou-se uma transformação na maneira de produção, tornando-se mais flexível e adaptada às novas necessidades do consumo global.

Cinco quesitos desde então ganharam força e podem ser destacados por influenciar o modo de produção e de consumo, segundo (Giddens, 2009, p. 387) são elas: Capitalismo; Globalização; Automação; Marketing e Internet. É interessante observar que essas ideias estão embutidas no conceito de pós-fordismo.

“O termo refere-se a um conjunto de mudanças simultâneas que ocorrem não só no domínio do trabalho e da vida económica, mas também na sociedade entendida como um todo. Alguns autores argumentam que a tendência para o pós-fordismo pode ser encontrada em esferas tão diversas como [...] as escolhas do consumidor e os estilos de vida.” (Giddens, 2009, p. 387).

Observando a partir deste momento, especificamente o desenvolvimento das Indústrias Criativas, que está inserida na Economia Criativa, é interessante salientar que o movimento que as antecedeu foi a Indústria Cultural, a qual retomou a personalização de produtos, depois de um grande período de hiper-consumo (Baudrillard, 1995) em que todos tinham produtos iguais e genéricos.

Costa, Palheta, Mendes e Loureiro (2003) analisam o termo cunhado por Horkheimer e Adorno (1945) e o ambiente histórico em que foi criado. Esclarecendo que a visão dos autores veio de uma perspectiva marxista, pois estavam inseridos no contexto da Escola de Frankfurt, mais especificamente no Instituto para Pesquisa Social criado em 1924, no qual tinha como meta propiciar discussões e a defesa teóricas de temas considerados tabu no ambiente acadêmico, Costa, Palheta, Mendes e Loureiro (2003, p. 13) afirmam:

“Horkheimer e Adorno utilizam o termo ‘indústria cultural’ para se referirem à mercantilização das formas culturais ocasionadas pelo surgimento das indústrias de entretenimento na Europa e nos Estados Unidos no final do século XIX e início do século XX. Esses teóricos discutiram os filmes, o rádio, a televisão, a música popular, as revistas e os jornais argumentando que o surgimento das indústrias de entretenimento como empresas capitalistas resultaram na padronização e na racionalização das formas culturais, e esse processo, por sua vez, atrofiou a capacidade do indivíduo de pensar e agir de uma maneira crítica e autônoma.”

Outro grande papel da Indústria Cultural foi o da autonomia da arte, tornando acessível para o grande público a aquisição de peças de pintores renomados com preço mais acessível, como os quadros ou peças de decoração do artista brasileiro Romero Brito. Nesse ponto, os consumidores não precisam ter em sua formação traços da cultura erudita, tão valorizada pelas sociedades antigas.

Aqui vale uma observação nesse movimento frenético de produção observado por Benjamin (1994). O autor considera que se uma produção artística, como um quadro, é reproduzida da original, esta réplica não possui “aura”.

Citado por Araújo (2010), Benjamin (1994, p. 170) define aura como “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja. “Seus principais elementos são a autenticidade e a unicidade.”.

Com o advento de produtos culturais de massa como o cinema, que se baseiam na reprodutibilidade da arte, esta “aura” é diluída em cópias produzidas, acabando com a qualidade de objeto único e individual da qual a obra artística estava revestida. Quando este fenômeno ocorre, a arte perde seu caráter sagrado. Benjamin acreditava que a elaboração da arte estava atrelada ao culto, não estando disponível a todos os homens, como um dom. Com as Indústrias Criativas, essa valorização pelo objeto único, imbuído de cultura e, criatividade aparece novamente em voga.

“O surgimento do termo “indústrias criativas” está associado a movimentos ocorridos a partir dos anos 1990 em alguns países industrializados. Mudanças econômicas e sociais fizeram com que se deslocasse o foco das atividades industriais para as atividades intensivas em conhecimento, localizadas no setor de serviços.” (Bendassolli, Wood, Kirshbaum & Cunha, 2009, p. 11).

O conceito de Indústrias Criativas surgiu na década de 90 do século XX, na Austrália, mas tomou força no Reino Unido, com a criação do *Creative Industries Unit and Task Force*, no final da mesma década. Eram aquelas que possuíam a sua origem na criatividade, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual.

Como foi publicado no “*Creative Industries Mapping Document*” documento do *British Council* tendo como autor a *Bop Consulting* em 2010, o resultado do mapeamento das Indústrias Criativas gerou grata surpresa, pois o percentual na contribuição da economia britânica era substancial, tinha altos índices empregatícios, especialmente com ensino superior, quando se diz respeito aos jogos digitais, alinhando as indústrias tradicionais e as novas.

“Mas a origem da economia criativa, como se chama normalmente, se deu quando as antigas tradições do trabalho cultural e industrial – design, produção, decoração e representação – começaram a ter vínculos com uma gama mais ampla de atividades produtivas modernas – a publicidade, o design de roupa, o desenho gráfico e a mídia de imagens em movimento – e, mais importante ainda, quando começaram a ter maior abrangência pelo poder da tecnologia digital.” (*Bop Consulting*, 2010, p. 13).

Os treze setores identificados que compõem as Indústrias Criativas são: Artesanato; Arquitetura; Artes Cênicas; Artes e Antiguidades; Cinema; Design; Editorial; Música; Publicidade; Software; Software interativo de lazer (*vídeo games*); e Televisão e rádio. Chris Smith, o então Secretário de Estado do Reino Unido para a Cultura, Media e Desporto, citado por Furtado & Alves (2012, p. 127), acredita que:

“As economias e sociedades mais bem sucedidas do século XXI vão ser também as mais criativas. Criatividade vai fazer a diferença – para as empresas que procuram vantagens competitivas, para as sociedades que procuram novas formas de abordar problemas e melhorar a qualidade de vida. [...] Quero, em particular, que as nossas indústrias criativas para continuarem a aproveitar as oportunidades de um mundo em rápida mudança, pensem “fora da caixa”, inovem, sejam flexíveis e rápidas e se esforcem para realizar o seu pleno potencial.”

Seguem abaixo quatro modelos de classificação das Indústrias Criativas. O resultado de cada modelo apresentado torna-os diferentes entre si, pois cada um oferece uma compreensão sistémica das características dessa indústria, mas isso não significa que um seja positivo e outro negativo.

1. Modelo do DCMS do RU	2. Modelo de textos simbólicos	3. Modelo de círculos concêntricos	4. Modelo de direitos autorais daOMPI
Publicidade Publicidade Arte e antiguidades Artesanato Design Moda Filme e vídeo Música Artes cênicas Editoras Software Televisão e rádio Videogames e jogos de computador	Indústrias culturais centrais Publicidade Filmes Internet Música Editoras Televisão e rádio Videogames e jogos de computador Indústrias culturais periféricas Artes cênicas Indústrias culturais sem distinção fixa Eletrônicos para consumidor Moda Software Esporte	Artes criativas centrais Literatura Música Artes cênicas Artes visuais Outras indústrias culturais centrais Filmes Museus e bibliotecas Indústrias culturais mais amplas Serviços de património Editoras Gravação de sons Televisão e rádio Videogames e jogos de computador Indústrias relacionadas Publicidade Arquitetura Design Moda	Indústrias centrais de direitos autorais Publicidade Sociedades de gestão coletiva Filmes e vídeos Música Artes cênicas Editoras Software Televisão e rádio Artes gráficas e visuais Indústrias de direitos autorais interdependentes Material de gravação em branco Eletrônicos para consumidor Instrumentos musicais Papel Fotocopiadoras Equipamento fotográfico Indústrias de direitos autorais parciais Arquitetura Vestuário, calçados Design Moda Utensílios domésticos Brinquedos

Figura 3: Modelos de classificação das Indústrias Criativas.
Fonte: Nações Unidas (2010).

Segue a explicação disponibilizada no documento das Nações Unidas (2010) referente aos quatro modelos de classificação das Indústrias Criativas dispostos no quadro acima.

- Modelo do DCMS do RU: É a tentativa britânica de reposicionar sua economia, sendo esta agora impulsionada pela criatividade e inovação. Ainda sob esta óptica, as Indústrias Criativas necessitam de criatividade, habilidade e talento, tendo potencial para gerar riquezas e empregos por meio da exploração de sua propriedade intelectual.
- Modelo de textos simbólicos: Essa abordagem enxerga as artes “eruditas” como o território do estabelecimento social e político e, portanto, foca a atenção na cultura popular. Os processos pelos quais a cultura de uma sociedade é formada e transmitida são retratados neste modelo por meio da produção industrial, disseminação e consumo de mensagens ou textos simbólicos, que são transmitidos através de vários meios, como filme, radiodifusão e imprensa.
- Modelo dos círculos concêntrico: Este modelo é baseado na proposta de que é o valor cultural dos produtos culturais que confere a essas indústrias sua característica mais distinta. Sendo assim, quanto mais evidente for o conteúdo de uma área específica, mais apelo de pertença ele terá para a indústria que o produz. Este modelo afirma que ideias criativas são originadas das artes criativas centrais na forma de som, texto e imagem, e que essas ideias e influências se externalizam através de uma série de camadas ou “círculos concêntricos”, com a proporção do conteúdo cultural ao conteúdo comercial sendo diminuída conforme se afasta do centro.
- Modelo de direitos autorais da OMPI: Este modelo se baseia nas indústrias envolvidas direta ou indiretamente na criação, fabricação, produção, radiodifusão e distribuição de trabalhos protegidos por direito autoral. Tendo foco na propriedade intelectual, fazendo distinção entre as indústrias que realmente produzem a propriedade intelectual e aquelas que são necessárias para veicular os produtos e serviços ao consumidor.

A fim de criar fortes e sólidos alicerces para o crescimento da Indústrias Criativas e consequentemente a economia oriunda dessa atividade, algumas medidas foram tomadas. Devido à dimensão mundial, atualmente essas orientações são emitidas pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (UNESCO), mas para mostrar o quão valorizadas as Indústrias Criativas são em alguns países, na Austrália, país de origem desse novo conceito de produção e maneira de trabalhar, foi fundada a

primeira Universidade de Indústrias Criativas do mundo, a *Queensland University of Technology* (QUT).

As Indústrias Criativas têm progressivamente recebido mais atenção e adesão na economia mundial. Existem autores que acreditam que elas sejam a nova forma econômica do mundo. Aliando essas características à essência do pensamento de Castells sobre a importância da boa utilização da informação e ser membro da rede global como fatores fundamentais para o certo desenvolvimento da economia, pode-se entender o comportamento das empresas atualmente e prospectar para o futuro.

“A emergência de um novo paradigma tecnológico organizado em torno de novas tecnologias de informação com mais capacidade e mais flexíveis permite que a própria informação se torne num produto do processo de produção.” (Castells, 2016, p. 96).

Esse cenário reflete-se diretamente no comportamento dos trabalhadores e das empresas, que necessitam ficar conectados ao mundo em permanência, observar o comportamento e estilo de vida dos consumidores que pretendem atingir e estar atentos sobre as novas tecnologias e tudo que possa beneficiar o desenvolvimento do seu trabalho.

1.2 Economia criativa

As Indústrias Criativas ficam sob o “guarda chuva” da Economia Criativa, sendo esta mais complexa por ter mais agentes e relações no seu funcionamento. Por vezes, os termos são confundidos visto que “Indústrias Criativas” e “Economia Criativa” são considerados recentes, pois estão associadas a produtos da “Terceira Revolução Industrial”, ou seja, conectados ao paradigma de produção da sociedade contemporânea baseada na era pós-industrial, pós-fordista, do conhecimento, da informação e aprendizado (Miguez, 2007).

A matéria-prima da economia criativa está no conceito de criatividade aperfeiçoado com o passar do tempo. Segundo a UNESCO (2010), a criatividade originada em várias dimensões do fenômeno e baseada na concepção individual de ideais gerados, pode ser modificada quando surge da articulação entre as diferentes criatividades: científica, tecnológica, cultural e econômica. A indústria criativa poderia

ser brevemente descrita como uma indústria na qual as principais matérias-primas e os principais produtos são ideias (Howkins, 2001).

Howkins (2001) também relembra que a criatividade não é monopólio dos artistas, mas está presente nos cientistas, empresários, economistas, entre outros, pois eles têm a capacidade de criar algo novo, original, pessoal, significativo e real.

A UNESCO (2008, 2010) destaca a Economia Criativa como uma boa forma de impulsionar o crescimento econômico, pelo fato de ter como matéria-prima base a criatividade e poder utilizar características culturais e sociais de cada localidade e do país como vantagens no desenvolvimento e produção de bens e serviços únicos e competitivos. Os benefícios da economia criativa podem ser pontuados da seguinte forma:

- Criação de empregos, exportação, promoção e inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- Entrelaçamento entre economia, cultura e aspectos sociais com tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos;
- Sistema econômico baseado no desenvolvimento do conhecimento e através da interligação entre elementos macro e micro da economia;
- Desenvolvimento da inovação através de políticas públicas, viabilizando os negócios criativos, que oferecem grande crescimento e desenvolvimento ao longo do tempo, e produção de bens e serviços únicos e competitivos.

As empresas atuantes no setor majoritariamente são de pequeno e médio porte e enfrentam dificuldades em obter financiamento para seus projetos numa escala mundial, pois *a priori* atuam em setores mais arriscados que em outros ramos. Porém, isso não significa que os mesmos recebam menor investimento. Sob o ponto de vista da inovação, os mercados emergentes do sul estão se encaminhando numa direção melhor, se comparados a países considerados desenvolvidos.

“Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), em 2019, a China ultrapassará a União Europeia e os EUA em despesas relacionadas com inovação. Em 2012, a Coreia do Sul tornou-se o país mais avançado no campo da inovação, gastando quatro por cento do seu PIB em investigação e desenvolvimento” (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017, p. 32).

O documento “A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa: Relatório final” (2013) salienta que a economia criativa é composta pelas indústrias criativas e agentes relacionados, por isso destaca a importância do investimento em inovação, pois as empresas e *startups* (agentes relacionados) podem colaborar desenvolvendo novas tecnologias, aprimorando material que por consequência facilita o processamento, seja ele físico ou de dados.

As empresas de telecomunicações tomaram dimensões grandiosas e essa mudança foi fundamental, originando àquela que acabou sendo conhecida como a “Sociedade Informacional” (Castells, 2006). Naquele período, as tecnologias de informação estavam de fato migrando das organizações para os lares, carros e bolsos das pessoas. A sociedade como um todo estava sendo invadida pelas TIC (Tecnologias da Informação e da Comunicação). Esse fator merece ser destacado, pois fazer parte desse movimento e contribuir para os setores que mais crescem no mundo, segundo a UNCTAD (órgão da ONU), significa acompanhar essa reorganização econômica mundial.

A seguir serão apresentados alguns números referentes às atividades fomentadoras dessa economia em Portugal, no Brasil e no mundo:

- Lançando mão de incentivos internacionais, Portugal busca no projeto 2014-2020 combinar criatividade e cultura com pesquisa, inovação e boa estratégia para que seus principais bens e serviços (turismo, produtos locais e cultura) possam atingir o objetivo de internacionalizar a economia Portuguesa. (A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa: relatório final, 2013);
- No Brasil, em 2015 o Produto Interno Bruto (PIB) deve ter sofrido queda de 3,7%, com a inflação atingindo 10,7%. Analistas estimam que a economia criativa está surfando no maremoto econômico. O PIB da indústria criativa brasileira chegou a R\$ 126 bilhões no fim de 2013, ou o equivalente a 2,6% do total produzido no país naquele ano. Representa avanço de 69,8% em dez anos, acima dos 36,4% registrados pelo PIB

nacional no mesmo período, mostra pesquisa da Firjan do fim de 2014. Não há dados mais recentes, mas especialistas afirmam que essa tendência se mantém. (O Globo, 2017);

- As indústrias culturais e criativas (ICC) geram USD 2.250 bilhões em receitas e 29,5 milhões de empregos em todo o mundo. (Tempos de Cultura: O primeiro mapa global das indústrias culturais e criativas, 2015)
- As receitas das ICC em nível mundial ultrapassam as dos serviços de telecomunicações (USD 1.570 bilhões) e superam o PIB da Índia (USD 1.900 bilhões). Neste total, os três setores mais rentáveis são a televisão (USD 477 bilhões), as artes visuais (USD 391 bilhões) e a imprensa (USD 354 bilhões). Com 29,5 milhões de postos de trabalho, as ICC empregam 1% da população ativa do mundo. Os três maiores empregadores são as artes visuais (6,73 milhões), a música (3,98 milhões) e a indústria do livro (3,67 milhões). (Tempos de Cultura: O primeiro mapa global das indústrias culturais e criativas, 2015)
- A Ásia-Pacífico gera uma receita de USD 743 bilhões (33% das vendas das ICC em nível mundial) e 12,7 milhões de empregos (43% dos empregos das ICC em nível mundial). O mercado asiático é impulsionado por uma grande população e a região alberga líderes das ICC tais como a Tencent, CCTV e o Yomiuri Shimbun. A Europa e a América do Norte são, respectivamente, o segundo e o terceiro maiores mercados das ICC. Hoje em dia, a América Latina e a África, incluindo o Oriente Médio, encontram-se em quarto e quinto lugares, respectivamente. Os atores das ICC reconhecem as oportunidades de grande desenvolvimento nestas duas regiões. Embora simbióticas, cada região do mundo apresenta uma dinâmica e um desenvolvimento que lhes são próprios (EY, 2015).

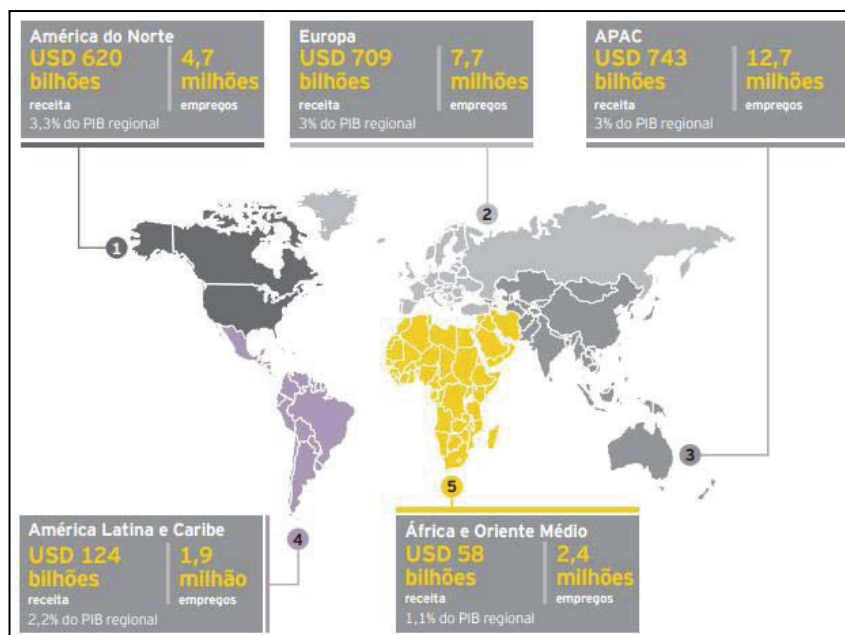


Figura 4: Composição das cinco regiões do mundo
 Fonte: EY, 2015.

Os pontos do panorama global apresentados são resultado de um robusto estudo encomendado pela CISAC (Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores) que representa a principal rede mundial de sociedades de autores, com membros em 120 países e representando quatro milhões de criadores de diversas áreas. A figura acima clarifica o leitor sobre o cenário de desenvolvimento global desse mercado, no que tange valores e pessoas envolvidas nessa economia.

Essa movimentação e valorização cultural são necessárias para a efervescência das cidades, pois esses polos criativos originam as Cidades Criativas. Embora a rede de comunicação digital seja importante para a troca de conhecimento e obtenção de trabalho, tão importante quanto são as relações físicas ocasionadas nessas cidades. Isso se deve à atração de maior captação de investimentos para as empresas locais, patrimônios públicos e reconhecimento, ou seja, credibilidade por ser um local onde os negócios se desenvolvem com segurança e qualidade. Mais detalhes serão explanados a seguir.

1.3 Cidades criativas

Os treze setores, abordados no capítulo anterior, são a essência das Indústrias Criativas, mas sem o auxílio de outras áreas não irão atingir o potencial máximo da sua atividade. Por exemplo: uma tela para ser pintada precisa basicamente do artista, da criatividade, dos pinceis, tintas e um quadro. Esses três últimos componentes precisam

ser fabricados e a indústria que os produzem fazem parte da economia criativa, denominada como Indústria Relacionada.

Como satélites que ficam navegando na órbita dessa indústria, que lança um olhar diferenciado sobre a maneira de produzir, as instituições químicas, de engenharia, quando bem relacionadas, seus números também entram para a contagem, porém mais do que isso, elas unidas promovem inovação.

Baseado nos livros, *sites* e artigos publicados, percebeu-se que as três palavras que mais se destacam são: Cultura, Criatividade e Inovação. Estas não são as que mais aparecem por acaso, pois aliando essas três palavras com os agentes da indústria é que se dá origem às Indústrias Criativas, capazes de mudar a estrutura econômica da localidade, assim como o ambiente ao qual elas se encontram, propiciando o surgimento das Cidades Criativas.

“A Rede de Cidades Criativas procura desenvolver a cooperação internacional entre as cidades que identificaram a criatividade como um factor estratégico para o desenvolvimento sustentável, no âmbito de parcerias, incluindo os setores público e privado, organizações profissionais, comunidades, sociedade civil e instituições culturais em todas as regiões do mundo”. (UNESCO. 2017)

Segundo a UNESCO (2017), ao total são 54 países com 116 cidades criativas nas seguintes categorias: Artesanato, Design, Filme, Gastronomia, Literatura, Música e Mídia.

O que muda, para Florida (2011), é que, a força motriz do desenvolvimento das cidades, ocorre a ascensão da criatividade humana como agente central na economia e na vida em sociedade. É isso que torna essas cidades especiais, pois nesse cenário estão incluídas a tolerância e a diversidade, derivadas da diversa composição da sociedade local.

Segundo o *site* da UNESCO (2014), seu objetivo com a criação da rede das cidades criativas é “promover a cooperação internacional e incentivar o compartilhamento de experiências e recursos para promover o desenvolvimento local por meio da cultura e da criatividade”.

Segundo dados disponibilizados pelo *site* da UNESCO, seguem abaixo as cidades que compõe a Rede Mundial de Cidades Criativas divididas por categorias:

- Design: Montreal (Canadá); Detroit (Estados Unidos da América); Puebla (México); Buenos Aires (Argentina); Dundee (Escócia); Bilbao (Espanha); Saint-Étienne (França); Turim (Itália); Graz (Áustria); Budapeste (Hungria); Berlin (Alemanha); Kaunas (Lituânia); Helsinki (Finlândia); Pequim; Shanghai e Shenzhen (China); Seul (Coreia do Sul); Nagoya e Kobe (Japão); Singapura; Bandung (Indonésia).
- Artesanato: Aswan (Egito), Fabriano (Itália), Santa Fé e Paducah (EUA); Hangzhou, Jingdezhen e Suzhou (China); Icheon City (Coreia do Sul); Nassau (Bahamas); Jingdezhen (China); Jacmel (Haiti); San Cristobal de Las Casas (México); Durán (Equador); Lubumbashi (Zâmbia); Al Ahsa (Arábia Saudita); Isfahan (Irã); Sasayama (Japão); Pekalongang (Indonésia); Bamiyan (Afeganistão); e Jaipur (Índia).
- Cinema: Roma (Itália); Bitola (Macedônia); Sofia (Bulgária); Galway (Irlanda); Sydney (Austrália); Busan (Coreia do Sul); e Bradford (Inglaterra).
- Gastronomia: Shunde e ChengDu (China); Tsuruoka (Japão); Popayán (Colômbia); Zahlé (Libano); Jeonju (Coreia do Sul); Östersund (Suécia); Tucson (EUA); Resht (Irã); Phuket (Tailândia); Parma (Itália); Jeonju (Coreia do Sul); Bergen (Noruega); Dénia (Espanha), Enseada (México); Popayán (Colômbia); e Gaziantep (Turquia).
- Literatura: Iowa (EUA); Granada e Barcelona (Espanha); Nottingham e Norwich (Inglaterra); Heildelberg (Alemanha); Melbourne (Austrália); Katowice (Polônia); Dublin (Irlanda); Edimburgo (Escócia); Montevideo (Uruguai); Lviv/Leópolis (Ucrânia); Reikjavik (Islândia); Liubliana (Eslovênia); Tartu (Estônia); e Ulyanovsk (Rússia).
- Mídia Artes: York (Reino Unido); Linz (Áustria); Enghien-Les-Bains e Lyon (França); Austin (EUA); Dakar (Senegal); Tel Aviv (Israel); Gwangju (Coreia do Sul); e Sapporo (Japão).
- Música: Bogotá e Medellín (Colômbia); Bologna (Itália); Brazzaville (República do Congo); Ghent (Bélgica); Glasgow (Escócia); Cracóvia (Polônia); Adelaide (Austrália); Glasgow (Reino Unido) Hamamatsu (Japão); Brazzaville (França);

Hannover e Mannheim (Alemanha); Sevilha (Espanha); Tongyeong (Coreia do Sul); Kingston (Jamaica); e Liverpool (Inglaterra).

Como os participantes da pesquisa apresentada ao final deste material são de origem brasileira e portuguesa vale destacar as cidades desses países que já conquistaram o título em suas respectivas categorias. Em ordem cronológica são elas:

- 2014: Curitiba (Design) e Florianópolis (Gastronomia);
- 2015: Belém (Gastronomia), Idanha-a-Nova (Música), Óbidos (Literatura), Salvador (música) e Santos (cinema);
- 2017: Amarante (Música), Barcelos (Artesanato e Arte Popular), Braga (Artes Mediáticas), Brasília (Design), João Pessoa (Artesanato e Arte Popular) e Paraty (Gastronomia).



Figura 5: Mapa das Cidades Criativas.
Fonte: UNESCO *Creative Cities* (2014).

Embora todas as cidades possuam essa titulação, isso não significa que sejam todas iguais. A identidade cultural característica de cada uma é o que as torna interessantes e merecedoras do reconhecimento. A fim de estimular seu desenvolvimento e para ter parâmetros de avaliação das candidaturas das cidades criativas, a cada eleição, alguns quesitos gerais são analisados pela UNESCO.

QUESITOS PARA SER CIDADE CRIATIVA
Expertise da cidade na organização de feiras locais, nacionais e / ou internacionais; conferências, exposições e outras atividades destinadas a profissionais, bem como o público em geral.
Qualidade, diversidade e impacto dos mecanismos criados para promover a criatividade, artes educação, formação profissional, capacitação e pesquisa no campo criativo campo em causa;
Existência e / ou desenvolvimento de instalações e infraestruturas culturais destinadas a profissionais e público em geral dedicados à prática, produção, promoção e divulgação de actividades, bens e serviços culturais no domínio criativo em causa, incluindo as instituições activas existentes no domínio da criação em causa;
Qualidade, relevância e impacto dos programas para promover uma maior participação na vida cultural, especialmente dirigida a setores desfavorecidos ou vulneráveis da sociedade;
Capacidade de envolver as principais organizações profissionais e organizações não governamentais organizações que representam a sociedade civil na realização do plano de ação proposto;
Âmbito, qualidade e diversidade das iniciativas de cooperação internacional desenvolvido pela cidade no campo criativo em questão;
Qualidade, impacto e natureza inovadora das políticas e medidas implementadas apoiar a criação e o crescimento de indústrias culturais locais dinâmicas no campo criativo em questão;
Experiência em desenvolvimento local e internacional de projetos transversais estabelecer sinergias entre o campo criativo em questão e outros campos cobertos pela rede.

Quadro 1: Quesitos para ser Cidade Criativa.

Fonte: UNESCO, “Creative cities network call for applications” (2019), organização da autora.

Posteriormente cada caso é estudado perante a categoria pleiteada, analisando com maiores detalhes os agentes envolvidos, proposta de eventos, programas de interação com a comunidade local e estruturas disponíveis. Algumas ações semelhantes entre elas são tomadas para potencializar seus resultados, pois para atingir esse objetivo, algumas lacunas precisam ser preenchidas.

Para ilustrar esse cenário a candidatura de Braga pode ser usada como exemplo. A cidade, situada ao norte de Portugal, que iniciou sua campanha de candidatura em 2015 na categoria de *Media Arts* e para alcançar esse objetivo contou com o apoio da Câmara de Braga, a contribuição de instituições educacionais como a Universidade Católica Portuguesa (UCP) e a Universidade do Minho (UMinho); para o desenvolvimento científico e tecnológico o Instituto de Nano Tecnologia (INL); o *Generation* e o Teatro Circo podem ser elencados como os principais espaços arquitetónicos, pois recebem os

maiores eventos, no caso o “Semibreve” e “Noite Branca”. Projetos como “Primeiros Bits” também foram desenvolvidos para estreitar a futura geração com as práticas artísticas mesclada com o conhecimento tecnológico. Vale salientar que existem outros parceiros e mais ações para movimentar o calendário da cidade, assim como como o passar dos anos foram planejadas novas iniciativas.

O que vale frisar mais uma vez é que independente da categoria o desenvolvimento em conjunto entre instituições públicas e privadas é de suma importância. Isso se deve à infraestrutura em torno para que a atividade seja realizada.

“A economia baseada no conhecimento, o novo papel das cidades como espaços privilegiados de criação de riqueza e a crescente interpenetração das atividades materiais e imateriais da produção de bens e de serviços constituem realidades e propostas que devem ser levadas muito a sério.” (Mateus, 2013, p. 10).

O pensamento de que todas as atividades econômicas serão criativas, segundo o documento “*A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa*” (2013), parece ser pertinente devido ao novo modo de conceber produtos e serviços. É interessante quando não analisam somente um país, e sim uma Rede de Cidades Criativas, que quando ampliadas, não ficam apenas nos bens táteis, pois uma cidade é composta por uma sobreposição de camadas penetrando em todos os agentes, atitudes comportamentais, cultura, decisões governamentais e tudo mais que tornam essas cidades vivas.

O reflexo desse novo modelo também não fica restrito às suas fronteiras, pois a imagem turística e seus produtos exportados podem alcançar todo o mundo.

A Cidade Criativa é apenas um dos fatores que essa economia pode trazer, mas suas possibilidades de mudanças vão além, pois ela é capaz de transformar a configuração de trabalho mais praticável atualmente, que é a rotina contendo oito horas de trabalho, de segunda a sexta, em um ambiente fixo. Considerando que grande parte de seu diferencial é a informação desdobrada em conhecimento e criatividade, o que resulta em inovação, se torna cada vez mais tangível a flexibilidade no trabalho.

Diante desse cenário, entende-se que o produto final pode ser obtido de qualquer forma, mas o que o tornará mais competitivo no mercado é o modo como esse resultado final será alcançado, ou seja, se possui características culturais, se utilizou menos matérias-primas, se a produção é mais ágil e tem custo inferior ou se oferece mais

benefícios ao consumidor final. Então nessa condição para se obter novos resultados, a remodelação no esquema de trabalho acabou acontecendo.

1.4 O futuro do trabalho nas indústrias criativas

O mercado inclina para o crescimento de serviços cada vez mais flexíveis. A automação contribuiu significativamente para esse cenário, pois criou um controle maior de produção com menos operários trabalhando na linha produtiva. As pessoas querem ser e se sentirem mais exclusivas, por isso um produto ou serviço personalizado tem maior valor e preço.

Fazer boa leitura do contexto mundial e compreender as particularidades locais desenvolvendo algo que dialogue com ambos é desafiador, mas se bem executado é reconhecido independente do segmento, especialmente nas Indústrias Criativas onde essa combinação ganha muita projeção.

Vistos os esforços dos países em reinventarem suas economias e investirem fortemente na economia criativa, pode-se prever que em breve existirão mais profissionais dessa área, mesmo por que as Indústrias Criativas, como bem destaca Florida (2011), têm em seu cerne a criatividade, a cultura e o conhecimento. Outro fator que corrobora esse pensamento é a possibilidade de o trabalho ser desenvolvido de maneira flexível, seja por tempo, espaço, liberdade individual ou colaborativo, dependendo do seu fim.

O trabalho colaborativo também tem grande possibilidade de ser potencializado, pois à medida que inicialmente um único trabalhador desenvolvia todas as etapas até obter o produto final, agora desde a criação até o resultado final, as fases poderão ser avançadas em equipe e até mesmo possuir contribuição dos usuários das tecnologias digitais.

Esta equipe não necessariamente estará reunida todo o tempo, e partes diferentes do projeto podem acontecer simultaneamente, assim como o lançamento mundial. Tudo acontece junto e ao mesmo tempo, pois a internet anulou os fusos horários.

Ilharco (2014) fala sobre a Sociedade da Atenção e de como podemos afetar uns aos outros e como a internet contribui para isso. Vale destacar um trecho e refletir que, por vezes, esse agente pode ser a empresa do funcionário ou um design que convida outro para um projeto específico. O autor diz:

“Nunca como hoje o indivíduo teve ao seu dispor possibilidades tão vastas de a qualquer momento poder comunicar, por voz, imagem ou texto com comunidades vastas e longínquas. A comunicação eletrônica instantânea e global fez explodir a quantidade de mensagens, de receptores e de emissores, multiplicando por milhões as possibilidades de cada um de nós afetar e ser afetado pelos outros, por quaisquer outros.” Ilharco (2014, p. 5)

Se ainda hoje algumas empresas guardam algum segredo de produção, no design já é possível estudar o movimento de transferência de tecnologia onde, geralmente, pequenas empresas de lugares distintos trocam conhecimento para que as mesmas possam se desenvolver sustentavelmente. Essa colaboração mútua é benéfica para ambas as partes. Outra maneira recorrente de transferência de tecnologia é entre universidades e empresas.

Prospectando o futuro dessa classe trabalhadora, pode-se pensar que existe mais autonomia sobre as atividades que realiza e como as irão realizar. O cenário do ambiente de trabalho torna-se menos controlado e o indivíduo passa a ser seu próprio gestor.

No geral, a cultura mundial vê um indivíduo como dependente no início de sua vida, para que esse receba em seu núcleo familiar orientações comportamentais, culturais e algumas técnicas. À medida que os anos se passam, esse vai obtendo mais autonomia para desempenhar suas atividades diárias. Esse movimento é natural e esperado, afinal os seres humanos são educados para terem cada vez mais autonomia ao longo de sua vida. Fazendo uma analogia com a carreira profissional, muitos trabalhadores, à medida que se sentem mais confiantes em exercer suas funções, buscam por mais liberdade criativa para desenvolver os projetos a eles confiados.

“A suprema liberdade para grupos criativos é a liberdade para experimentar novas ideias. Alguns céticos insistem em dizer que inovar custa caro. No final das contas, a inovação é barata. A mediocridade é cara – e a autonomia pode ser o antídoto.” (Pink, 2010, p. 79).

Por vezes as empresas precisam de reconhecer que não existe a necessidade de controlar todo o ambiente interno assim como os seus trabalhadores a todo instante, mas pelo contrário ensiná-los a autonomia empresarial.

Agora enfatizando as habilidades desses profissionais, nota-se ao longo da história uma transição do que é esperado e valorizado em uma contratação, pois se inicialmente, como já foi explicado, o artesão tinha de dominar todos os processos da criação ao resultado final, posteriormente esse profissional fica alienado na cadeia produtiva

focando somente na atividade repetitiva que lhe foi determinada, pois era preciso produzir em larga escala. Quando os serviços começaram a ter mais espaço no mercado esses também eram prestados de maneira genérica seguindo um padrão pré-estabelecido pela empresa. Até recentemente, segundo Pink (2007), os profissionais que detinham as habilidades do lado esquerdo do cérebro mais desenvolvidas, como advogados, corretores e engenheiros de software, eram mais valorizados, pois tinham um pensamento sistêmico e racional, eram mais valorizados, no entanto o cenário mudou e essa mentalidade já está ultrapassada.

Atualmente, esse tipo de comportamento não é mais aceitável e esperam-se habilidades que estão associadas ao hemisfério direito do cérebro como empatia e criatividade. Pink (2007) sustenta essa afirmação com a combinação dos três seguintes argumentos:

- Abundância: ao contrário do que acontecia no passado, hoje há muita informação de qualidade disponível para pouca capacidade de retenção da mesma, também é ressaltada a enorme quantidade de produtos ofertados no mercado;
- Ásia: Transferência de mais polos de emprego para essa região do mundo, em especial a Índia, onde a mão de obra é mais barata e tem a mesma ou melhor qualidade na área de TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação); e
- Automação: produção mais rápida e barata, os produtos antes inalcançáveis tornaram-se *commodity*, assim como a criatividade trabalhada isoladamente.

Esse cenário mostra que trabalhos dependentes de rotina, ou seja, que possam ser transformados em um conjunto de regras ou etapas, correm o risco de serem assumidas por um robô ou computador, pois lembram a interpretação em sequência do hemisfério esquerdo do cérebro. Pink (2000) na altura apontou um cenário do qual hoje é possível constatar alguns índices de que este futuro já se tornou real, porém ele também pontuou seis habilidades profissionais que serão cada vez mais valorizadas para que o trabalho desenvolvido possa ser destacado no mercado, são elas:

- Design – não basta ser funcional, ou seja, cumprir exclusivamente a função primária esperada, agora é necessário que produtos e serviços, transmitam por meio do design de processo, design de produto ou design gráfico (estampa e/ou tipografia) que eles reflitam o estilo de vida, preocupação ambiental, causa social, para que desperte emoções e reconhecimento perante o público;
- História – no momento atual o mundo sofre com excesso de informações dificultando a capacidade da população em compreender o que está ao seu redor, pois quanto maior o volume de informações menos valor intrínseco elas absorvem, diante disso é preciso desenvolver a capacidade de compor e apresentar uma narrativa atraente que seja envolvente para facilitar a compreensão das pessoas quanto a mensagem que deseja transmitir;
- Sinfonia – se antes a exigência era por foco e especialização, agora passa a ser por saber combinar pontos desconexos como uma sinfonia e criar com o todo algo inovador, a capacidade de multidisciplinaridade é a principal aliada na conquista desse objetivo;
- Empatia – em um cenário repleto de robôs, o profissional que ampliar seu olhar antropológico compreendendo o comportamento humano, os sentimentos e os anseios das pessoas, além de estabelecer relacionamentos, abrindo-se para captar mais do mundo ao seu redor fará a diferença;
- Diversão – líderes bem-humorados criam melhores ambiente para o desenvolvimento criativo, se divertir com o que faz pode garantir um sólido desenvolvimento de carreira; e
- Sentido – em um mundo de abundância, quando as necessidades básicas já estão sanadas as preocupações e os desejos voltam-se para questões mais abstratas, como: realização espiritual, bem-estar coletivo, conservação do meio ambiente, etc.

Em suma, o autor advertiu que a criatividade e percepção geral sobre uma determinada situação não eram desenvolvidas nas escolas ou cobradas dos trabalhadores, porém agora os desenvolvimentos emocionais, criativos e sociais serão essenciais aqueles que desejam se destacar no mercado de trabalho.

Alguns grandes autores contemporâneos utilizam as redes sociais para se aproximar de seus leitores e difundir suas teorias, Gabriel (2018) é uma dessas autoras que utiliza esse tipo de recurso para divulgar “pímulas diárias de conhecimento”, seja teorias próprias ou novos materiais sobre assuntos relacionados a sua área de estudo. A imagem abaixo é um dos exemplos de seus *posts*, que vale ser incluído nessa dissertação visto que ela retrata e resume bem essa teoria de Pink (2000).

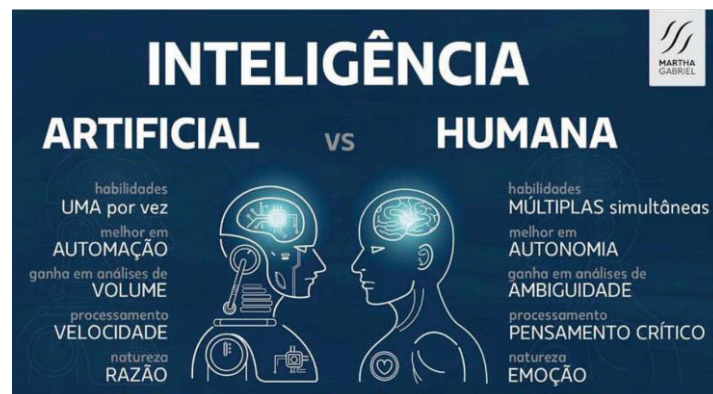


Figura 6: Inteligência artificial vs humana.
Fonte: Martha Gabriel. *Instagram*. maio de 2019.

Prosseguindo nesse raciocínio Michelle Schneider, Gerente de vendas – Soluções de Marketing – LinkedIn Brasil, na palestra “O Profissional do Futuro”, realizada para o TEDxFAAP, em julho de 2018, também reafirma esse pensamento, alertando para a profunda ruptura que já iniciou e que será mais intensa nos próximos 10 ou 20 anos, além de ressaltar uma realidade preocupante para os profissionais que não tiverem alta qualificação. Schneider (2018) inicia alertando sobre a transição da força humana na agricultura para a implementação de máquinas no campo e como essa mão de obra pouco qualificada teve que migrar do campo para a indústria, da indústria para o serviço, mas sempre se mantendo na base da classe trabalhadora, mas observando que esse comportamento não poderá ser replicado por muito mais tempo, pois será exigido que o profissional do futuro seja altamente qualificado e as tarefas que ainda não requerem alta qualificação serão desempenhadas por máquinas.

“Agora quando essas pessoas dizem que haverá novos empregos no futuro e que os humanos podem ser melhores que a inteligência artificial e que os humanos podem ser melhores que os robôs, essas pessoas geralmente pensam em trabalhos de alta qualificação com pessoas que vão trabalhar com robótica, com gameficação, com realidade aumentada”.” (Schneider, 2018, p. n/d)

Gabriel (2018) concorda em certos aspectos, mas propõe uma visão um pouco diferente, na qual os trabalhadores da parte mais baixa e alta da pirâmide serão mantidos e os intermediários da pirâmide serão drasticamente reduzidos, transformando o formato da hierarquia empresarial atual de pirâmide em ampulheta. O grupo de pessoas que se encontram no meio serão impulsionadas para a parte de cima ou de baixo da estrutura mediante seu preparo para o mercado à medida que a automação for inserida em maior escala neste ambiente. Não obstante exemplos como *Uber* e *Airbnb* já são amostras desse futuro tangível.

“Outra consequência da desintermediação tecnológica e automação é a horizontalização das cadeias de valor, que, se por um lado, tende a eliminar os intermediários, por outro, tende a alavancar a chamada GIG Economy, ou em outras palavras, os free-lancers: profissionais sem vínculos de emprego, que prestam serviços sob demanda.” (Gabriel, 2018, p. 253).

A *Upwork*, a maior plataforma de *freelancers* do mundo, possui aproximadamente 12 milhões de pessoas e 5 milhões de empresas cadastradas, exemplificando muito bem essa economia. Essa, como outras plataformas participantes da *GIG Economy*, são possíveis graças à promoção das tecnologias digitais que possibilitam atividades sociais e econômicas por meio de transações on-line, conhecidas por Economia Colaborativa.

Com tantas transformações no cenário trabalhista e competências profissionais, é natural pensar que certas profissões irão desaparecer no futuro, mas outras em algum determinado grau já podem começar a ser substituída por robôs ou sistemas. Gabriel (2018, p. 254) reúne 12 situações como essas: “1) Web Designer 2) Profissional de Marketing Digital; 3) Gestor de Escritório; 4) Contador; 5) Profissional de Recursos Humano; 6) Jornalista; 7) Advogado; 8) Médico; 9) Psicólogo; 10) Professor; 11) Atores; e 12) Entregadores.”.

Na lista abaixo elaborada por Schwab (2016) podem ser conferidas as apostas dele quanto as profissões que desaparecerão com o valor percentual de quanto cada uma tem probabilidade de ser extinta.

Probabilidade	Profissão
0,99	Operadores de telemarketing
0,99	Responsável por cálculos fiscais
0,98	Avaliadores de seguros, danos automobilísticos
0,98	Árbitros, juízes e outros profissionais desportivos
0,98	Secretários jurídicos
0,97	Hosts e hostesses de restaurantes, lounges e cafés
0,97	Corretores de imóveis
0,97	Mão de obra agrícola
0,96	Secretários e assistentes administrativos, exceto os jurídicos, médicos e executivo
0,94	Entregadores e mensageiros

Quadro 2: Extinção das profissões.

Fonte: A quarta Revolução Industrial (Schwab, 2016, p. 23).

Nessa ruptura trabalhista em eminência, se comparadas as duas listas, possuem profissões em comum englobando profissões que requerem menor qualificação até às mais tradicionais. Diante dessa projeção, Schwab (2016, p.21) lança um questionamento pertinente “A questão para todas as indústrias e empresas, sem exceção, não é mais ‘haverá ruptura em minha empresa?’, mas quando ocorrerá a ruptura, quando irá demorar e como ela afetará a mim e a minha organização?”. Vale refletir que dependendo do país onde a empresa se encontra esse movimento poderá ser percebido mais rápida ou lentamente e variar as ordens das atividades exercidas atingidas, porém de modo geral percebe-se que não tardará para interferir na realidade da população mundial.

Reforçando os dados anteriores, vale mencionar que o instituto *McKinsey* realizou uma pesquisa no qual avalia os empregos que serão criados e eliminados em diferentes cenários até 2030 em detrimento aos avanços da automação e da inteligência artificial. Segue uma das maiores conclusões da pesquisa:

“Mesmo que haja trabalho suficiente para garantir o pleno emprego até 2030, grandes transições estão à frente que poderiam corresponder ou mesmo exceder a escala de mudanças históricas de agricultura e manufatura. Nossos cenários sugerem que, em 2030, 75 a 375 milhões de trabalhadores (de 3 a 14% da força de trabalho global) precisarão mudar categorias ocupacionais. Além disso, todos os trabalhadores precisam se adaptar, pois, suas ocupações evoluem lado a lado máquinas cada vez mais capazes. Algumas dessas adaptações exigirá maior nível educacional, ou gastar mais tempo em atividades que exigem e habilidades emocionais, criatividade, cognitiva de alto nível capacidades e outras habilidades relativamente difíceis de automatizar.” (McKinsey, 2017, p. 1).

Em seguida a pesquisa revela algumas razões que influenciaram a constituição desse possível cenário. São destacados a renda e o consumo crescente nos países emergentes; o envelhecimento da população; o desenvolvimento e implementação da tecnologia; o investimento em energia renovável; investimento em infraestrutura e imóveis; além de comercializar trabalhos antes não remunerados. Um detalhe importante é a parcela cabível aos interesses governamentais de cada país, que poderão fomentar o desenvolvimento de determinados setores mais que outros, refletindo em sua economia.

Gabriel (2018), supõe que algumas das possíveis profissões do futuro surgirão de áreas tradicionais apostando na tecnologia para se renovar, mas ainda assim ligadas diretamente as instituições e em seu ambiente físico, porém como mencionado acima a Economia Colaborativa possibilita um leque de oportunidades de empregos interessantes com o diferencial de o trabalhador não estar sob comando do patrão e ter mais possibilidade de atuação em diferentes ambientes. É claro que um controle de qualidade ainda existirá e a flexibilidade quanto ao ambiente de trabalho será proporcionalmente à atividade exercida.

Mas para entender como esse movimento tem ganhado força é preciso saber que a economia compartilhada teve origem na década de 1990 nos Estados Unidos impulsionada pelos avanços tecnológicos que possibilitaram o desmoronamento dos custos das transações *on-line peer-to-peer* (Shirky, 2008), viabilizando o surgimento de novos modelos de negócios baseados na troca e no compartilhamento de bens e serviços entre pessoas independente da distancia em que elas estão localizadas.

Tapscott (2007) fala que a abertura de dados internos da empresa para o público geral mediante a solicitação de resolução de problemas pontuais. Essa iniciativa pode gerar um volume maior de soluções, em menos tempo e com custos reduzidos. Além desse pilar ainda há um segundo pertinente para esse momento chamado *peering*, onde duas ou mais pessoas se unem (no ambiente online) devido por suas afinidades e desenvolvem de forma autônoma um projeto em conjunto.

Sendo assim, pessoas desconhecidas poderiam se unir online e realizar projetos em comum. Uma vez que os custos são baixos, as pessoas se arriscam mais em um propósito comum. Shirky (2008) ressalta que os fatores tempo, rede de apoio e o próprio esforço envolvido eram tão elevados, tanto quanto os custos financeiros, pois basta lembrar que até há poucas décadas os meios para atrair as pessoas eram por telefone, carta

ou algum outro material impresso, a comunicação começou a acelerar de facto e ficar mais barata ou gratuita com criação do e-mail.

Mas até mesmo as empresas atuais, por possuírem sua estrutura pensada da maneira tradicional, mesmo usando e-mails e outros recursos tem custos elevados, pois:

“[Toda] instituição vive em uma espécie de contradição: ela existe para tirar proveito do esforço de um grupo, mas alguns de seus recursos são drenados para dirigir o esforço. Chame isto de *dilema institucional*--como uma instituição gasta recursos para gerir os recursos, há uma lacuna entre o que as instituições são capazes de fazer, na teoria e na prática, e quanto maior a instituição, maiores os custos.” (Shirky, 2008, p. 21).

Atualmente, para as primeiras gerações nascidas cercadas por tecnologia como computadores, *video games*, câmeras de vídeo, telefones celulares, além de todas as outras possibilidades de ferramentas digitais, ou seja, os intitulados por Marc Prensky (2001) como nativos digitais, encontram um cenário mais favorável para implementar suas ideias, pois as ferramentas de criação e comunicação de baixo custo estão amplamente disponíveis na internet, mas o maior diferencial é pensar em novas possibilidades de negócio, ou seja, ser criativo para empreender. O autor utiliza muito o exemplo da *Wikipedia* para mostrar como as pessoas são capazes de se unirem para criar uma enciclopédia virtual, respeitando a frequência de contribuição de cada um, para que a população mundial tenha acesso a mais informação gratuitamente. Porém, iniciar uma empresa se inspirando em exemplo como esse ou *Timerepublik* e lançar um novo olhar sobre segmentos já existentes aliando a tecnologia e acrescentado o fator de gerar renda também é possível e comprovado visto o sucesso da *Uber*, do *Airbnb*, da *Estante Virtual*, entre outras, mas nesse caso se chama *business-to-peer*. Seguindo essa linha, agora com exemplos mais voltados para comunicação, como o *YouTube*, *blogs*, *fanfics*, *podcasts*, ou plataformas de exposição visual (fotografia, design gráfico, pinturas) são ótimas oportunidades de apresentar seu talento e interagir com o público desejado, há profissionais mundialmente conhecidos em cada um dos exemplos, mas existem profissionais que atingem um público menor que é altamente engajado e valorizado por isso, tudo depende do objetivo particular de cada pessoa e o mercado precisa de todos eles.

Esse contato que as pessoas criam no ambiente online gera uma rede de compartilhamento de dados entre pessoas e pessoas; pessoas e empresas, empresas e empresas ao redor do mundo, de maneira sobreposta e complexa, que conseqüentemente

deixam rastros. Mas para entender mais sobre como isso está estruturado e como impulsiona o desenvolvimento social, e especialmente da economia criativa, no próximo capítulo será apresentada a teoria desenvolvida por Castells intitulada de “Sociedade em Rede”, aqui reforçada e introduzida pela teoria de “Cibercultura” de Lemos, posteriormente será explanada a estratégia adotada pela União Europeia e especialmente em Portugal. Como é de interesse mundial que a economia criativa se desenvolva também será mostrado o planejamento brasileiro para essa finalidade, o que será interessante de estudar visto a realidade de cada país conter características particulares de cada e bem diferentes entre si.

2. Cibercultura

O termo “Cibercultura”, na utilização dada por Lemos (2002), às vezes é associado ao estilo de vida representado no desenho animado *Jetsons*¹: com carros voando, máquinas cozinhando e limpando a casa, ou seja, trabalhando no lugar dos humanos. Essa, porém, mesmo com toda tecnologia existente, não é inteiramente a realidade da sociedade contemporânea. No entanto, comparada a atualidade com a década passada, percebe-se que assim como os *Jetsons*, a população de hoje já é “*Cyborg*”² no que diz respeito ao comportamento dependente de máquinas. Mas a principal questão a ser discutida não está na evolução da tecnologia, pois, neste sentido, possuímos um processo de progresso que nunca vai estagnar, que muda diariamente. A principal questão, portanto, está centrada na mudança de comportamento do ser humano diante dessas novas possibilidades.

Neste sentido, partindo desse pressuposto, tentamos entender com Castells (2016) o complexo padrão interativo entre a sociedade e a tecnologia. Sabendo que outros fatores têm grande influência no processo de transformação social, tal como a criatividade e a iniciativa empreendedora, o autor conclui que tanto a descoberta científica como as aplicações sociais dessas descobertas precisam dos factores acima citados para atingir o resultado final, isto é “A tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida sem suas ferramentas tecnológicas” (Castells, 2006, p. 43). Como é o homem que cria e aplica a tecnologia no uso social, as interpretações podem ser dadas de diferentes formas, assim como o uso, isso mostra que a tecnologia por si só não determina o convívio social.

Com relação à apropriação das tecnologias digitais, o factor que mais desperta interesse e gera poder é a distribuição da informação, na modernidade limitada a poucos, uma vez que nem todos têm acesso às redes digitais e aos conteúdos que nelas circulam. Na pós-modernidade, “a circulação da informação não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos)” (Lemos, 2000, citado por Moura, 2016, p. 4).

¹ Foi uma série animada de televisão produzida pela Hanna-Barbera de 1962 a 1963, exibida no Brasil pela TV Excelsior, e depois de 1985 a 1987, exibida pelo SBT. Essa série introduziu no imaginário da maioria das pessoas o que seria o futuro da Humanidade: carros voadores, cidades suspensas, trabalho automatizado, toda sorte de aparelhos eletrodomésticos e de entretenimento, robôs como criados, etc. Extraído do site http://pt.wikipedia.org/wiki/The_Jetsons

² Segundo Lemos, são seres simbióticos, mistura de carne e máquinas cibernéticas, que surgem de novos paradigmas tecnocientífico como o eletrônico e a biogenética. Ele simboliza todo o processo simbiótico da cultura contemporânea com o advento das tecnologias do virtual (p.180).

“A pós-modernidade é o terreno de desenvolvimento da cibercultura. Ela se caracteriza por uma condição sociocultural que se inscreve nessa cena de pânico que nos fala Kroker, instituindo uma nova forma de espaço-temporal. O espaço e o tempo pós-moderno não podem mais ser percebidos com seus correlatos modernos [...] Na pós-modernidade, o sentimento é de compreensão do espaço e do tempo, onde o real (imediatos) e as redes telemáticas desterritorializam (desespacializam) a cultura, tendo um forte impacto nas estruturas econômicas, sociais, políticas e culturais. O tempo é, assim, um modo de aniquilar o espaço. Este é o ambiente comunicacional da cibercultura.” (Lemos, 2006, p. 72).

Essa mudança, segundo Lemos, teve início no século XX com as tecnologias digitais e as redes telemáticas, que possibilitaram a circulação de diversos formatos de mensagem sob um suporte único: o computador. A convergência de mídias é um facto interessante para a discussão, porém não é o foco do presente trabalho, e sim a questão da descentralização, do surgimento da comunicação bidirecional, que criou uma oposição às mídias, até então centradas na informação massiva. De toda forma, vale fazer um adendo sobre a teoria de Jenkins (2008, p. 29), na qual o autor aborda “a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”. Tal raciocínio também se apoia na crença de já existir uma demanda que ansiava por um espaço, podendo citar o *YouTube*, que promovesse essa grande oferta de conteúdo para o público, não alterando a prática de busca e sim a maneira de encontrar o que se deseja.

“Se o YouTube parece ter aparecido da noite para o dia, é porque já havia uma miríade de grupos esperando por algo como o YouTube; eles já tinham suas comunidades de prática que incentivavam a produção de mídia DIY, já haviam criado seus gêneros de vídeos e construído redes sociais por meio das quais tais vídeos podiam trafegar. O YouTube pode representar o epicentro da cultura participativa atual, mas não representa o ponto de origem para qualquer das práticas culturais associadas a ele.” (Jenkins, 2009, p. 145).

Neste contexto, o meio que possivelmente poderia ampliar o individualismo das sociedades massivas, pelo facto de ser um espaço no qual o indivíduo pode comunicar-se sem a necessidade do contato físico, suscitou a reorganização em tribos de pessoas que não se conectam apenas pelo facto da proximidade física, mas sim por inúmeros motivos que surgem do convívio diário nas redes sociais Henry Jenkins (2009), McLuhan (1974) e Manuel Castells (1999) .

Para McLuhan (1974), tudo que foi criado pelo homem para ajudá-lo é uma extensão do próprio ser humano, como a escrita é para a comunicação verbal, o rádio para

é para a boca e o computador é para o cérebro. Em seus estudos sobre como os meios de comunicação modificaram a sociedade, o autor pôde afirmar que “O meio é a mensagem” (McLuhan, 1974, p. 11). A difusão da televisão nas cidades potencializou o alcance global de informação e essa condição une-se a outro conceito do autor, o de “aldeia global”.

“O que era fundamentalmente novo na televisão? A novidade não era tanto seu poder centralizador e potencial como instrumento de doutrinação [afinal o rádio já o era]. O que a TV representou, antes de tudo, foi o fim da Galáxia de Gutenberg, ou seja, de um sistema de comunicação essencialmente dominado pela mente tipográfica e pela ordem do alfabeto fonético.” (Castells, 1999, p. 417).

McLuhan (1974), acreditando que assim como a eletricidade acelerou e modificou o comportamento social no trabalho e lazer, fora de um ritmo linear que acontecia anteriormente, e elevando a importância do conteúdo perante o meio, afirma que a conexão de todo o mundo por meio de circuitos elétricos propagados pelos meios de comunicação seriam capazes de criar um mundo altamente conectado, fazendo com que cada um compreendesse seu papel nessa nova relação, com isso seria transformada a consciência individual em um pensamento de global.

“Entretanto, o fato de a audiência não ser objeto passivo, mas sujeito interativo, abriu o caminho para sua diferenciação e subsequente transformação da mídia que, de comunicação de massa, passou à segmentação, adequação ao público e individualização, a partir do momento em que a tecnologia, empresas e instituições permitiram essas iniciativas.” (Castells, 1999, p. 422).

Assim como McLuhan previu, antes mesmo de surgir a internet, a sociedade atual vive com um novo artefacto em suas mãos a maior parte do dia, e este vai para além da obtenção de informação. De posse de um *smartphone* ou um computador, tem-se a sensação de pertença e de estar conectado ao resto do mundo.

Agora todas as redes do ambiente digital se encontram em interligação através de computadores, proporcionando oportunidades de conexão até então impossíveis. De um ponto de vista socioantropológico, Maffesoli (2006) analisa a pluralidade da pessoa (“um é um outro”) pelo facto de só termos valor quando pertencemos a um grupo, não importando se essa ligação existe ou não. O autor exemplifica essa relação através da citação de Halbwachs (1993), citado por Maffesoli (2006, p. 120), “a verdade nunca

estamos sozinhos [...] pois sentimos sempre uma porção de pessoas”. Em canais online, essas ligações “fantasmáticas” (Maffesoli, 2006) são cada vez mais comuns, pois não precisamos de conhecer os outros integrantes do grupo, nem mesmo de nos relacionarmos com eles. No momento em que estamos em determinado espaço, nos sentimos parte da relação ali estabelecida.

A cibercultura, portanto, apesar da crítica de vários autores, como Baudrillard (1995), Virilio (1996) e Sfez (1991), vem se mostrando, segundo Lemos (2002), uma cultura que se opõe ao individualismo da cultura do impresso, moderna e tecnocrática. Para os autores citados anteriormente, as novas tecnologias estão criando um *Frankenstein* tecnológico que institui a repetição e o isolamento. Os mesmos acreditam que o excesso de comunicação irá gerar o fim da mesma. Opondo-se a esta afirmação, Lemos (2002, p. 86) pronuncia-se: “mais do que o deserto do real, a cibercultura está sincronizada com a dinâmica da sociedade contemporânea”. Independentemente das visões positivas ou negativas em relação ao assunto, vários comportamentos vêm surgindo dessas novas formas de interação. Esses comportamentos constituem práticas sociais de uma determinada época e local. Segundo Maffesoli (2006, p. 126), “conforme as épocas, predomina um tipo de sensibilidade, um estilo destinado a especificar as relações que estabelecemos com os outros”. Independentemente da tecnologia, a sensibilidade que temos em relação ao meio ajusta-se ao tipo de relação que pretendemos construir.

Neste momento histórico, no “agora”, é possível presenciar a “Cibersocialidade”, considera Lemos (2002), que é a sinergia entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias do ciberespaço.

“Para compreendermos os impactos das novas tecnologias na cultura e na comunicação contemporâneas, devemos dirigir nosso olhar para a sociedade enquanto um processo (que se cria) entre as formas e os conteúdos (Simmel). É isso, no fundo que propõe Maffesoli. Trata-se, a partir da perspectiva formista simmeliana, de mostrar a dinâmica sócio-técnica que se instaura nesse final de século misturando, de forma inusitada, as tecnologias digitais e a sociabilidade pós-moderna, formando a cibercultura.” (Lemos, 2002, p. 89).

As tecnologias da informação e as relações sociais vão se ajustando, formando um novo tipo de sociabilidade. Isso não significa que as novas mídias sejam a solução de todos os problemas sociais, nem o oposto, agora é tempo de aprender como uma nova

forma de comunicação que favorece a difusão de informação entre todos-todos se vai reflectir na sociedade, pois “isso não significa a desagregação do social, nem tão pouco o isolamento patológico ou o fim do social [...] se não podemos mais falar mais em unidade, a análise da vida quotidiana nos permite ver uma certa unicidade.” (Lemos, 2002, p. 89).

A “cibersocialidade” presente na “cibercultura” pode ser traduzida, assim sendo, através da unicidade, onde diversos elementos agem em sinergia. Para uma visão mais ampla desse contexto, centrando o estudo na questão das relações sociais, partimos para o entendimento do funcionamento da sociedade interligada em redes.

2.1. Sociedade em rede

A “cibercultura” envolve inúmeras variantes e discussões proveitosas, porém para este estudo tem-se como foco analisar um dos pontos principais da atual revolução tecnológica, que reconfigura diariamente os cenários físicos ou virtuais na sociedade, que é a interligação dos indivíduos em redes de dispositivos digitais, atualmente através da IoT (*Internet of Things*, em português Internet das Coisas). Através dessas redes, os indivíduos não possuem apenas o acesso à informação, característica dos meios de comunicação de massa. Eles podem participar do processo de realimentação entre o uso e a inovação. Neste sentido, passam de receptores a criadores.

Como Jenkins (2009) aborda, o *prosumer* é elemento ativo dessa relação. Cada vez mais exigente com o conteúdo (da mídia clássica) e ao contrário de décadas passadas, atualmente o público tem autonomia para criar conteúdos (na internet). Ações desse grupo tem grande responsabilidade no sucesso do produto original. A convergência acontece de cima para baixo (empresas -> público) e de baixo para cima (público -> empresa), quando acontece esse encontro, no meio do caminho o cenário é alterado. Por exemplo, por estar fortemente identificado com a narrativa e se sentindo dono de um filme ou série por exemplo, o público começa a interferir na criação das próximas produções da obra. Essa situação, se bem gerenciada, tende a agradar ambos os lados, porém o contrário pode fazer com que a empresa tenha que lidar com um gerenciamento de crise.

Os dispositivos tecnológicos estão possibilitando que a sociedade possa se expressar com mais liberdade. Avançando nesse pensamento, a tecnologia acaba servindo de suporte para o “tribalismo”, ou seja, grupos com algum interesse em comum e organizados podem transformar o *estado quo*.

Ao longo da história da humanidade, os mecanismos de comunicação têm evoluído, inicialmente agregando a comunicação verbal, as ilustrações, e posteriormente dando um salto maior, entrando na era da literacia. Esse avanço impactou primeiramente as elites alfabetizadas, destribalizando a ordem que havia anteriormente, pois nesse momento passou a ser possível que cada indivíduo fizesse sua leitura individualmente e esse comportamento posteriormente foi disseminando, segundo McLuhan (1974), com a imprensa de Gutenberg. Porém como o surgimento da televisão e sua transmissão via satélite, muitos estariam interligados assistindo simultaneamente ao mesmo programa, dessa forma aconteceria algo como uma retribalização, formando a já citada “Aldeia Global”.

A forte ligação entre as máquinas e a mente humana favorece também a conexão todos-todos, dessa forma o mundo estaria inteiramente interligado, conectado e seria interdependente, e com o uso dos meios de comunicação as distâncias seriam reduzidas, e estas características servem de premissa para “Sociedade em Rede” de Castells (2006), visto que essas conexões têm por base a troca de informação.

Atualmente, percebe-se como as características principais das correntes acima estudadas por McLuhan (1974) e Castells (2006) estão profundamente presentes na era da informação, da qual Castells (2006) apresenta aspectos centrais. A primeira característica é o paradigma tecnológico da informação, a matéria-prima sobre a qual as tecnologias agem, transformando-a em informação. A segunda característica mostra que a informação é parte integral de toda atividade humana. Os processos da existência individual ou em grupo são resultado do novo meio tecnológico que surge. O terceiro aspecto refere-se à lógica das redes, onde qualquer conjunto de relações que esteja usando as novas tecnologias de informação apresente uma crescente complexidade e modelos imprevisíveis de criatividade em seu desenvolvimento. As vantagens de estar na rede crescem exponencialmente. Em quarto lugar está a flexibilidade como característica da tecnologia da informação, ou seja, a capacidade de reconfiguração que esse novo paradigma oferece, possibilitando mudanças constantes e fluidez organizacional. Uma quinta característica dessa revolução é a convergência das tecnologias para um sistema altamente integrado, fazendo com que todos os diferentes campos tecnológicos sejam integrados no sistema de informação.

Com o objetivo social da busca pelo conhecimento, a sociedade está destinada, segundo Kranzberg (1985), citado por Castells (2006, p. 113), a cumprir a lei sobre a

relação entre a tecnologia e a sociedade: “a tecnologia não é boa, nem ruim e também não é neutra”. A partir das possibilidades que ela oferece, os usuários se apropriam da mesma em busca de uma nova estrutura de relações sociais que potencializa as oportunidades de interação.

Para melhor compreensão dessa nova economia, assim intitulada por Castells (2006), percebe-se que a informação é a matéria-prima do desenvolvimento tecnológico. É ela que move a atividade humana. Com as redes, esse processo de troca de informação é amplificado e, ao mesmo tempo, a possibilidade de diferentes formatos nessas trocas de experiências permite maior flexibilidade, integrando assim diferentes grupos de diversas áreas, permitindo o desenvolvimento da sociedade através da troca de informação. Estes, deste modo, são os aspectos centrais da era da informação, mas o que esses aspectos geram na economia mundial? A nova economia, segundo o autor, que se apoia em três pilares: informacionalismo, globalização e funcionamento em rede.

Resumidamente, esses três aspectos funcionam da seguinte forma: a economia é informacional pelo facto de a competitividade e a produtividade estarem atreladas à capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada no conhecimento. É global porque as atividades produtivas não dependem mais de insumos (matéria-prima, trabalho, capital, mercado, etc.) locais, pois agora as trocas mercadológicas ultrapassam as fronteiras territoriais, atingindo uma escala global de produção mediante a rede de conexões. Por último, possui funcionamento em rede em função da produtividade e da concorrência acontecerem em uma rede global de interações empresariais.

O funcionamento em rede, assim sendo, altera vastamente os modelos de produção e de distribuição, ou seja, altera a prática maioritariamente replicada no mercado atual. Por um lado, as empresas possuem mais possibilidades de encontrar insumos acessíveis para a produção dos seus produtos, por outro, a concorrência agora é global, sendo muitas vezes difícil de competir com formatos empresariais diferentes da realidade local, como é o caso do *e-commerce*³, que diminui os custos de produção pelo fato de não possuir espaço físico. Com relação à estruturação em rede da sociedade, vários

³ O e-commerce pode assim ser definido como o conjunto das transações comerciais de produtos e serviços efectuadas através da Internet ou de outros meios digitais. Trata-se de um processo equivalente ao comércio tradicional, mas utilizando diferentes meios. Extraído do site http://www.e-marketinglab.com/cap_10.pdf

aspectos influenciam o mercado, a produção, a distribuição, o preço, o ponto de venda e a promoção. São afetados todos esses aspectos para a comercialização de um produto ou serviço.

Em paralelo a esse maior envolvimento digital que a população mundial estava vivendo ou até mesmo propiciando essa movimentação, o ambiente digital foi passando por etapas de amadurecimento de funcionamento até alcançar as condições de hoje, porém para chegar no patamar atual, projetos nacionais foram criados para que os países tivessem condições de propiciar e acompanhar o desenvolvimento dessa economia que alarga cada vez mais sua área de atuação e se reflete no comportamento social atual. Afinal, para as pessoas se conectarem, utilizarem os serviços e atualizarem os *softwares* é necessária antes toda uma estrutura de *hardwares*.

2.2. Geografia da internet

Como já foi visto, as conexões via internet têm a capacidade de ligar uma quantidade de pessoas e empresas de diferentes partes do mundo muito rapidamente e como nunca visto. Essa necessidade veio crescendo à medida que as trocas mercadológicas foram aumentando. Salientando os tempos dos descobrimentos de novos espaços territoriais, onde as coroas por esse meio buscavam firmar seu poder indo cada vez mais longe e comercializando novos e/ou raros produtos na europa.

Iniciando historicamente todo esse processo, Rodrigues e Devezas (2009) destacam Portugal afirmando que a viagem experimental de Vasco da Gama mudou o mundo, o globalizando: “O império em rede criado pela Expansão Portuguesa tocou os quatro continentes e provou o nascimento do verdadeiro comércio globalizado” (Rodrigues & Devezas, 2009, p. 18).

A globalização da época dos descobrimentos, de novas terras e colonização, evoluiu com o passar do tempo, criando camadas mais complexas nas relações comerciais entre nações, porém independentemente da época, o comportamento dos países hegemônicos sempre mantiveram o mesmo princípio de obterem recursos de valor elevado para possibilitar trocas comerciais mais lucrativas a fim de se manterem e crescerem, conseqüentemente terem destaque e aumentar seu poder internacional.

Mediante o desenvolvimento econômico e tecnológico mundial, a par das mudanças sociais em um ciclo retroalimentador, com o passar dos anos propiciaram o surgimento da Sociedade em Rede Castells (2006) e das Indústrias Criativas. Com a quebra do paradigma comportamental e empresarial exercido até antes da intensa penetração da internet no cotidiano das pessoas, algumas reflexões sobre essa nova realidade precisaram ser feitas. Castells (2007, p. 245) chama atenção para a questão geográfica ao dizer que “A Era da Internet tem sido anunciada como o fim da geografia”. Realmente, novos modelos econômicos e comportamentais provocam consequências no que antes estava estabelecido, e no caso da Sociedade em Rede acrescentou-se mais uma camada de complexidade devido aos particulares elementos que a compõem e às novas relações que a mesma proporciona.

“De fato, a Internet tem uma geografia própria, uma geografia feita de redes e nós que processam fluxos de informação gerados e controlados a partir de determinados locais. A unidade é a rede, pelo que a arquitetura e a dinâmica de várias redes constituem as fontes de significado e função de cada local. O espaço dos fluxos resultante é uma nova forma de espaço, característico da era da Informação, mas não é deslocalizado: estabelece ligações entre locais mediante redes informáticas telecomunicadas e sistemas de transporte informatizados. Redefine a distância, mas não suprime a geografia.” (Castells, 2007, p. 245).

Com esta citação de Castells percebem-se novas configurações territoriais. A coexistência dos planos online e geográfico é mutualmente dependente. Possivelmente é mais fácil mensurar a parte física dessa relação se analisarmos a concentração de *smartphones*, computadores, *tablets*, instalação de fibra óptica, antena de sinal, se comparada com inúmeras conexões realizadas entre os usuários nas redes sociais, compras no *e-commerce*, aplicativos, *sites* de notícias, vídeos no *Youtube*, entre outras atividades. Isso deve-se ao facto de a vasta infra-estrutura existente (tangível e variação lenta) que possibilita as ações diárias dos usuários (intangíveis e variação rápida), porém através de pesquisas é possível mensurar alguns dados que servem para entender como a sociedade se relaciona com as TICs, como pode ser conferido na pesquisa “*We are Social*” realizada pela *Hootsuite* (2019) nos exemplos abaixo:



Figura 7: *Digital around the world in 2019*.
 Fonte: “We are Social” da Hootsuite (2019, p. 13).

O documento revela que atualmente, existem aproximadamente 5,11 bilhões de usuários móveis únicos no mundo, dentro deste número 3,26 bilhões de pessoas usam mídias sociais em dispositivos móveis em janeiro de 2019. A pesquisa também revelou que os internautas passam 6 horas e 42 minutos on-line diariamente e as plataformas três plataformas mais utilizadas são Google, YouTube e FaceBook. Confira o a lista completa a seguir.

#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	09M 12S
02	YOUTUBE.COM	VIDEO	21M 36S
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	11M 44S
04	BAIDU.COM	SEARCH	06M 53S
05	WIKIPEDIA.ORG	REFERENCE	03M 45S
06	YAHOO.COM	PORTAL	06M 26S
07	TWITTER.COM	SOCIAL	09M 14S
08	FORNHUB.COM	ADULT	10M 16S
09	YANDEK.RU	SEARCH	10M 43S
10	INSTAGRAM.COM	SOCIAL	06M 25S
11	AMAZON.COM	SHOPPING	06M 18S
12	XVIDEOS.COM	ADULT	12M 34S
13	XNXX.COM	ADULT	14M 39S
14	AMPPROJECT.ORG	NEWS	03M 53S
15	LIVE.COM	EMAIL	07M 15S
16	VK.COM	SOCIAL	16M 50S
17	NETFLIX.COM	VIDEO	09M 14S
18	QQ.COM	PORTAL	04M 00S
19	MAIL.RU	PORTAL	07M 38S
20	REDDIT.COM	SOCIAL	09M 13S

Figura 8: *World's most visited websites*.
 Fonte: “We are Social” da Hootsuite (2019, p. 52).

A dedicação diária destinada ao meio digital permite um parêntesis neste raciocínio, pois mesmo intangível, nunca se enquadrou na titulação de “não lugar” cunhada por Augé (1994), ou criou-se outro tipo de nomeação. Embora os usuários “entrem” e “saiam” com mais frequência ao longo do dia de uma rede social para outra, comprem um *e-book*, depois façam um curso à distância, e terminem lendo um *fanfic*, eles se encontram com

um grupo que tem interesses semelhantes, há troca, deixam rastros em um ambiente que diz muito sobre seus gostos.

Retomando a geografia espacial segundo Castells (2007), esse conceito é analisado a partir de três pontos de vista: a geografia técnica, a distribuição espacial dos utilizadores, e geografia econômica de produção da internet. Esses pilares quando analisados podem apontar quais as regiões que detêm maiores e melhores estruturas, se existe concentração ou escassez das mesmas, bem como a disposição espacial dos usuários e o quanto essa tecnologia contribui na economia do país em questão.

Imagina como seria um PIB mundial baseado no consumo e produção de conteúdo digital, provavelmente muitos dos problemas por trás desse resultado revelariam a gravidade das carências das estruturas em cada país. Por outro lado explicariam como os países mais desenvolvidos, nesse quesito, alcançaram os resultados positivos.

Castells (2007) deixa muito claro que para se destacar positivamente não basta querer, tem que está atento às mudanças mercadológicas, planejar e investir em um conjunto de esforço nacional entre o Estado e as empresas privadas. A seguir será apresentado o plano de ações adotado pela União Europeia, em paralelo a Portugal, e fechando o capítulo com as medidas brasileiras.

2.3. União Europeia e Portugal

Com a intenção de alavancar as Indústrias Criativas, a apropriação da cultura pela economia é uma tendência que as políticas públicas assumem garantindo o acesso à cultura a todos os indivíduos, valorizando o cruzamento entre cultura, economia e inovação.

Abaixo está disponibilizada uma tabela que mostra cronologicamente as ações da União Europeia visando o seu mercado único e os esforços feitos por Portugal em se encaixar na proposta geral do bloco, visto que boa parte de sua economia tem como principal motor impulsionador essa origem. Vale destacar que “nesse período relatado havia uma linha de orientação programática valorizada da digitalização da cultura e das artes, acompanhada pelo apoio declarado às indústrias criativas” (Martinho, 2016, p. 53).

1993 (dezembro) – A Comissão Europeia lança o Livro Branco sobre Crescimento, Competitividade, Emprego. Os desafios e as Pistas para Entrar no Século XXI

1995 – O XIII governo inicia uma política de desenvolvimento da sociedade da informação em Portugal

1997 – Lançamento do Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal

1999 (dezembro) – A comissão Europeia lança a iniciativa <eEurope> tendo como lema “uma sociedade da informação para todos”

2000 (março) – O conselho Europeu aprova a Agenda de Lisboa, com o objetivo de fazer da União Europeia a economia baseada no conhecimento mais competitiva e dinâmica do mundo até ao ano 2010

2000 (junho) – Como parte integrante da Agenda de Lisboa, a União Europeia adota o plano de ação <eEurope 2002>, tendo como orientação principal a massificação do acesso e da utilização da Internet nos estados membros da UE

2000 (agosto) – Em articulação com o Plano de Ação <eEurope 2002>, o XIV governo aprova a <Iniciativa Internet>

2002 (maio) – O plano de ação <eEurope 2005> sucede ao <eEurope 2002>, orientado pela ideia de que a conectividade atingida com “a rede des redes” precisava ser convertida em atividades económicas

2003 – O XV governo aprova o <Plano de Ação para a Sociedade da informação> e o <Plano de Ação para o Governo Eletrónico>

2005 (fevereiro) – A comissão Europeia aprova a iniciativa <i20 - a sociedade da informação e os media ao serviço do crescimento e do emprego>;

2005 (novembro) – o XVII governo aprova o <Plano Tecnológico>, articulado com a iniciativa <i2010>, e que teve como vertente principal o projeto <ligar Portugal>

2008 (setembro) – A comissão Europeia apresenta a Biblioteca Digital Europeia Europeia

2010 (março) – Apresentação da estratégia EUROPA 2020 pela Comissão Europeia, com o mote “criar mais emprego e assegurar melhores condições de vida” e a finalidade principal de ultrapassar os efeitos da crise económica e financeira de 2008. A <Agenda Digital para a Europa> foi uma das “iniciativas emblemáticas” então delineadas.

2010 (setembro) – O XVIII governo anuncia a <Agenda Digital 2015>, iniciativa enquadrada no < Plano Tecnológico>, e em paralelo com a <Estratégia EUROPA 2020> e a <Agenda Digital Europeia>

2012 (dezembro) – O XIX governo aprova a <Agenda Portugal Digital>, que revê a <Agenda Digital 2015>

2015 (maio) – A Comissão Europeia anuncia um plano para a criação de um Mercado Único Digital, que inclui um conjunto de ações específicas a concretizar até o fim de 2016, como a elaboração de uma nova proposta europeia para a reforma do regime de direitos de autor

Quadro 3: Sociedade de informação e digitalização: iniciativas da União Europeia e correspondências em Portugal.

Fonte: Cultura Digital em Portugal (2016, p.53).

A cadencia das ações mostra quanto a UE (União Europeia) estava alerta sobre as novas tecnologias que surgiam na época e o quanto considera importante a informatização de seus documentos e cultura para conquistar promoção internacional. Porém em 2008 as Indústrias Criativas assumiram papel estratégico para o bloco sair da crise económica que os assolava. O planeamento está sendo eficiente na perspetiva de criação de emprego daquela data até o presente momento, como era previsto. O posicionamento de Portugal ao longo desses anos também é admirável vistas as iniciativas voltadas para sua população e a sinergia comportamental com os interesses do bloco como um todo.

É interessante observar a evolução dos temas abordados desde as primeiras ações em 1993, relacionados com as teorias Indústrias Criativas, Sociedade da Informação, Sociedade em Rede, já abordadas nesta dissertação, e como estas se tornaram medidas e posteriormente ações efectivas, ou seja, saindo do campo teórico e aplicado na prática, e consequentemente impactando na vida da sociedade.

Outra análise interessante é que até ao penúltimo ponto da União Europeia, eram lançadas propostas para que todos os países do bloco seguissem quase que individualmente, porém no último quesito é anunciado um plano para a criação de um Mercado Único Digital, complementando o famoso projeto de erradicação de fronteiras materiais e imateriais, demonstrando o máximo empenho em se tornarem líderes mundiais.

É impossível falar das estratégias portuguesas sem mencionar a União Europeia como um todo devido ao estreito laço de dependência que esse país tem com os demais para se desenvolver mais estruturado e rápido. Então, voltando um pouco mais na linha cronológica, segundo Figueiredo (2007), citado por Martinho (2016, p. 56), se na década de 1980 foi intensificada a formação de investigadores portugueses em outros países, por outro lado a Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, o Ministério da

Indústria e a Secretaria de Estado das Comunicações conceberam e aplicaram planos de desenvolvimento de recursos nacionais em matéria de ciência e tecnologia. Tinham mais destaque as telecomunicações, mas observa-se o objetivo de apoiar novas tecnologias de informação e a sua difusão, a partir da união entre Estado, empresas, indústrias, centros de investigação e universidades (Martinho, 2016).

Com o passar dos anos, Portugal foi correspondendo às propostas, e de início uma boa resposta foi o lançamento do *Livro Verde para a Sociedade da Informação* em 1997, o qual destaca o portal Estaleiro Terraàvista, que nesse ano abriu a 200 milhões de falantes de português a possibilidade de colocação e a manutenção de páginas na Internet, em sistema de acesso livre, projetando o idioma português no espaço digital (Missão para a Sociedade da Informação, 1997, p. 37).

Percebe, intrinsecamente, que nesse planeamento existia a preocupação de Portugal não ficar para trás, então para garantir a “sociedade da informação” cabia ao Estado a missão de criar condições para a participação dos indivíduos da sociedade portuguesa antes que ficassem excluídos da antevista “era digital”. A sobrevivência proporcionava também o esbater de posição periférica de Portugal, avistando-se na “sociedade da informação” a oportunidade de inclusão e integração na vaga de uma “sociedade moderna”, onde as tecnologias da informação representam instrumentos de acesso à educação, ao trabalho, à discussão pública e também ao governo e à democracia eletrónicos (Silva, 2008).

Com o decorrer dos anos aconteceram muitas conquistas no que tange a reformulação e implantação de infraestruturas físicas e tecnológicas; infraestruturas de telecomunicações, bem como nos processos e sistemas, especialmente nas indústrias de telecomunicações; financeiras; logísticas; na comunicação social; nas tecnologias de informação; e na inovação industrial.

Não por acaso a UMIC (Agência para a Sociedade do Conhecimento), que desde 2012 foi sucedida pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), tem a responsabilidade de coordenar as políticas públicas para a Sociedade da Informação e do Conhecimento em Portugal, em estreita colaboração com organizações internacionais. Sua missão é:

- Promover a mobilização das políticas públicas em Portugal para a Sociedade da Informação e do Conhecimento através de atividades de divulgação, qualificação e investigação;
- Estimular o desenvolvimento da e-Ciência, promovendo o desenvolvimento científico e tecnológico e a criação de conhecimento por entidades do Sistema Científico e Tecnológico Nacional e empresas;
- Promover relações de cooperação ou associação com entidades estrangeiras, nomeadamente no quadro da União Europeia e dos países de língua oficial portuguesa.

Uma de suas frentes de atuação é promover a Agenda Portugal Digital para a Europa e o Mercado Único Digital, no qual determinou que para alcançar resultados relevantes todas as ações devem convergir em prol de seu lema que é:

“Desenvolver a Economia Digital e a Sociedade do Conhecimento, preparando o país para um novo modelo de atividade económica, centrado na inovação e no conhecimento e numa nova política industrial, como base para novos produtos e serviços de maior valor acrescentado e direcionados para os mercados internacionais” (FCT, 2019, n/d).

A agenda tem forte compromisso com o público e o privado em suas metas, no qual visa ser um dos países mais avançados da União Europeia em 2027. Estimaram-se alguns objetivos para serem alcançados até 2020, entre os principais estão promoção de banda larga a fim de ampliar sua cobertura e melhorar a existente; aumentar mais de 50% a quantidade de empresas que utilizam o comércio eletrônico; criar condições que permitam o aumento em 25% das exportações em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), entre outros.

Desde o ano de 1997, quando foi lançada essa proposta, para o momento atual, os objetivos foram atualizados de forma cadenciada à medida que em cada etapa era concluída. É notória a dedicação estatal, em diferentes instâncias, unida com o empenho das instituições privadas. Em um balanço desses vinte anos de desenvolvimento em Portugal, mesmo o saldo sendo positivo, ainda há considerações pertinentes a serem feitas e questionamentos sobre um futuro próximo quanto a utilização das TIC em uma política de desenvolvimento transversal, sobre populações marginalizadas entre outras.

Então assim conclui-se que a população portuguesa já usufrui dos resultados alcançados até o momento e ainda pode olhar para o futuro na certeza de que mais projetos serão implementados visando o desenvolvimento desse setor no país. Agora será

apresentada a história e as medidas utilizadas no Brasil, país que possui características muito particulares e está inserido em um contexto completamente diferente se comparado a Portugal.

2.4. Brasil

Antes de iniciar a apresentação das ações brasileiras é necessário saber que o Brasil, devido sua dimensão demográfica, possui grande desigualdade interna entre as cinco regiões do país, o que tende a influenciar nas condições de inserção de qualquer projeto a nível nacional, especialmente se consideradas as diferenças entre as regiões brasileiras: no aspecto cultural; disposição geográfica estrutural (equipamentos, empresas e outros recursos semelhantes); e o índice de analfabetismo da população. Se em Portugal no ano de 1995 já se iniciava uma política de desenvolvimento da sociedade da informação e em 1997 foi concebido o seu “Livro Verde”, no Brasil somente em 1996 começou-se a idealizar tal política e no ano 2000 aconteceu o lançamento do “Livro Verde” brasileiro.

Tais iniciativas visavam promover o uso das novas tecnologias de comunicação na esfera social, estatal e privada. O documento reunia um conjunto de ações governamentais ousadas e com muitos desafios. Mas as ações são justificadas se comparadas com as de países desenvolvidos que possuíam seus projetos prontos e em curso. Esse comportamento do Brasil, bem como de outros países em desenvolvimento, é compreensivo visto que em um mundo cada vez mais globalizado e competitivo, um comportamento negligente resultaria provavelmente em atraso tecnológico e financeiro, ou seja, prejuízo para a nação. De acordo com Miranda (2000, p. 78):

“O Programa Sociedade da Informação, resultante de trabalho iniciado em 1996, pelo Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia, tem como finalidade substantiva lançar os alicerces de um projeto estratégico, de amplitude nacional, para integrar e coordenar o desenvolvimento e a utilização de serviços avançados de computação, comunicação e informação, além de suas aplicações na sociedade, de forma a alavancar a pesquisa e a educação, bem como assegurar que a economia brasileira tenha condições de competir no mercado mundial.”.

Ao passo que o país deseja ser competitivo mundialmente, internamente ele sofre com as mazelas do histórico da educação da população, pois a fim de incluir o cidadão na sociedade virtual, o estado ainda tem que lidar com uma parcela significativa que ainda não possui pré-requisito mínimo, o de ser alfabetizado.

“É o maior desafio a ser enfrentado pelo Estado para a consolidação de uma sociedade da informação no Brasil, uma vez que os estoques de informação disponíveis na Internet encontram-se, em sua maioria, sob a forma de texto escrito, inacessíveis para cerca de 20 milhões de brasileiros que não sabem ler e escrever” (Baggio, 2000, p. 18).

A condição de ser alfabetizado pode até soar como privilégio para alguns, visto que grande parte do conteúdo na internet se encontra em formato de texto. Dando um salto no tempo e refletindo sobre a mesma questão, Mosé (2019) faz uma observação cirúrgica e salienta que dados são facilmente encontrados em uma rápida busca pelo *Google*, livros, ou qualquer outro meio, porém o grande diferencial é a produção de conteúdo, conhecimento gerado a partir dos dados, pois decorar já não é mais importante, mas sim a produção de conhecimento a partir disso. A autora refere-se aos métodos de educação do país, chamando a atenção para o fato da educação fundamental nas escolas, compreendida para alunos de 7 anos até 17 anos, no momento sofrer críticas, pois ao se ver a educação nas universidades também precisava ser revista. Seu discurso se aproxima muito ao de Prensky (2001) no que tange o conflito de gerações dentro da sala de aula, no qual o professor, imigrante digital, tem seu conhecimento posto em xeque pelos discentes, nativos digitais, visto que em sua maioria a metodologia e ferramentas de ensino utilizadas não atraem a atenção dos alunos, situação que compromete o ensino no país.

No Brasil, o desenvolvimento da sociedade do conhecimento é de fato muito debatida no ambiente educacional, primeiro por essa ser uma das principais fraquezas perante os países desenvolvidos, e este sendo um plano de longo prazo, as futuras gerações já não poderiam sofrer com essa desvantagem, mesmo por que ficou mais evidente o quanto a educação é a melhor via para que um país alavanque seu processo de desenvolvimento, com maiores possibilidades de inclusão e igualdade de oportunidades para o cidadão.

O governo percebeu a grande quebra de paradigma que estava por enfrentar e inicia o Livro Verde dizendo:

“A sociedade da informação não é um modismo. Representa uma profunda mudança na organização da sociedade e da economia, havendo quem a considere um novo paradigma técnico-econômico. É um fenômeno global, com elevado potencial transformador das atividades sociais e econômicas, uma vez que a estrutura e a dinâmica dessas atividades inevitavelmente serão, em alguma medida, afetadas pela infra-estrutura de informações disponível. É também acentuada sua dimensão

político-econômica, decorrente da contribuição da infra-estrutura de informações para que as regiões sejam mais ou menos atraentes em relação aos negócios e empreendimentos. Sua importância assemelha-se à de uma boa estrada de rodagem para o sucesso econômico das localidades. Tem ainda marcante dimensão social, em virtude do seu elevado potencial de promover a integração, ao reduzir as distâncias entre pessoas e aumentar o seu nível de informação.” (Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000, n/d).

Ciente de sua situação, ponderando os fatores negativos e positivos, o governo brasileiro ainda considerou que tinha condições favoráveis nessa nova onda que requer, entretanto, além de base tecnológica e de infraestrutura adequadas, um conjunto de condições e de inovações nas estruturas produtivas e organizacionais, no sistema educacional e nas instâncias reguladoras, normativas e de governo em geral. O impacto positivo que a “nova economia” pode gerar para o país depende ainda da participação do maior número possível de pessoas, organizações e regiões como usuárias ativas das redes avançadas de informação.

O projeto desenvolvido pelo MCT (2000, p. 10), que em 2016 transformou-se em MCTIC (Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações), deixou claro o objetivo do Programa Sociedade da Informação no Brasil:

“é integrar, coordenar e fomentar ações para a utilização de tecnologias de informação e comunicação, de forma a contribuir para a inclusão social de todos os brasileiros na nova sociedade e, ao mesmo tempo, contribuir para que a economia do País tenha condições de competir no mercado global.”.

Seguindo o exemplo de outros países para a execução do projeto no Brasil, as responsabilidades ficaram compartilhadas entre os três setores: governo, iniciativa privada e sociedade civil.

O documento delimita a fase de implantação do projeto, que deveria acontecer ao longo do ano 2000, sendo um dos objetivos a consolidação, em um Livro Branco, de um plano definitivo de atividades para o programa, a partir da incorporação ao Livro Verde. Essa etapa consistia primeiramente em observação, coleta de informações e desenvolvimento de estratégia, posteriormente progredindo nos anos entre 2001 e 2003 para o início da implementação das principais ações previstas pelo programa.

A segunda etapa seria para conquistar mais parcerias e acompanhar as ações em andamento, finalizando em 2003 com sua consolidação e avaliação geral do progresso conquistado, resultando na elaboração de uma proposta para o ano de 2004 em diante.

O MCT (2000) aponta que o plano teve partida com um investimento inicial, para os três anos no valor de R\$3,4 bilhões, aproximadamente €755,5 milhões, diretos do Plano Plurianual do Governo Federal para o Ministério da Ciência e Tecnologia. A quantia seria destinada para atividades de pesquisa, incluindo a ampliação e recuperação das instalações de laboratórios das universidades e institutos públicos de pesquisa. O MCT (2000, p.12) destaca que para o “período de 2001-2005 a previsão de recursos destinados pelo Fundo de Informática deverá atingir a cifra de R\$ 1,19 bilhão, aproximadamente €430 milhões e o de Telecomunicações, o valor de R\$ 880 milhões, €200 milhões.”.

Vale esclarecer que investimentos em certas infraestruturas não foram feitos nesse momento, pois o Brasil já detinha essa tecnologia, o desenvolvimento da fibra ótica e sua implementação é um ótimo exemplo disso. Por essa tecnologia ter sido criada nos EUA como o auxílio de três brasileiros e esses logo terem regressado ao país diretamente para a UNICAMP (Universidade Estadual de Campinas) desenvolvendo a mesma, bem como promoveram sua implementação em solo brasileiro servindo como plataforma de expansão do setor privado, estando aberta também a serviços de natureza comercial desde 1995.

Em seguida “nas telecomunicações, houve a privatização de todo o sistema brasileiro e a criação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), fatores que estão permitindo maior e mais rápida disponibilidade de acesso aos meios de comunicação.” (MCT, 2000, p. 5). Com isso as atividades comerciais que se valiam da internet ganharam forte expressão. Determinadas aplicações de governo sofreram positivos impactos, no que tange a eficiência interna de funcionamento, assim como na prestação de serviços ao cidadão.

O Brasil, assim como Portugal, participa de um grupo que também está unido na busca da obtenção por melhores resultados. No caso do Brasil, para esse fim, trata-se da Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL), que é uma das cinco comissões regionais das Nações Unidas tendo sua sede em Santiago do Chile. Apresentar que o Brasil está inserido nesse contexto é relevante, pois periodicamente são cobrados e apresentados os resultados dos países participantes do grupo, de serem traçadas novas metas a cada encontro, entre outras ações.

Com diretrizes gerais estabelecidas na CEPAL, o representante de cada país retorna para seu lugar de origem e desenvolve planos de ações juntamente com o seu governo. Com as novas metas, em terras brasileiras é desenvolvido o Plano Plurianual (PPA) em alguns ministérios estratégicos, especialmente o MCTIC e o Ministério da Economia. Dessa forma ao longo dos anos foram sendo alcançados resultados satisfatórios. Uma pesquisa realizada pelo IBGE mostra aumento em 20,8% no acesso à internet entre a população brasileira com mais de 10 anos de idade desde o ano de 2005 até o momento. Em 2013, os ativos das tecnologias da informação e das comunicações (TIC) contribuíram para 14% do crescimento do PIB brasileiro entre 1995 e 2008. A Banda larga, com a conexão de 10MB/s via satélite chega a mais de 1 milhão de alunos, visando alcançar mais 3 milhões de alunos até o fim do ano de 2019 pelo programa Gesac (Governo Eletrônico - Serviço de Atendimento ao Cidadão).

Outros resultados expressivos foram alcançados, mesmo com o crescimento heterogêneo nas cinco regiões brasileiras, e mesmo se observando os 26 estados isoladamente, entre as classes sociais era possível perceber o quão diferente era o comportamento perante a chegada dessa tecnologia para os cidadãos, especialmente a obtenção de equipamento pessoal das TIC (algo que sempre foi uma preocupação do governo).

Voltando a atenção novamente para iniciativas governamentais e sua relação com o setor privado, agora o Estado pode colher os frutos de todo planejamento, investimento e esforço o governo olha para frente, pois a mensagem foi absorvida e os resultados apareceram na economia do país. Porém nessa sociedade, de modo global, que é detentora de tamanho conhecimento e criatividade e que se move de forma tão ágil, acomodar-se é um grande erro. O fator inovação faltou em algum momento e as antigas posições de destaque, que eram motivo de orgulho, ficaram para trás. Agora a indústria é convocada a evoluir mais uma vez, adentrando na era da Indústria 4.0 com o apoio da Agência para o desenvolvimento da indústria no Brasil (ABDI), sob o guarda chuva do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.

A ABDI (2017, n/d) ressalta que “A quarta revolução industrial, que terá impacto mais profundo e exponencial, se caracteriza por um conjunto de tecnologias que permitem a fusão do mundo físico, digital e biológico”. O conjunto referido é composto por tecnologia 3D; inteligência artificial; internet das coisas; biologia sintética; e sistema ciber-físicos. Representados na figura abaixo:



Figura 9 : Conjunto Tecnológico.

Fonte: ABDI - <http://www.industria40.gov.br/>

Agora ampliando um pouco mais a atividade econômica, acredita-se que em simultâneo as empresas devem transformar seu presente e criar seu futuro e isso independentemente se é indústria ou serviço. Atualmente existem empresas com núcleo de inovação ou mudança digital visando esse futuro que na verdade já chegou, porém ainda não se reflete amplamente na estrutura ou cultura da empresa. O modelo trazido é somente uma amostra da iniciativa pública em conexão as indústrias brasileiras, porém a iniciativa privada também busca de forma autônoma meios próprios para transitar do estado atual para empresa inovadora, até que não seja mais necessário um departamento para iniciar esse processo.

Durante os dois últimos anos pode-se perceber um aumento de eventos realizados no Brasil, visando o público nacional e latino americano, direcionados a inovação e criatividade empresarial, como: Rio 2C; ProXXIma; *Innovation Summit Brasil*; *Think Summit Brasil*. Essa realidade não é exclusiva do Brasil, pois segue um movimento mundial de busca por informação a respeito para se preparar da melhor forma possível, aumentando assim a competitividade no mercado interno e externo. Nesse momento atual podemos comparar os dois países, nesse quesito, e nota-se que Portugal também promove interessantes eventos com essa finalidade, podendo listar: *Think Summit Portugal*; *16th COTEC Innovation Summit*; e *Web Summit*. Este último vale destacar justamente por ser um evento que conecta o empresariado brasileiro ao português. A edição de 2018 obteve muitos resultados positivos para os participantes, e o *Web Summit* é divulgado como a maior conferência de tecnologia, inovação e empreendedorismo do mundo, e tem o objetivo de “conectar startups e empresários brasileiros com o ecossistema empreendedor da capital portuguesa que figura entre uma das melhores regiões na Europa para criação de empresas” (*Web Summit*, 2019, n/d).

As parcerias entre Brasil e Portugal e os grupos de desenvolvimento de tecnologia e inovação tem o marco de 2020 para importantes realizações e encontros para definir

novas metas. Dessa união de esforços destaca-se o cabo de fibra ótica submarino "Ellalink" vai ligar Sines (Portugal) a Fortaleza (Brasil).

“com planos para estender a sua conectividade tanto dentro da União Europeia como na América Latina, com vista à criação de um espaço comum de investigação entre ambos os continentes, um objetivo já traçado na cimeira UE-Brasil celebrada em 2014.” (Dinheiro Vivo, 2019, n/d).

Com um investimento de 53 milhões de euros, 238,5 milhões de reais, oriundos dos fundos do programa científico da UE, o “Horizonte 2020”, do programa “Copérnico” e do instrumento regional de Desenvolvimento e Cooperação, vão além dos dois países, pois as nações que serão beneficiadas incluem Chile, Colômbia, Equador, França, Alemanha, Itália e Espanha. Esse é somente um dos exemplos possíveis.

A evolução tecnológica, todas as participações dos governos em blocos internacionais, os planos e metas estipuladas nesses encontros somados às décadas de investimentos governamentais em parceria com o setor privado visando sua competitividade mercadológica, desenvolvimento econômico e no progresso da nação, refletiram-se na criação de uma cultura comportamental social diferente das sociedades anteriores tanto em Portugal e no Brasil, quanto no restante do mundo. Vale lembrar que de modo heterogêneo o mundo passa por essa transformação diária, cada local com suas características específicas e ao seu tempo, mas iniciando ou sendo puxado para essa transformação social e econômica, todas as nações passam por esse processo.

A sociedade da informação tende a conectar o máximo de agentes possíveis, ela transforma a forma de produção, gera a economia criativa, e acima de tudo transforma o modo de vida da sociedade.

Resultado de todas essas transformações com o passar das décadas, gerou-se um novo estilo de vida baseado em todas correntes teóricas trabalhadas até o momento nesse documento. Trata-se de um grupo de pessoas geralmente instruídas, academicamente falando, que tem como virtude a criatividade, são íntimos das novas tecnologias, mas tem como peculiaridade o gosto por viajar mais aguçado do que os demais membros da sociedade, por isso adotam o estilo de vida intitulado como nômades digitais.

3. Do trabalho flexível ao nomadismo digital

Com décadas de profundas transformações tecnológicas e culturais, que foram intensificadas com o advento da internet e o papel que ela assumiu, modificando diversos processos de produção de produtos e serviços, além da transformação causada na vida social contemporânea, poderia se esperar o surgimento de um novo perfil de trabalhador, um que combinasse o uso frequente das TIC (nesse caso analisadas pelas qualidades de *hardware* e *software* nelas contidas), a internet (conexão) com a flexibilidade na rotina de trabalho de um profissional criativo. Porém a proposta é pensar nessa situação, na qual esses fatores seriam os três pilares para o desenvolvimento desse trabalho de forma arrojada. A resposta veio com o tempo de forma gradual, e hoje é vivida por uma seleta parcela populacional: os nômades digitais.

Inserido no quesito de flexibilidade, a rotina de trabalho anteriormente citada consiste em possuir mobilidade para trabalhar fora das instalações da empresa (remotamente) e flexibilidade de horário (autonomia do planejamento sobre a jornada de trabalho), desenvolvendo seu trabalho principalmente no meio digital, enquanto viaja ao redor do mundo. Esse conceito será melhor explorado mais adiante, porém como o nomadismo digital tem origem no trabalho flexível, essa introdução tem o papel de auxiliar o leitor na compreensão dos pilares que sustentam as principais características que diferenciam esse profissional dos demais.

De início, faz-se necessário esclarecer o conceito de trabalho flexível, para depois avançar sobre o mercado de trabalho flexível - especialmente em Portugal e no Brasil atualmente – e por fim concluir como se deu o surgimento dos nômades digitais e como são caracterizados.

O trabalho flexível muitas vezes é abordado de forma ponderada, como Castells (2016) e Drucker (1997), associando aos tempos de receção, mudanças tecnológicas, a reorganização do mercado, a informalidade, mas em simultâneo é tratado como privilégio, dependendo da situação em que o trabalhador se encontra. Porém, Alves (2011) faz duras críticas a esse modelo, seja pelos baixos salários, instabilidade de novas modalidades contratuais e o tempo dedicado a vida pessoal. O autor finaliza seu pensamento citando Harvey (1992) ao caracterizar o novo regime de acumulação capitalista como sendo o regime da “acumulação flexível”. Pollert (1986) citado por Casaca (2005, p. 6), também expõe uma visão negativa, pois para ele “a linguagem da flexibilidade assenta no mito da integração social, à luz do qual os indivíduos são

incitados a levar uma vida pautada pela insegurança e a aprender a amá-la”. Por essa perspectiva, o trabalhador é tratado como alguém que culturalmente foi ensinado a gostar de uma realidade arriscada para si próprio.

As contribuições dos dois últimos autores acima sempre partem da premissa de esgotamento do modelo Taylorista para relatar essa modalidade, porém não incluem em seus relatos exemplos de empresas de tecnologia ou com jornadas flexíveis exercidas por profissionais especializados como conhecemos hoje, ficando presos a um modelo de instituição muito tradicional, o que pode ter influenciado em suas avaliações. Por nesse texto será assumido um posicionamento neutro, a fim de descrever imparcialmente as possibilidades de trabalho advindas dessa possibilidade.

Contemplar todas as nuances do trabalho flexível é uma difícil tarefa, visto que existe a perspectiva do mercado como um todo, da empresa e do trabalhador, por isso o último foi escolhido para prosseguir com mais ênfase na pesquisa. Deste modo, vale salientar que o trabalhador flexível aqui estudado poderá ser membro de uma empresa tradicional, ser autônomo, ou compor uma empresa no qual todas as etapas do seu processo sejam realizadas online.

Santos (1989) entende que trabalho flexível compreende três esferas essenciais, sendo flexibilidade de emprego, flexibilidade salarial e mobilidade, tendo cada uma suas ramificações, como está representada na figura abaixo:

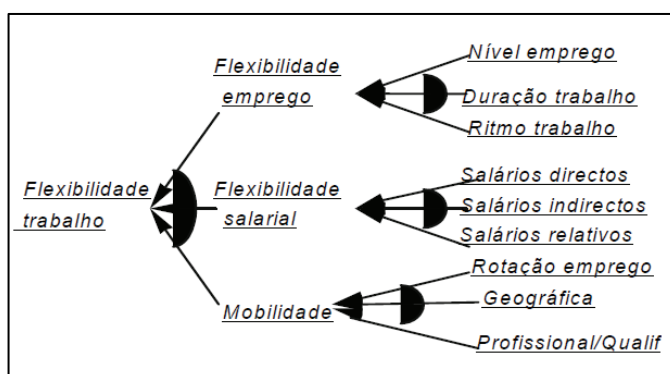


Figura 10: Flexibilidade de trabalho: suas dimensões.
Fonte: Santo (1989, p. 332).

A flexibilidade de emprego consiste na oscilação no número de trabalhadores, mas também no ritmo do trabalho de acordo com as necessidades da empresa. A flexibilidade salarial varia em decorrência do aumento ou escassez de mão de obra, função

desempenhada e outros fatores que forem pertinentes; e mobilidade refere-se ao âmbito geográfico, seja o profissional trocar de empresas com frequência (mobilidade externa) ou dentro da própria instituição ser transferido para outra unidade (mobilidade interna).

Essa estrutura de Santos (1989), ainda se mostrando bastante atual, na verdade explana o comportamento das empresas de algumas décadas passadas, no qual deve ser reconhecido que a popularização dos meios de trabalho flexíveis anteriores contribuíram no que atualmente é praticado. O posicionamento das empresas, principalmente de multinacionais, em admitir profissionais que poderiam trabalhar por determinados períodos da semana em casa, ou que seu empregado pudesse desempenhar suas funções completamente em *home office*, ou até mesmo podendo ou não usar as instalações da empresa, contribuíram para que as empresas se inspirassem para implementar esse modelo empregatício. É claro que determinados tipos de empresas precisam que parte de sua equipe esteja *in loco* e outras ainda precisarão remodelar sua infraestrutura interna de funcionamento para que um dia possam começar a aderir a esse modelo de trabalho.

Facto é que empresas de diversos segmentos mudaram seu comportamento e atualmente já olham para os anseios profissionais de seus colaboradores, percebendo que para retê-los por mais tempo precisam prover condições de trabalho mais atraentes para os mesmos. Castells (2016) destaca que grandes empresas de internet têm preferência por realizar distribuição de *stock options* como incentivo, porém Cunha e Martins (2015, p. 97) relata algumas ações que podem aplicadas por uma gama maior de empresas:

“as empresas precisam investir em melhores condições de trabalho para os funcionários, como um ambiente agradável, climatizado, limpo, organizado, com boas condições de relacionamento interpessoal, uma jornada diária de trabalho compatível com as necessidades de cada um, como é o caso dos optantes pelas jornadas flexíveis; fornecer prêmios por resultados, participação nos lucros da empresa, experiências internacionais, treinamentos de qualidade, entre outros”.

Afinal, o processo de divulgação, contratação e treinamento geram custos e gastam tempo das empresas, gerando serviços extra aos demais membros da equipe, atrasando ou até mesmo interrompendo projetos. Consideremos que esse processo repetindo constantemente, é inviável para uma instituição. Vale salientar que se trata de mão de obra qualificada - como por exemplo programador, *web design* e publicitário - que fazem

diferença e não são encontradas abundantemente se comparados com serviços de baixa qualificação (limpeza e restauração).

Em cada país, ao seu modo, os cenários sociais e tecnológicos foram transacionando até para uma era na qual as pessoas no geral fluem mais livremente entre os espaços, e o ambiente de trabalho não é uma exceção.

No mercado português e no brasileiro também pode-se constatar essa transformação no qual empresas viabilizam o flexível aos seus funcionários. Em uma pesquisa realizada em parceria entre a *Polar Insight* e a Universidade Católica Portuguesa, divulgada no primeiro semestre de 2019, gerou o relatório “Flex - Compreensão do trabalho flexível em Portugal”, um material bem completo e atual sobre essa situação na realidade portuguesa. A pesquisa contou com a contribuição de 800 trabalhadores portugueses, especialistas em retenção de trabalhadores, empresas, governo e comunidade estrangeira que trabalha em Portugal.

O cenário ainda se mostra bastante rígido, visto que 61,1% dos funcionários é obrigado a estar nas dependências da organização para desempenhar suas atividades profissionais. Sobre fazer horas extra, 46,8% do total de entrevistados respondeu que trabalham além do horário estipulado, porém somente 21,8% dos trabalhadores disseram ser recompensados por isso.

Segundo a *Polar Insight* (2019), outro dado interessante revelado na pesquisa que contribui para a inflexibilidade no trabalho é o fato de 48,9% dos entrevistados relatar que tem horário fixos de entrada e de saída e 33,9%, diz que essa alteração é difícil de ser feita, mas por motivos pessoais, como pode ser conferido na figura a seguir.



Imagem 11: Trabalho flexível.
Fonte: Flex (2019, p. 16).

No estudo ainda foi revelado que 97,4% dos entrevistados, mesmo tendo interesse de trabalhar em regime flexível, não está disposto a renunciar a condições ou benefícios extrassalariais, como seguro de saúde. Diante desse cenário, neste momento vale fazer uma observação sobre a possibilidade de trabalhar remotamente, pois nota-se que tanto para os trabalhadores como para os empregadores, trabalhar dessa forma é vista como benefício, devido às vantagens de não ter deslocamento para ir à empresa, ter mais flexibilidade no horário de trabalho e com isso conciliar os compromissos da vida pessoal, porém analisando assim tem-se a impressão que é mais importante é estar no ambiente de trabalho e ser controlado mais de perto, do que os resultados alcançados pelo trabalhador.

Porque o trabalho, flexível praticado inicialmente dentro do país de origem de cada cidadão, não pode ser encarado simplesmente como uma opção ao regime de trabalho tradicional? Afinal, esse indivíduo também faz parte do corpo de funcionários da empresa e contribui ativamente para o desenvolvimento da organização a partir de suas atividades profissionais. Então não oferecer plano de saúde, vale alimentação ou qualquer outro tipo de benefício é separar, em diversos níveis, esse membro. Um positivo exemplo dessa possibilidade é relatado por Castells (2016, p. 357), utilizando o modelo holandês, que entre acordos sindicais e adesão de novas possibilidades de trabalho flexível o elemento-chave deste modelo é que os trabalhadores “continuam inteiramente protegidos pelo serviço de saúde nacional, incapacidade, desemprego e planos de pensões”.

Portugal adotou algumas medidas, embora muito restritas, mas já é um início, porém ainda não podem ser aplicadas aos nômades digitais como se pretende abordar nesse texto. No Brasil, por outro lado, em novembro de 2017, as leis trabalhistas foram atualizadas, regulamentando o trabalho flexível no país. Agora, a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT)⁴ ampara os profissionais intermitentes, ou seja, que não possuem vínculo contínuo com alguma empresa, essa condição engloba autônomos e *freelancer*, e quem desenvolve seu trabalho em *home office*, mas neste caso sendo integrante de uma empresa, como divulgado pelo Jornal Correio Braziliense (2019, n/d):

“Nas duas situações, fica garantido o pagamento dos direitos trabalhistas, como o desconto para o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), férias e 13º salário proporcionais. No caso do trabalho intermitente, é essencial que as partes firmem acordo por escrito, que especifique o valor que será pago por hora. A

⁴ A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) é uma lei do Brasil referente ao direito do trabalho e ao direito processual do trabalho. Ela foi criada através do Decreto-Lei n.º 5 452, de 1 de maio de 1943 e sancionada pelo então presidente Getúlio Vargas durante o período do Estado Novo, entre 1937 e 1945, unificando toda legislação trabalhista e existente no Brasil. Fonte: Wikipédia. 20 de setembro de 2019.

remuneração não pode ser inferior à hora do salário mínimo (hoje equivalente a R\$ 4,26) ou, caso haja funcionários contratados para a mesma função naquela empresa, o valor tem que ser equivalente. O dinheiro referente ao FGTS deverá ser depositado na conta do funcionário na Caixa Econômica Federal, como o que é feito com um trabalhador regular. O recibo de pagamento deverá conter a discriminação de cada um desses valores, para que o trabalhador saiba o que está recebendo.”

Embora as duas situações tenham garantias gerais iguais, como as atividades são exercidas de maneiras distintas entre as duas categorias, há particularidades regulamentadoras para cada uma delas, firmadas da seguinte forma:

- **Intermitentes:** Sua contratação deve ser feita em caráter de serviço extraordinário, ou seja, visto como um reforço em situações específicas, como por exemplo garçom (empregado de mesa) ou animadores de festa, por exemplo e realizadas nas instalações da empresa.
- **Home office:** O trabalho é desenvolvido de forma contínua fora das dependências da organização, com horário pré-estabelecido em contrato ou mesmo que não determina o horário de início e fim, deve estar clara a carga horária semanal que deverá ser cumprida. Nesse tipo de trabalho não são contabilizadas horas extras. Quanto aos gastos de materiais, energia, telefone e outros fica aberto para negociação entre as partes, mas deve constar no contrato.

As leis ainda são muito embrionárias e não contemplam todas as realidades de trabalho flexível, mas com base nos resultados da pesquisa que serão apresentados a diante e com o alargamento dessa realidade, uma medida futura que será necessária é a revisão de leis trabalhistas e criação de nova legislação para amparar esse tipo de trabalhador, viabilizar a contratação justa por parte das empresas nos dois países.

Retomando a pesquisa da *Polar Insight* (2019), ainda vale apresentar alguns dados. Referente ao grupo pesquisado foi relatado que jovens, licenciados e mulheres são os trabalhadores que menos flexibilidade têm no mercado laboral português, e o perfil do “trabalhador flexível” é em sua maioria composta pelo género masculino, com idade superior aos 46 anos, incorporado em grandes empresas, com seus rendimentos elevados e responsabilidades de coordenação de pessoas.

Ainda em tempo, a *Polar Insight* (2019) também mapeou os elementos que ajudam a quebrar o paradigma do trabalho tradicional e a inserir essa proposta de trabalho flexível no mercado. O primeiro fator pontuado é o ganho de confiança na economia portuguesa,

promovendo a sensação de estabilidade e aumento na autoestima do trabalhador; o intercâmbio cultural, quesito que gera troca e disseminação de conhecimento, costumes, práticas e rotinas laborais; além da nova geração de trabalhadores, que são jovens portugueses conhecedores do trabalho somente em contexto de flexibilidade laboral. Uma pesquisa realizada em 2019 pela *International Workplace Group* (IWG), com 15 mil profissionais em todo o mundo, no qual o Brasil está incluso, aponta que 83% de seus entrevistados creditam a flexibilidade como um argumento decisivo para escolha de uma proposta de emprego e mostra um aumento na produtividade.

A mobilidade se tornou um atrativo para esses talentos, tanto que tem aumentado o número de anúncios destacando o oferecimento de empregos com a opção “trabalho flexível”, e para se atualizarem existem empresas que já estão adaptando departamentos inteiros, que atuam na maneira tradicional, para essa nova realidade, viabilizando processos e demais quesitos-chave para que as atividades sejam realizadas de maneira remota a fim de potencializar seu nível de retenção. A IWG (2019, p. 21) relata que “A maioria das empresas começa aderindo a uma jornada flexível, depois ao ambiente de trabalho maleável e, então, às ferramentas de tecnologia que permitem o conjunto delas”.

Segundo o IWG (2019), para os entrevistados existem três principais formas de ter um trabalho flexível, sendo elas: ter capacidade de escolher o local de trabalho; possuir controle sobre a própria jornada; e organizar a carga de trabalho de forma independente. Em geral, a visão do empregador é semelhante, e dentro dessas vertentes procura métodos de alcançar esse objetivo, seja permitir que o funcionário faça horário alternativo, ou ir reduzindo gradativamente os dias de trabalho nas instalações da empresa, estas combinadas amigavelmente entre as partes, ou contar com funcionários em *home office* respeitando o horário estipulado pela instituição, e até mesmo um *mix* de rotinas *flex* e tradicional ao longo da semana. Essa variedade de possibilidades é possível devido a grande população trabalhadora e a vasta quantidade de perfil de empresas atuando no país.

“No Brasil, foram entrevistadas 1.116 pessoas. Desse total, 72% consideram que a existência de políticas flexíveis de trabalho é essencial para uma empresa, e 67% disseram que a empresa para a qual trabalham possui alguma política de flexibilidade, dado superior, portanto, ao da média mundial. Para 76% dos brasileiros ouvidos, os espaços flexíveis poderiam reduzir significativamente o tempo que gastam com deslocamento para ir ao trabalho e voltar.” (IWG, 2019, p. 16).

De fato, os brasileiros passam muito tempo no trânsito para concluir o percurso de ida e volta do trabalho. As horas do dia perdidas dessa forma causam grande incômodo e insatisfação, pois poderiam ser momentos de convívio com a família ou destinados a cuidados da saúde, esses e outros motivos são apresentados pela pesquisa e explicam a forma de pensar dessa classe trabalhadora.

“Os trabalhadores estão cada vez mais conscientes das novas maneiras de trabalhar que as mudanças na tecnologia estão trazendo - particularmente os nativos digitais que cresceram com essa tecnologia e cujas expectativas são menos afetadas pelo que era possível antes. Eles sabem que podem trabalhar em qualquer lugar e também sabem que podem trabalhar de maneiras diferentes, adequadas a eles e a seus estilos de vida. Isso significa que eles apreciam a flexibilidade. Por que eles deveriam se deslocar por duas horas ou mais por dia? Por que eles deveriam trabalhar nas cidades se preferiam o campo? Eles querem trabalhar para uma empresa na qual possam experimentar os benefícios de uma comunidade colaborativa, onde quer que estejam, sem perder horas do dia.” (IWG, 2019, p.15).

Uma nova modalidade de jornada laboral flexível que está sendo testada pela Unilever no Brasil é o compartilhamento de cargo (*job sharing*). Quando a empresa anunciou em abril que o cargo de Direção de Recursos Humanos seria dividido entre duas profissionais, a notícia causou grande repercussão nos meios de comunicação.

“O projeto surgiu a partir da confluência entre as demandas individuais das duas funcionárias e a agenda da companhia, que prioriza a inovação nas relações de trabalho continuamente. Essa decisão vem embasada no cenário de ampla adesão a novos modelos de interação em tempos de economia compartilhada vem mostrando como o consumo, a produção e os serviços podem agregar valor ao se tornarem colaborativos.” (Unilever, 2019, n/d).

Desse modo, as duas funcionárias trabalham juntas na empresa um dia na semana em atividades consideradas mais estratégicas para a empresa e os outros dois dias são destinados as atividades secundárias e ou que envolvam a necessidade de ter mais contato presencial com a equipe. Segundo a Unilever (2019), esta é a primeira vez que a empresa experimenta esse formato no Brasil, então quando esse projeto finalizar ele passará por avaliações podendo ser replicado para outras áreas.

Mesmo com todas as possibilidades de trabalho flexível apresentadas ainda não é o suficiente para os nômades digitais, que sentem uma ainda maior necessidade de autonomia no trabalho, como será aprofundado em seguida.

3.1. Conceito e história dos nômades digitais

Por isso, quem ainda não conheça o termo ou confunda com pessoas que somente trabalham remotamente em outro país, executivos que viajam com frequência, pessoas que tiraram um ano sabático ou até mesmo mochileiros, porém esse grupo não viaja para trabalhar ou viaja para descansar do trabalho, nesse caso a proporção é de 50% para cada, ou seja, eles trabalham enquanto viajam.

Pode-se dizer que o nômade digital desenvolve suas atividades profissionais remotamente e geralmente tem flexibilidade sobre sua jornada laboral diária, e referente ao perfil desse trabalhador, percebe-se uma maior necessidade de liberdade para gerir sua carreira em todos os níveis, além do desejo de conhecer novas culturas, pessoas, lugares, obtendo um modelo de trabalho profundamente entrelaçado ao seu estilo de vida, creditando um perfil único de profissional.

Provavelmente a fala de Buscher seja o melhor resumo sobre a intenção de tudo escrito até o momento, pois segundo o autor (2014, p. 224) “assim como os nômades tradicionais, os trabalhadores nômades de hoje são parte de um grande contexto tecnológico, socioeconômico e político.” Os indicadores gerais já foram apresentados, agora essa classe será devidamente apresentada.

Os avanços tecnológicos das TIC foram fundamentais para o surgimento desse trabalhador, pois os artefatos usados por eles viabilizam a vida *mobile* que levam, afinal seria difícil viajar com um computador com monitor de tubo, teclado, HD externo, *mouse*, além das roupas, calçados, itens de higiene pessoal e o que mais precisarem em suas jornadas. Não seria uma tarefa muito prática, pois além dos riscos de danificar os equipamentos com mais facilidade, ainda tem o fato de eles geralmente passarem pouco tempo em cada lugar, somado às restrições que os meios de transportes impõem sobre limite de peso. É verdade que alguns nômades usam carro próprio ou *motorhome* (autocaravana) e conseguem um pouco mais de autonomia nesse quesito, mas de qualquer forma ainda assim suas vidas ficam reduzidos a poucos pertences, praticando muitas vezes o minimalismo – termo que será melhor descrito adiante.

Combinado com as TIC, a expansão da internet banda larga é o segundo pilar essencial para a realização do trabalho remotamente, pois a comunicação entre o nômade e o público final ou a empresa para a qual presta serviço é criada e mantida dessa forma. A internet também serve para ter acesso a materiais armazenados em *clouds*, acesso a

plataformas de edição de seus produtos e serviços, bem como para a divulgação e venda deles. Essa dupla é praticamente 50% do “escritório”.

O terceiro pilar fundamental para essa prática que não pode deixar de ser citado é o desenvolvimento do *trade* turístico, que com o passar dos anos teve sua frota de aeronaves ampliada, proporcionando a redução de preços nas passagens, além da diversidade na oferta de destinos. Esse movimento se expande para os outros meios de transportes terrestres.

Comportamento similar aconteceu com os meios de hospedagens e refletiu-se no comportamento do turista. Há algumas décadas, as pessoas praticamente só viajavam para visitar os parentes que moravam longe e ficavam na casa desses, seja para comemorar festividades ou para comemorar um aniversário mais especial, pois a oferta era menor e o preço mais elevado. Esse cenário só começou a mudar após Thomas Cook, em 1841, organizar o que seria a primeira excursão incluindo todos os elementos turísticos, a base de muita persuasão a fim de baratear os custos. Após o grande sucesso e replicando o método, abriu a primeira agência de turismo e formatando o sistema de trabalho do segmento Rejowski (2005). Hoje, com o alargamento da atividade, o turista pode contar com uma vasta gama de oferta que atende aos mais diversos perfis.

Assim como a comunicação passou por uma profunda transformação e ainda enfrenta desafios diários em consequência da aceleração mundial proveniente da internet e a globalização, no turismo o impacto também não é diferente, e isso pode ser percebido, segundo Rejowski (2005) especialmente no final dos anos 90 do século XX nos transportes mais rápidos, na redução do tempo de estadia nas localidades e diversidade de oferta de produtos e serviços oferecidos pelas agências e pelos *sites* especializados que começavam a oferecer esse tipo de produto, para diferentes perfis de turistas, seja por localização, preço ou identificação de valores pessoais diante da filosofia da empresa.

Com esses elementos disponibilizados em maior quantidade, não se trata do nômade pastoril que se vale desses recursos para continuar a desempenhar seu ofício, mas sim de uma nova classe de trabalhadores que bebe da origem nômade, mas que usufrui das tecnologias ao seu dispor para trabalhar. Essa inspiração nômade é abordada por Meyowitz (2003) na perspectiva da sobreposição e indefinições de papéis sociais, pois para os nômades clássicos não havia diferença entre a noção de lugar de trabalho, casa ou lazer. Com esse pensamento, entende-se que para o autor o nômade digital não divide

suas relações em camadas ou separa de qualquer outra forma, ficando bem claro na seguinte afirmação: “ Uma característica fundamental da era eletrônica é que a maioria das fronteiras física, social, cultural, política e econômica está tornando-se porosa, às vezes ao ponto de desaparecer funcionalmente” (Meyowitz, 2003, p. 97). Como este profissional tem essa base referencial, é intitulado como nômade para mostrar que graças à utilização da tecnologia é livre para se deslocar, pois como já previam Makiamoto e Manners (1997), os indivíduos se tornariam mais independentes geograficamente e possuiriam mais liberdade de escolha podendo optar por duas alternativas quase que opostas, ou seja, sendo nômade ou sedentário.

Assinalando a opção nômade digital, esse terá que dispor de um grupo de elementos combinados de suporte para a realização de sua atividades diárias, comunicação e acesso à internet indispensáveis nos tempos atuais. O *smartphone* e o computador portátil, companheiros inseparáveis desse sujeito, são os equipamentos *mobile*, artefatos que possibilitam a mobilidade; as tecnologias sem fio que fornecem conexão a *links* de comunicação sem fio como são as redes de telefonia celular, *bluetooth*, sinal via satélite, são as ubíquas são as redes sem fio que promovem comunicação entre os artefatos independente de onde se encontram (Saccol & Reinhard, 2004).

É como encontramos no blogue Nômades Digitais, a maior referência no Brasil sobre o assunto.

“com a evolução da era digital e das tecnologias móveis, cada dia mais pessoas começaram a perceber que os limites geográficos não são mais precisos. Se você pode trabalhar de casa, usando a tecnologia, você pode trabalhar de qualquer lugar do mundo. E esse é o novo Sonho Americano pra muita gente, e os personagens dessa nova história ganharam o nome de “Nômades Digitais.” (Viegas & Barbosa, 2019, p.n/d).

A titulação referente aos nômades digitais têm algumas variantes. Abaixo serão apresentadas as mais conhecidas com o nome do autor que cunhou o termo e uma breve explicação sobre cada.

AUTOR	ANO	TERMO	RESUMO
Mello	1999	Teletrabalho	É qualquer alternativa para substituir as viagens ao trabalho por tecnologias de informação como telecomunicações e computadores.

McLuhan	1974	Nômades Modernos	Aqui é feita previsão de como seriam os indivíduos no futuro destacando que a abundância tecnológica proporcionaria dois grupos distintos contendo os seres sedentários e os nômades
Mark e Su	2008	Nomadcity	Usa o termo para definir um modelo de trabalho móvel onde as pessoas estão sempre em movimento, fazendo viagens de longas distâncias somente com competências essenciais para ter uma base de trabalho para desenvolver suas atividades no local de trabalho temporário que preferir.
Makimoto	1997	Nômades Digitais	Define um novo estilo de vida no qual os indivíduos são livres das limitações do tempo e localização, sendo isso possível graças a comunicação de alta velocidade por meio dos dispositivos móveis.

Quadro 4: Variações do termo nômade digital.
Fonte: Organizado pela autora.

Existem ainda outros termos para referenciar esse grupo de trabalhadores, cada um evidenciando uma perspectiva, mas todos colaborando na descrição do mesmo. Sobre o quadro acima, vale fazer uma observação a respeito de como o termo “teletrabalho”, que surge relatado em documentos mais antigos no Brasil, especialmente na década de 1990. Quanto à escolha deste trabalho, optamos por utilizar o termo “nômades digitais”, o que justificamos pelo fato de ser o mais popular na atualidade, especialmente entre quem vive dessa forma, por melhor se enquadrar na perspectiva da autora visando o objetivo desse estudo, além de ser cunhado por Makimoto (1997), maior referência no assunto a nível mundial.

A este conceito ainda é acrescentada o “espírito de liberdade” refletido no desejo de autonomia intrínseca nesse indivíduo, combinada com a consideração de Castells (2000) sobre a tendência em aumentar a tomada de decisão e autonomia dos trabalhadores do conhecimento que cada vez mais tornam-se os ativos mais valiosos das empresas.

Até ao momento deste estudo, foram abordados mais profundamente os profissionais que possuem trabalhos remotos, mas que fazem parte de alguma organização, porém como já dito, esta não é a única possibilidade de atuação. Os nômades são prova disso. Eles até podem ser e fazer outros trabalhos extras, porém como profissionais independentes utilizam todas as oportunidades que a internet pode oferecer, como trabalhar como *free lancer* em serviços rápidos; se envolver em projetos um pouco mais extensos; prestar consultoria; e desenvolver, divulgar e vender produtos e serviços

próprios. Este último caso, muitas vezes, requer a criação o relacionamento íntimo com o público, pois muitas vezes se trata de palestrantes, escritores, *designers*, *YouTubers* ou criadores de conteúdo no geral.

Estes utilizam as redes sociais, como *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*⁵ ou *Youtube* para divulgação, e mais do que isso, para fidelizar seu público por meio de um estreito relacionamento, pois como Lemos (2002, p. 13) destaca as principais características dessa cibercultura são “o compartilhamento de arquivos, música, fotos, filmes, etc.”. Sendo assim, independente de onde esse trabalhador (que agora se torna uma figura pública) se encontra, ele “carrega” seus seguidores a todos os lugares e compartilha diversos momentos do seu cotidiano, pois como bem descreve Santaella (2011, p. 4):

“Na medida em que a comunicação entre as pessoas e o acesso à internet começaram a se desprender dos filamentos de suas âncoras geográficas – modems, cabos e desktops – espaços públicos, ruas, parques e todo o ambiente urbano foram adquirindo um novo desenho que resulta da conexão à internet enquanto a vida vai acontecendo. Assim, essa quinta geração de tecnologias comunicacionais, a da conexão contínua, é constituída por uma rede móvel de pessoas e de tecnologias nômades que operam em espaços físicos não contíguos.”

Como já previa Santaella (2011), os celulares seriam cada vez mais inteligentes e a função *touch* seria obrigatória para todos os dispositivos móveis, deixando as relações literalmente conectadas pelas pontas dos dedos. Essa relação hoje tão habitual, anteriormente era considerada invasiva chamando a atenção de muitos quando Colin Wright⁶ adotou um estilo de vida em constante transito, e mais ainda dando ao seu público o poder de em quatro e quatro meses, de decidirem onde ele irá morar.

Colin Wright, ao mesmo tempo que está descobrindo a nova cidade para qual acaba de se mudar também, publica livros, atualiza seu *blog*, disponibilizando novos conteúdos

⁵ O TikTok, anteriormente chamado de Musical.ly, é um aplicativo que permite gravar vídeos curtos, geralmente com dublagens musicais, danças, clipes ou cenas de humor. O app chegou à lista dos mais baixados nos Estados Unidos no mês de outubro, contado com 130 milhões de usuários, e ficando à frente de Instagram e Facebook. O serviço é febre entre o público jovem asiático, especialmente entre os chineses, mas também faz sucesso no Brasil. Extraído do site: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/11/o-que-e-tiktok-conheca-o-app-mais-baixado-que-instagram-e-facebook-nos-eua.ghtml>

⁶ É considerado um dos nômades digitais mais conhecido no mundo. Eu sou originalmente da Califórnia. Eu viajo em período integral desde 2009, às vezes pedindo aos meus leitores para votar para onde devo mudar a seguir. Apresentei workshops sobre branding e lecionei aulas de design. Escrevi livros sobre curadoria e vida intencional e produzi episódios de podcast, *Let's Know Things*. Publico um boletim por e-mail e blog no *Exile Lifestyle*. Extraído do site: <https://colin.io/about/>

em seu *podcast*, palestrando pelo mundo, tudo ao mesmo tempo, sendo um homem multiplataformas. Ele poderia ser o exemplo ideal de Bauman (2011) referente a modernidade líquida, que apresenta múltiplas oportunidades onde todas devem ser experienciadas instantaneamente:

“Qualquer oportunidade que não for aproveitada aqui e agora é uma oportunidade perdida; não a aproveitar é assim imperdoável e não há desculpa fácil para isso, e nem justificativa. “Agora” é a palavra-chave da estratégia de vida, ao que quer que essa estratégia se aplique e independente do que mais possa sugerir.” (Bauman, 2001, p. 187).

Nessa condição, tudo deve ser otimizado desde os itens levados na bagagem, a seguir pelo exemplo de Colin Wright, famoso por seus 51 pertences, até aos lugares utilizados para desenvolver seus projetos, por isso bastando um sinal de internet já se pode chamar o local de escritório. Neste caso, esse recurso pode ser considerado um “oásis” para um nômade digital indiferentemente se tratar de um *coworking*⁷, café ou a casa temporária.

Mas para manter esse estilo de vida, onde se pretende conciliar trabalho e lazer, não é uma tarefa fácil, pois se por um lado o trabalho convencional é limitante em certos aspectos, por outro ele oferece mais segurança e estabilidade, como uma remuneração fixa pré-estabelecida, condições estruturais e plano de carreira. Optando pela liberdade, o nômade precisa de disciplina, organização e foco diário para viver dessa forma.

Revelando a “fórmula do sucesso”, Tim Ferriss lançou em 2007 o livro “Trabalhe quatro horas por semana”⁸ no qual elaborou uma metodologia de trabalho de gerenciamento de tempo (laboral e pessoal) e desenvolvimento profissional, visando o sucesso financeiro. Seu livro virou um *best seller*, assim como toda a sua restante obra, segundo o *The New York Times*, mas além de alcançar esse sucesso, Ferriss também é investidor anjo e membro do conselho no *Facebook*, *Twitter*, além de outras *startups* menores. O sucesso desse livro tem uma importância simbólica, pois marca o crescimento expressivo no número de pessoas que tomaram coragem e decidiram adotar este estilo de

⁷ Trata-se de um modelo de trabalho que diz respeito à partilha de espaço e dos recursos de trabalho, por duas ou mais pessoas, podendo ser profissionais das mais diversas áreas. Normalmente, são trabalhadores independentes, profissionais liberais ou com pequenas empresas, que preferem partilhar um espaço de trabalho ao isolamento em casa. Extraído do site: <https://www.e-konomista.pt/artigo/coworking/>

⁸ Título original: *The 4-hour work week*

vida. É claro que nessa altura as TIC estavam mais popularizadas contribuindo consideravelmente para esse cenário, possibilitando a rotina de trabalho e viagem em simultâneo mais palpável, porque somente pessoas provenientes de famílias abastardas conseguiam dedicar longos períodos para viagens.

No Brasil, mais ou menos no mesmo ano, surgiu o site “Nômades Digitais” dos nômades Eme Viegas e Jaque Barbosa, onde relatam suas experiências, fazem indicação de destinos, o primeiro a realizar venda de curso online para quem quisesse informações mais detalhadas sobre como aderir esse estilo de vida. A fim de fazer o leitor refletir sobre o estado atual de sua vida o site traz o artigo “Manifesto Nômade Digitais”:

“O modelo social que a maioria das pessoas considera “normal”, é oriundo do final da Segunda Guerra Mundial. Com tudo destruído, com a economia quebrada, com altas taxas de desemprego, falta de moradia, e famílias desfalcadas pela guerra, o sonho das pessoas passou a ser reconquistar as perdas. Isso significava ter uma casa bonita, com cerca branca e grama aparada, uma carreira de sucesso em uma grande empresa, trabalhar sempre mais para conseguir aquela promoção, para poder finalmente casar, ter filhos, um belo carro na garagem e duas férias de 15 dias ao ano. Construiu-se, assim, o Sonho Americano. Isso significa que antes mesmo de você nascer, o mundo já tinha expectativas sobre você, impondo um caminho que é traçado da mesma forma pela maioria das pessoas. Te fizeram acreditar que não havia outras escolhas. Que essa era a única trilha possível para a felicidade. Eles estavam enganados.” (Viegas e Barbosa, 2019, n/d).

Depois de todas as correntes teóricas apresentadas ao longo desse documento mostrando os anseios dessa e da próxima geração, discorrendo sobre o quão importante é ser um profissional criativo e inovador sabendo alinhar essas virtudes ao bom uso da tecnologia em um mundo *mobile* e conectado, se deparar com um trecho do manifesto, onde são elencadas expectativas rígidas sobre o futuro, seguir o planejamento de vida acima entra em conflito com as previsões sociais futuras. Obviamente o ponto mais importante aqui não é concordar ou discordar por completo, esclarecer que existem mais possibilidades.

Essa reflexão proposta pelo casal ganha mais credibilidade após saber que estes nômades são donos de mais dois *sites* bastante populares, sendo o “Casal sem Vergonha” com conteúdo exclusivo sobre sexo e relacionamentos amorosos e o *Hypheness* que aborda todo o universo de criatividade, inovação com teor inspiracional, que até o ano de 2016 ”juntos

somam mais de 10 milhões eleitores por mês e mais de 2.5 milhões⁹ de reais de faturamento anual” (Viegas & Barbosa, 2016, n/d).

Com a demanda de interesse aumentando, com o intuito de se tornar nômade digital, mais conteúdos sobre o assunto foram criados como por exemplo sobre melhores destinos, lista de profissões mais indicadas para converter a rotina tradicional para a realidade nômade digital, siga o perfil de um dado nômade para inspirar seu dia, e é claro, a venda de curso “preparatório” também cresceu.

As motivações principais dessas pessoas em mudar completamente suas vidas são muito diversas, e esse será um dos pontos que será respondido ao longo do trabalho empírico que será apresentado de seguida, e que tem a oportunidade de explorar mais aprofundadamente como é viver dessa forma, objetivando relatar “sinergias entre plataformas digitais no trabalho dos nômades digitais”. Outras questões que serão respondidas referentes a esse profissional, que tem as esferas da vida pessoal e profissional tão entrelaçadas são: quais são os artefactos e as plataformas mais utilizadas por eles para desempenhar o trabalho?; qual a é a carga horária de trabalho diário, em média?; quais são os pontos positivos e negativos de trabalhar dessa forma?; dentre outras questões, mas sempre comparando se há diferença entre portugueses e brasileiros.

9 O valor de 2.5 milhões de reais corresponde aproximadamente a 500 mil euros. Sobre o funcionamento, a empresa funciona totalmente online.

4 Metodologia

A metodologia aplicada tem como objetivos examinar, descrever e avaliar os métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a melhor coleta e processamento das informações, orientada para resolver problemas e/ou questões de investigação (Prodanov e Freitas, 2013).

Definir a metodologia mais adequada ao tema e às questões de investigação formuladas é de suma importância para o alcance de bons resultados e, para além disso, que a investigação possa ser de relevância. Sendo assim, a primeira fase deste trabalho teve início com a revisão de literatura, pretendendo construir um cenário conceitual sobre a origem desse profissional nômade e a flexibilidade de trabalho inerente à sua realidade trabalhista.

Na fase empírica deste estudo optou-se por adotar uma abordagem qualitativa, que será descrita após a apresentação dos objetivos.

4.1 Objetivo primário e objetivos secundários

No caso desta pesquisa, a questão principal a explorar é as sinergias que as plataformas digitais podem proporcionar para o desenvolvimento dos trabalhos realizados pelos nômades digitais, visto que somente a partir do advento das TIC pode acontecer o desenvolvimento desse tipo de trabalhador que associa o trabalho ao seu estilo de vida.

Em seguida, apresentamos objetivos secundários:

- Identificar os principais fatores para adotar o estilo nômade digital;
- Estudar a configuração do arranjo trabalhista: vinculado a uma empresa física, empresa online ou autônomo;
- Identificar os locais de trabalhos mais utilizados;
- Definir a carga horária diária, em média;
- Identificar pontos positivos e negativos de trabalhar dessa forma;

- Apontar as plataformas digitais utilizadas por esses públicos para desenvolver seu trabalho, bem como identificar as que são maioritariamente utilizadas;
- Explorar se a plataforma usada tem impacto na capacidade de conseguir novos clientes; e
- Compreender se a cidade ou país influencia na escolha e desempenho do trabalho realizado.
- Comparar se existem diferenças comportamentais entre os brasileiros e os portugueses.

A comparação entre os participantes dos dois países envolvidos é interessante para a pesquisa pela possibilidade de revelar se há diferenças entre si, visto que as duas nações investiram em tecnologia e em uma nova economia – respeitando as características locais de cada lugar - e com isso tiveram sua população transformada.

Abaixo será apresentado o método escolhido para alcançar esses objetivos.

4.2 Método Qualitativo

Este estudo trata-se de uma pesquisa exploratória devido ao tema ainda ser pouco abordado dentro da academia, mercado e na sociedade em geral. Ele é desenvolvido visando proporcionar um cenário geral sobre um determinado facto, onde se busca “padrões, ideias ou hipóteses, em vez de testar ou confirmar uma hipótese” (Collis & Hussey, 2005, p. 24).

Em detrimento de uma pesquisa mais abrangente e representativa sobre o assunto, a pesquisa qualitativa mostrou-se mais interessante a fim de revelar mais informações referentes a procedimentos, ao perfil do público, a padrões de comportamento, entre outros possíveis elementos que podem ser analisados. Sendo assim, a pesquisa exploratória segue uma orientação voltada para a descoberta e para o aprofundamento de tendências, perfeitamente adequada ao estudo de fenômenos recentes/emergentes, como o caso do nômades digitais, descrito ao longo do enquadramento teórico.

Na metodologia qualitativa, normalmente o fenômeno pode ser entendido por meio da exploração do conceito ou fenômeno, sendo uma metodologia mais usada para explorar tópicos pouco estudados (Creswell, 2009), em abordagens exploratórias.

A técnica escolhida para este trabalho é uma das mais usadas nas Ciências Sociais para recolha de dados, a entrevista. Quando essa é semiestruturada, ela guia o entrevistador, porém confere-lhe liberdade para fazer intervenções nos momentos necessários para esclarecer alguma dúvida ou conseguir informação suplementar.

Guerra (2006) lembra do espaço destinado as perguntas de caracterização do entrevistado, que irá compor a amostra, como: Idade, datas relacionadas, género. Essas que geralmente são fechadas e objetivas. Guerra (2006) ainda acrescenta:

“A maior parte das vezes, os investigadores que conceberam a pesquisa também são quem realiza as entrevistas as entrevistas, pelo que, quando acabam de conceber o guião, já o conhecem perfeitamente e têm-no memorizado. Essa memorização permite que seguir o discurso do entrevistado na sua lógica própria sem preocupação com a ordem do questionamento, introduzindo as perguntas de «lembrança» quando oportuno, assemelhando-a a entrevista a uma conversa informal e fluida. De facto, nem o modo de perguntar nem a ordem das perguntas é importante, pois o apelo à racionalidade do actor permite a proximidade no vocabulário e a sequencia. A questão mais importante na construção do guião não é nenhuma das acima descritas, que são do conhecimento geral. A questão mais importante é a clarificação dos objetivos e dimensões de análise que a entrevista comporta.”

Segundo Albarello at. all. (2005), no tratamento de dados de entrevistas, distinguem-se em três tipos de objetivos: Descrição simples; Descrição analítica; e Teoria local. Aprofundado na Descrição analítica trata-se de um trabalho mais inovador, pois suas categorias são descobertas individualmente a partir dos dados. Ao contrário da descrição simples, que parte de classes e com uma grelha pré-definida por algum autor, aqui:

“decorre do facto de o analista pretender evitar dar início ao seu trabalho com esquemas de raciocínio preconcebidos, não desejar impor categorias pré-fabricadas que não «encaixam» no universo sócio-simbólico que se esforça por descrever ou, mais exatamente, por compreender.”. Albarello at. all. (2005, p. 121).

Essa medida possibilita um novo olhar sobre a questão estudada, pois, mediante a interpretação, se esforça em reconstruir o significado visado pelos sujeitos do cenário tratado, desvendando os sentidos de uma ação ou situação com o objetivo de explicar suas causas e/ou efeitos.

4.3 Seleção e caracterização da amostra

Visando o caráter exploratório da pesquisa, foi analisado um grupo constituído por 10 brasileiros e 10 portugueses que têm em comum o modo de vida nômade digital, dessa forma criou-se uma amostra intencional (*purposive* em inglês), não probabilística e não representativa do universo. O objetivo desta amostra é precisamente aprofundar o fenómeno selecionando participantes que correspondem a um conjunto de critérios. Neste caso são: 1) Ser nômade digital e 2) Ser brasileiro ou português. Esse último critério tem como finalidade verificar se existem diferenças comportamentais entre as duas nações. Nessa amostra intencional procurou-se diversificar o perfil dos entrevistados para que contemplasse as mais variadas formas de viver e trabalhar dessa maneira, proporcionando diversidade de experiências e narrativas para enriquecimento do trabalho. Os critérios considerados foram: 1) Cada nacionalidade contemplada no estudo ser composta de forma igualitária por ambos os géneros masculino e feminino; 2) Diversificar o máximo possível a faixa etária; 3) Diversificar a área de atuação destes profissionais; 4) Diferentes tempos de experiência como nômade digital; e 5) Tipo de arranjo de trabalho, ou seja, ser vinculado a uma empresa de sede física, pertencer a uma empresa digital ou ser autónomo.

Entre os nômades digitais é comum o compartilhamento de sua rotina, e por vezes essa é a origem da sua fonte de renda, por isso alguns nômades portugueses e brasileiros foram contactados por meio de suas redes sociais ou outros contatos profissionais oficiais. Parte dos entrevistados portugueses e brasileiros foram encontrados a partir de buscas nas redes sociais (*Instagram* e *Facebook*). Para encontrá-los foram usadas as seguintes *hashtags*: #nomadedigital, #nômadedigital, #nomade, #nomades #nomadas, #nomadadigital, #digitalnomad, #digitalnomads e #digitalnomadlifestyle. Outros foram encontrados a partir de procura no *Google* com a utilização das palavras-chaves como: nômades digital; nómade digital; nómada digital¹⁰; nomadismo digital, *blog* de viagem (depois verificava se o autor era nômade digital). Nesses dois grupos, dependendo dos

¹⁰ Os termos “nómade digital” e “nómada digital” são usados entre os portugueses para se referirem a esse estilo de vida.

contatos públicos disponíveis, foram enviadas mensagem de texto privadas e e-mails. Dois entrevistados brasileiros têm origem do meio social da entrevistadora, a esses foi feito o convite para participar na entrevista por mensagem de *WhatsApp*. Para concluir a amostra, foi pedido que os entrevistados portugueses indicassem o contato de pelo menos mais um nômade, seguindo a técnica de amostragem “bola de neve”, e com esses os contatos foram feitos por *WhatsApp* ou e-mail. O texto convite era padronizado para todos os 20 convidados, só alterando o nome do sujeito em questão.

Dessa forma, a amostra é composta por profissionais de ambos os sexos, sendo 10 homens e 10 mulheres, que no momento estejam vivendo no estilo nômade digital. Para não tendenciar as respostas, foram entrevistados profissionais das indústrias criativas e relacionadas, variando ao máximo os segmentos e/ou funções exercidas, independentemente de se estão vinculados a empresas ou se são autônomos, para obter acesso às mais diferentes rotinas diárias de trabalho, gama de uso de plataformas digitais, entre outras informações pertinentes.

Perfil dos entrevistados						
	Nome	Sexo	Idade	Profissão	Localização atual	Tempo de nomadismo
B r a s i l	R.E.	Feminino	33 anos	Jornalista	Portugal	3 anos
	R.A.	Masculino	33 anos	Produtor de Conteúdo	Portugal	2 anos
	P.K.	Feminino	32 anos	Publicitária	Brasil	3 anos
	N.I.	Feminino	31 anos	Designer	Portugal	6 anos
	V.I.	Masculino	43 anos	Professor online	Holanda	9 anos
	D.A.	Feminino	29 anos	Empresária	Portugal	4 anos
	S.B.	Masculino	34 anos	Consultor ambiental	Brasil	2 meses
	S.A.	Masculino	37 anos	Professor online	Austrália	3 anos
	L.U.	Feminino	31 anos	Jornalista	Portugal	8 anos
	T.H.	Masculino	36 anos	TI	Noruega	2 anos

P o r t u g a l	K.Y.	Feminino	28 anos	Marketing Digital	E.U.A	7 anos
	G.H.	Masculino	32 anos	Consultor	Vietnã	2 anos
	C.M.	Feminino	44 anos	Geografa	Indonésia	3 anos
	S.M.	Feminino	33 anos	Marketing Digital	Malásia	2 anos
	F.T.	Masculino	34 anos	Marketing Digital	Suíça	2 anos
	R.I.	Masculino	35 anos	Designer	Inglaterra	4 anos
	J.O.	Feminino	32 anos	Produtora de Conteúdo	Laos	12 anos
	A.P.	Masculino	45 anos	Blogger	Índia	15 anos
	C.V.	Feminino	36 anos	Jornalista	Filipinas	12 anos
	J.V.	Masculino	34 anos	Fotógrafo	Tailândia	7 anos

Tabela 1: Perfil dos entrevistados.

Fonte: Organização da autora.

4.4 Técnicas de recolha de dados

A técnica utilizada para recolha de dados foi a entrevista, essa se mostra como mais apropriada, pois devido o número amostral de participantes ser suficiente para essa pesquisa, ainda assim representa uma parcela muito pequena desse universo. Uma grande vantagem dessa técnica é a possibilidade de se aprofundar no tema resultando em dados sólidos.

As entrevistas individuais foram realizadas pessoalmente ou via chamada de vídeo pelas funcionalidades disponíveis nas plataformas *WhatsApp*, *Instagram*, *Skype* e *Zoom* (uma plataforma de reuniões online). As mesmas tiveram que ser aplicadas assim devido à disposição geográfica dos entrevistados e da entrevistadora, visto a natureza do público estudado. As entrevistas foram agendadas e aconteceram no período compreendido entre os meses de agosto e outubro de 2019. O guião de perguntas está disponibilizado no apêndice 1.

Embora as perguntas sejam as mesmas e a condução das entrevistas tenha sido bem semelhante entre todos os participantes, as entrevistas com os brasileiros duraram em média uma hora ao passo que as realizadas com portugueses a média ficou em 35 minutos. Todas as entrevistas foram gravadas com o consentimento prévio dos participantes,

respeitando o Regulamento Geral da Proteção de Dados (RGPD) em vigor em Portugal e as diretrizes éticas para investigação qualitativa em Ciências Sociais da Universidade Católica Portuguesa. O modelo de autorização aplicado pode ser encontrado no apêndice 2.

As entrevistas realizadas pessoalmente aconteceram nos locais escolhido pelos entrevistados. Para as realizadas por vídeo-chamadas, o local usado pela entrevistadora foi uma sala calma e sem ruídos, na qual o fundo da imagem que aparecia para os entrevistados era uma parede branca neutra, porém entre os entrevistados contactou-se a utilização de espaços como *coworking*, cafés, residência e *Airbnb*.

Quanto aos artefactos para conseguir estabelecer a conexão, alternou-se entre celular (telemóvel) e *notebook* (computador portátil) dependendo da plataforma utilizada. Esse comportamento ocorreu de ambas as partes.

Neste estudo, para a melhor análise do uso das plataformas digitais e de como elas possibilitam o desenvolvimento das atividades profissionais desses participantes, foi aplicado um guião de entrevista semiestruturado, o qual permitia manter um “tom” mais informal na aplicação da mesma, e ao mesmo tempo um controle por parte da entrevistadora para alterar a ordem das perguntas caso necessário, para manter a fluidez.

O guião elaborado contém 7 perguntas fechadas, sendo que 4 são para construir o perfil do entrevistado (sexo, idade, país de origem e profissão), 1 de sim e não. As outras duas perguntas fechadas são baseadas numa escala de Likert, pois esta “permite medir as atitudes e conhecer o grau de conformidade do entrevistado com qualquer afirmação proposta” (Llauradó, 2015, p.1), sendo bastante útil em situações nas quais houve necessidade de o entrevistado expressar sua opinião e o entrevistador conseguiu ter condições de mensurar, por meio de uma escala, o grau de intensidade de concordância dos entrevistados relativamente a algumas afirmações. As demais vinte e quatro perguntas são abertas e por vezes acompanhada da subpergunta “porquê?”.

As perguntas foram elaboradas para obter dados sobre as experiências pessoais de cada entrevistado, bem como para responder ou conferir se a amostra analisada correspondia a factores e argumentos apresentados ao longo do enquadramento teórico. As perguntas estão dispostas em quatro partes, cada uma correspondente a uma questão central, ficando assim:

- 1ª Parte – Perfil do indivíduo: 4 perguntas fechadas;
- 2ª Parte – Motivação para mudança de estilo de vida/trabalho: 6 perguntas abertas a respeito da transição do estilo de trabalho tradicional para nômade digital, desde de conhecimento do termo aos recursos e processos necessários para alcançar esse novo estilo de vida;
- 3ª Parte – Relativa ao modo de trabalho e a utilização das plataformas digitais para realização do trabalho: na parte mais densa da pesquisa incidindo sobre o tema central, foram feitas 3 perguntas fechadas e 17 perguntas abertas, para entender como se dá o uso das plataformas digitais, o grau de importância atribuídas a elas, nível de satisfação por trabalhar assim, a média da carga horária diária de trabalho, entre outras questões pertinentes para compor o cenário trabalhista dessa classe.
- 4ª Etapa – Outros assuntos relacionados ao nomadismo digital: foram perguntas mais leves utilizadas para terminar a entrevista onde poderá ser notado se a cidade ou país influencia o desenvolvimento do trabalho.

Com exceção da primeira parte, constituída pelas quatro perguntas iniciais, que têm a função de ajudar a traçar o perfil dos entrevistados, as demais partes foram desenvolvidas pautadas pela revisão bibliográfica abordada nos três primeiros capítulos desse trabalho. A tabela abaixo apresenta um mapeamento da associação entre teoria e questões.

Questões/Objetivos de investigação	Autores e conceitos	Questões do guião
Identificar os principais fatores para adotar o estilo nômade digital	<p>Pink (2000) O novo profissional</p> <p>Bauman (2001) Modernidade líquida</p>	<p>Em qual ano e como teve conhecimento da possibilidade de trabalhar como nômade digital?</p> <p>- Porque decidiu ser nômade digital?</p> <p>- Quais são as características que um nômade digital precisa ter?</p> <p>- Há quanto tempo você adotou esse estilo de vida?</p> <p>- Você precisou se preparar para essa mudança de vida? Sim Não</p> <p>(Se não pular para pergunta 11)</p> <p>- Quanto tempo precisou e o que fez para alcançar esse objetivo?</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Estudar a configuração do arranjo trabalhista vinculado a uma empresa física, empresa online ou autônomo - Identificar os locais de trabalhos mais utilizados - Definir a carga horária diária, em média - Identificar pontos positivos e negativos de trabalhar dessa forma - Apontar as plataformas digitais utilizadas por esses públicos para desenvolver seu trabalho, bem como identificar as que são maioritariamente utilizadas - Explorar se a plataforma usada tem impacto na capacidade de conseguir novos clientes 	<p style="text-align: center;">Castells (2006) Sociedade em Rede</p> <p style="text-align: center;">McLuhan (1974) Artefatos como extensão do corpo humano</p> <p style="text-align: center;">Santos (1989) Características do trabalho flexível</p> <p style="text-align: center;">Makimoto (1997) Conceito de nômade digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Por quantas cidades ou países você já passou vivendo dessa forma? - Qual o tempo médio que você fica em cada cidade ou país? - Em quais tipos de ambientes ambiente geralmente você trabalha? (ex: coworking, café, praia, casa, hotel...) Qual prefere e porquê? - Em média quantas horas você trabalha por dia? - Você trabalha de forma autônoma? Sim Não (Se sim responda às questões 16 e 17) - Quais as plataformas digitais você usa para conseguir/desenvolver/manter contato com o contratante seu trabalho? - Você utiliza alguma plataforma digital para divulgar seu trabalho? - A empresa em que você trabalha possui alguma plataforma interna para a comunicação e/ou gestão dos trabalhos da equipe? - Quais são os três fatores (recursos/estrutura) essenciais para a realização do trabalho como nômade digital? - Você sente falta de algum tipo de dispositivo, software, aplicativo ou mecanismo que melhoraria o desempenho do seu trabalho? (esse produto pode existir ou você pode imaginar como seria) Qual? - Cite os três principais fatores positivos e negativos de trabalhar dessa forma? - Sua renda é totalmente proveniente do trabalho realizado digitalmente ou você precisa completar de alguma outra forma? Se precisa completar, poderia dizer a fonte? (reserva pessoal/ renda do cônjuge/ trabalho extra por onde passa) - Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 pouco e 5 muito, como você
---	--	--

		<p>classifica sua percepção quanto ao aumento de nômades digitais? Justifique. 1 / 2 / 3 / 4 / 5</p> <p>- O que você pensa sobre o futuro da sua profissão nesse meio?</p> <p>-- Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 pouco e 5 muito, atualmente você tem vontade de voltar a trabalhar em uma rotina convencional? 1 / 2 / 3 / 4 / 5</p>
<p>- Compreender se a cidade ou país influencia na escolha e desempenho do trabalho realizado</p>	<p>Viegas e Barbora (2016) Manual do Nômade Digital</p>	<p>- Qual foi o melhor lugar que já morou trabalhando dessa forma? Porquê?</p> <p>- Qual o próximo destino? Porquê?</p> <p>- Você considera que já alcançou o objetivo inicial estipulado quando iniciou essa mudança de estilo de vida?</p>

Tabela 2: Perguntas de investigação, fundamentação teórica e guião de entrevista.
Fonte: Organização da autora.

Seguidamente apresentaremos a análise e discussão dos resultados.

5 Resultados e análise da pesquisa

Este estudo começa com a missão de descobrir quais são os principais fatores que estimulam os indivíduos a adotar o estilo de vida nômade digital. Inicialmente, a amostra estudada será analisada em sua totalidade, porém, como um dos objetivos secundários é analisar se há diferenças entre portugueses e brasileiros, quando pertinentes essas observações serão feitas.

Logo no início, os fatores que os levaram a mudarem do estilo de vida e trabalho ditos tradicionais para adoção do nomadismo digital são revelados. Na verdade, foi possível detectar que alguns primeiro transitaram para esse estilo de vida mais arrojado e depois descobriram que existe uma classificação para quem vive dessa forma, como foi o caso de N.I. de 31 anos, que em 2013 estava fazendo um intercâmbio na Itália quando apareceu a primeira oportunidade:

“Eu já trabalhava como designer no Brasil, mas uma empresa da minha cidade me propôs um trabalho enquanto estava fazendo um intercâmbio na Itália, como o material que eles precisavam eu podia desenvolver e enviar digitalmente, eu aceitei. Ao término da viagem voltei para minha cidade e foram aparecendo mais pedidos. Em pouco tempo comecei a trabalhar em *home office*. Como a maioria dos clientes eu não encontrava pessoalmente logo percebi que não precisava ficar presa dessa forma. Informei os meus clientes que não iria morar mais na cidade, cuidei dos últimos detalhes e me mudei de país... Só depois de anos descobri que a vida que eu levava era conhecida como nômade digital”.

Uma constatação feita nessa pesquisa, e que será mencionada pelos participantes algumas vezes, é a prática muito comum entre os nômades digitais de escolher um lugar de apoio e a partir desse ponto conhecer outras cidades e/ou países. Como foi o caso de V.I., que, um pouco diferente de N.I., há muitos anos trabalhava em *home office* na área de TI e juntamente com a sua esposa planejou mudar de país. O ano era o de 2009 e a cidade escolhida foi Buenos Aires (Argentina), porém ainda nos dois primeiros meses em que procuravam apartamento na nova cidade mudaram os planos: “Após ler o livro ‘A arte da não formidade’¹¹ de Chris Guillebeau tive conhecimento do termo e depois de uma conversa decidimos não fixar residência para testarmos essa possibilidade.”.

¹¹ Título original: *The Art of Non-Conformity*

Tirando uma média entre todos os entrevistados, 2013 foi o ano em que a maioria conheceu o termo e mudou para esse estilo de vida. Porém, se os dados forem analisados por nacionalidade, a maioria dos brasileiros tiveram conhecimento do termo em 2013 e em 2014 adotou esse estilo de vida, embora isso não signifique que todos tenham seguido essa ordem, visto o exemplo acima. Essa regra também pode ser aplicada para os portugueses, porém o resultado aponta que o conhecimento do termo e a adoção do estilo de vida aconteceram no ano de 2012.

Essa situação é exatamente o que aconteceu com a portuguesa K.Y. que hoje tem 28 anos, mas em 2014 estava no seu último ano de licenciatura em França e, após alguns estágios, percebeu que gostava do ramo da comunicação, porém não da rotina nos escritórios. Mediante essa insatisfação, começou a procurar outros modelos de trabalho, especialmente online. Conheceu vários nômades digitais nos Estados Unidos e no Brasil que trabalhavam com comunicação digital e marketing digital, no final do mesmo ano e começou a estruturar o seu negócio.

“Em fevereiro de 2016 foi quando eu percebi que eu tinha montado um negócio, ou seja, já conseguia ganhar dinheiro, já tinha serviços testados e comprovados, já tinha clientes satisfeitos, já tinha cada vez mais pedidos de orçamentos e decidi entregar as chaves do apartamento onde morava e ir embora.”

De qualquer modo, considerando que em ambas as nacionalidades a maioria dos indivíduos possuem um histórico com mais de cinco anos trabalhando dessa forma, esse tempo de experiência assegura credibilidade, devido às várias situações profissionais que já viveram referentes a ambientes de trabalho, equipamentos, *software* e características individuais que os nômades precisam de ter para conseguirem desenvolver o seu trabalho com sucesso. Por outro lado, as experiências dos que possuem menos de cinco anos não são desmerecidas, visto que todas as experiências trazem perspectivas individuais sobre o modo de trabalhar igualmente interessantes para esse mosaico que começa a ser montado.

	Ano que tiveram conhecimento do termo nômade digital										
	2003	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2019
Brasil			1	1	1	1	2	1			1
Portugal	1	1			1			1	1	3	

Tabela 3: Ano que tiveram conhecimento do termo nômade digital.

Fonte: Organizado pela autora.

	Ano que começaram a trabalhar como nômades digitais										
	2004	2007	2008	2010	2011	2012	2013	2015	2017	2018	2019
Brasil			1	1	1		1	1	3		1
Portugal	1	2				2		1		4	

Tabela 4: Ano que começaram a trabalhar como nômades digitais.

Fonte: Organizado pela autora.

Quando perguntados sobre os principais motivos para viver dessa forma, nem todos partem de uma perspectiva negativa, mesmo porque 12 pessoas, enquanto contextualizavam suas respostas, revelaram que já trabalhavam remotamente, e por isso o processo foi mais orgânico, seja conscientemente ou inconscientemente. Três pessoas que trabalhavam com uma rotina tradicional disseram que era um sonho a possibilidade de trabalhar assim por se identificarem com o estilo de vida, que viabiliza maior flexibilidade de viajar e conhecer novas culturas enquanto concilia com o trabalho. Em contrapartida, um grupo de seis pessoas justificou alegando insatisfação com o trabalho que exerciam e que almejavam melhoria na qualidade de vida, como pode se comprovado no relato de S.B.:

“Eu e minha sócia tínhamos uma empresa e ela queria ampliar a sede, contratar mais funcionários... Mas me deu uma tela azul no momento, paralisei, pois não era o que queria no momento, não queria ser empresário naquele formato. Como a nossa relação estava um pouco desgastada e eu não queria trabalhar mais 12h à 16h por dia e sem final de semana, como fiz por muito tempo parei e pensei: Quanto isso esta me custando de vida? O dinheiro que estou ganhando está pagando esse desgaste? Decidi desfazer a sociedade e optar por viver melhor e essa foi o caminho que encontrei.”

Como ex-funcionária de uma revista, L.U. conta a insatisfação que ela e mais dois companheiros de trabalho viviam: “Era muito limitante. Não havia incentivos interessantes, já não estávamos mais suportando ficar lá naquele ambiente... a estrutura [organizacional] era muito rígida e queríamos nos expressar.” Ao saírem juntos da empresa, em 2011, os três embarcaram, inicialmente, em uma viagem de um ano por alguns países asiáticos.

Essa falta de autonomia e desmotivação relativas ao ambiente de trabalho são algo que a *Google* tenta combater inovando no seu modelo de trabalho, no qual coloca a

criatividade como prioridade, utilizando um sistema de resultado por meta e prazo, e deixando o funcionário livre para escolher onde ele trabalhará para atingir o objetivo.

Essa prática vai ao encontro da teoria relatada por Drucker (1997), na qual o autor inicia justificando que a única maneira de aumentar a produtividade é “trabalhar com inteligência”. Simplesmente, isso significa “trabalhar de forma mais produtiva, sem trabalhar mais ou durante mais tempo” Drucker (1997), porém Drucker amplia esse conceito, visto que Taylor focava somente no cenário industrial, mas agora no trabalho do conhecimento e dos serviços, a realidade se tornou mais complexa. Dessa forma, os três pilares que constituiriam a forma inteligente de trabalhar seriam: as relações humanas; o bom desempenho pautado na qualidade e quantidade; e a aprendizagem contínua acompanhada pelos ganhos de produtividade. Drucker (1997) ainda continua dizendo que a gestão inteligente pode ser alcançada mediante a eliminação de burocracias, focando no que realmente é importante, e valorizando todos os membros. No *Google*, esse último item pode ser percebido no benefício, como Casaqui e Riegel (2008, p. 167) destacam, no qual “[todos] os funcionários podem dedicar 20% do seu tempo de trabalho a projetos próprios”, apresentando-os internamente, de forma periódica, podem angariar mentores e colegas que se juntem aos projetos, e a empresa seleciona alguns para financiar e concretizar, o que é muito motivador.

Porém, é difícil encontrar empresas que incluam nômades no seu quadro fixo de funcionários, por isso muitos deles tornam-se autônomos e fazem do seu computador o próprio escritório. Contudo, independente da situação contratual, os nômades passam longos períodos fisicamente longe das instalações da empresa, ou têm a possibilidade de se basearem por curtos períodos em várias localidades. Conseguir administrar as atividades profissionais, conciliando as viagens e a vida pessoal não é uma tarefa muito fácil, por isso, na visão dos entrevistados, algumas características são indispensáveis.

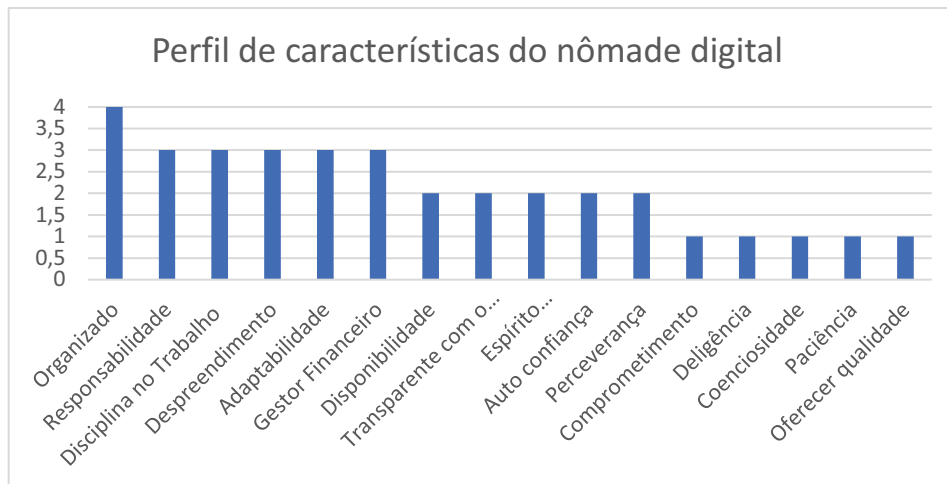


Gráfico 1: Perfil de características do nômade digital.
Fonte: Organizado pela autora.

Em média, cada entrevistado citou duas características. É interessante observar que espontaneamente eles responderam características profissionais e pessoais refletindo a consciência de que ambas as partes precisam estar equilibradas. Como bem ressalta L.U., “ser nômade digital não é profissão e sim um estilo de vida”. Esse conceito é reafirmado por V.I., embora tenha feito do nomadismo digital a matéria prima de suas aulas. Ele citou várias características, que outros falaram separadamente, para esclarecer o que em sua concepção é o espírito empreendedor, pois em seus cursos para instruir como qualquer um pode se tornar um nômade digital ele aborda esse aspecto, afinal sustentar a decisão de viver assim não é fácil e geralmente requer um preparo prévio, o tempo para cada um pode variar.

“É necessário disciplina para cumprir os prazos e não ficar passeando o dia todo. Saber se planejar financeiramente é crucial ou do contrário pode ficar em sérios apuros em um país estrangeiro. O despreendimento pode ser muito difícil inicialmente, pois seus bens ficam para trás e sua vida passa a caber em duas malas, é inevitável praticar o minimalismo. A ideia de despreendimento se estende as relações pessoais, pais, irmãos, amigos, todos ficam para trás, e nas novas cidades, como passamos pouco tempo em cada uma, as relações também não são aprofundadas.”.

S.B. e sua esposa até tiveram um tempo curto de preparação, dentre todos os entrevistados foram os mais rápidos, pois depois de tomada a decisão de se tornarem nômades, somente dois meses foram necessários para vender e arrendar alguns bens, organizar a vida financeira e planejar o trajeto inicial que iriam percorrer em dois meses. Ele conta que: “Vendemos a casa com tudo dentro. Como nosso plano inicial é conhecer o Brasil de carro salvamos apenas itens de valor sentimental e dois pratos, dois grafos,

duas roupas de cama... E outros itens pessoais nós guardamos.”. Por outro lado, o português G.H. foi o que precisou de mais tempo: “Eu demorei 4 anos para conseguir trabalhar remotamente de forma apta, há que ter estrutura”.

Mesmo que indiretamente, o discurso de muitos deles era pautado no sonho, mesmo com os obstáculos que apareceram ao longo do percurso e na realidade atual, pois querem e gostam de seus trabalhos, mas querem aproveitar a vida conhecendo novos países, gastronomias, pessoas de diferentes culturas, creditando Bauman (2001) quando fala da sociedade do agora.

As diferenças culturais podem ser consideradas um obstáculo, visto que a adaptabilidade está entre as mais citadas, e relacionado com o facto de percorrerem por tantos lugares, a compreensão fica ainda mais fácil. No gráfico abaixo é referida a quantidade de países que cada indivíduo entrevistado conheceu após adotar esse estilo de vida. Vale ressaltar que mensurar a quantidade de cidades já visitadas por eles é uma tarefa muito difícil, visto que a maioria já vive dessa forma há muitos anos. O único entrevistado que ainda não teve a experiência de viver noutro país dessa forma foi S.B., que como já citado iniciou esse estilo de vida há 2 meses, porém já conheceu cinco cidades brasileiras, por esse motivo ele não foi incluído no gráfico abaixo.

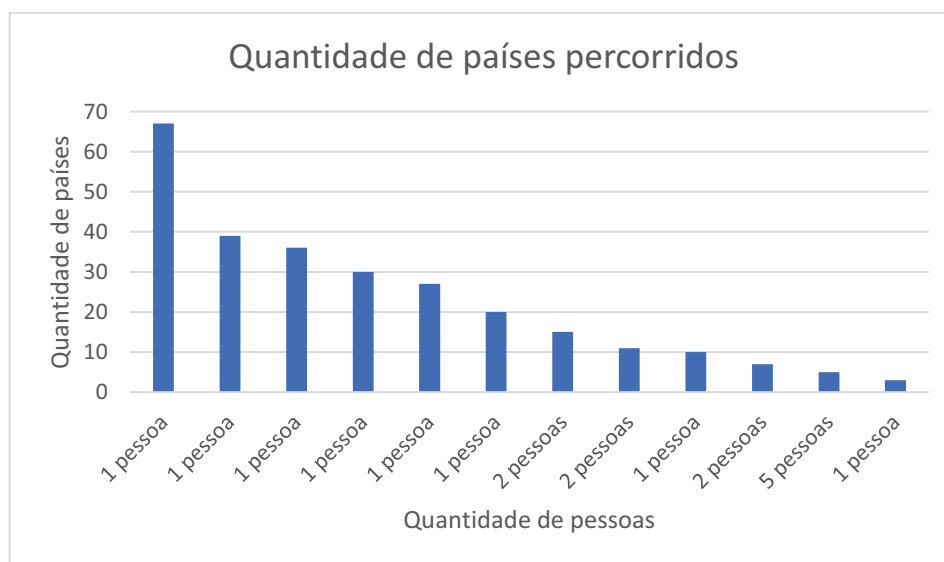


Gráfico 2: Quantidade de países percorridos.
Fonte: Organizado pela autora.

R.E. é a que conheceu menos países, três 3 no total, isso é justificado pelo facto de estar a fazer um curso e ter uma filha de 11 meses. Desta forma, ela e seu marido optaram por ter uma base fixa numa cidade em Portugal, dando preferência por fazer

viagens de curta duração, três dias em média, para conhecer cidades próximas, conciliando todas as suas necessidades: “Eu tenho clientes no Brasil e aqui em Portugal. Minha sócia mora em Lisboa, mas sempre que preciso de fotos ela me envia.”.

Analisando as respostas, percebeu-se que a relação com o tempo de permanência em cada localidade é muito relativa, pois há vários arranjos de organização, porém em regra geral notou-se que os que fazem viagens mais curtas associam o tempo de permanência ao tempo de reserva no meio de hospedagem, porém os que fazem viagens mais longas contabilizam o tempo de estada no país independente se trocaram mudaram de cidade ou não. Porém um caso interessante no qual esse padrão não se aplica é o de F.T., de 35 anos, que ao final de dois meses, circula entre pelos mesmos três países e tenta incluir um novo a cada vez.

“Eu não sou um nômade digital como podemos imaginar. Um nômade digital estamos a imaginar que vai viver três meses para a Tailândia, três meses para o Vietname, três meses para China, eu não faço isso. Eu tenho família em Paris, tenho família em Portugal, Suíça, eu por tanto ando de um lado par o outro.”.

Para prosseguir e aprofundar as questões mais relacionadas com o trabalho propriamente dito, a fim de responder aos objetivos estipulados, é preciso fazer uma boa análise dos resultados obtidos através das entrevistas. Sendo assim, alguns autores recomendam criar categorias seja de público, similaridade de respostas, comportamento, ou qualquer outro quesito.

Seguidamente, trata-se de definir as suas propriedades específicas e de conseguir construir um sistema ou um conjunto de relações entre classes. Esta operação pode, evidentemente, assumir aspectos diferentes, consoante os objetivos atribuídos à análise. A génese das categorias e a importância do estabelecimento de relações entre elas variam segundo se trata de chegar a uma descrição simples, uma descrição analítica ou, finalmente, a um esquema teórico. Albarello at. all. (2005, p.118)

No caso dessa pesquisa, as categorias estabelecidas são referentes ao arranjo trabalhista, configurado em: “autônomo” para trabalhadores independentes; “empresa Física” designando trabalhador contratado ou dono de uma empresa que tenha sede física; e “empresa Digital” para trabalhador contratado ou dono de uma empresa que não tenha sede física. Essas categorias são originárias do referencial teórico amplamente abordado

e pela amostra mais relevante apresentada mediante as respostas dos entrevistados. A tabela abaixo mostrará quantos indivíduos pertencem a cada categoria, independentemente da nacionalidade.

Arranjo Organizacional	Autônomo	Empresa Física	Empresa Digital
Quantidade de Indivíduos	11	3	6

Quadro 5: Arranjo organizacional.

Fonte: Organizado pela autora.

Tim Ferriss (2007) vendia em seu livro um estilo de vida libertador no qual o indivíduo seria seu próprio gestor e com isso faria seus horários, trabalharia de onde quisesse. Imagina em um dia ensolarado trabalhar na praia entre um mergulho e outro ou até mesmo nos dias de preguiça trabalhar na cama de pijama? É um sonho para muitos, porém essa imagem superficial do nomadismo digital que é vendida não corresponde à realidade dos nômades entrevistados.

Questionados sobre quantas horas trabalham diariamente, todos alegaram que a demanda de trabalho é irregular e por isso há dias na semana que trabalham mais do que outros. Outro fator que influencia o tempo diário de trabalho são os períodos que destinam as férias/descanso, pois determinados destinos são escolhidos priorizando os momentos de lazer.

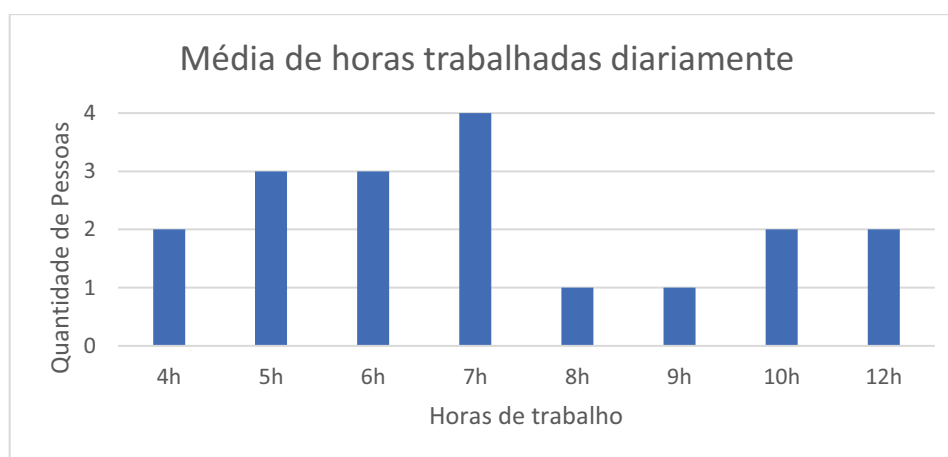


Gráfico 3: Média de horas trabalhadas diariamente.

Fonte: Organizado pela autora.

No gráfico, fica clara que a realidade entre a amostra é bem diversa. A maioria da amostra trabalha uma quantidade de horas igual ou inferior ao tempo regulamentado nas empresas. D.A., de 25 anos, trabalha seis horas por dia, “essas horas não

são corridas, mas se juntar ao final do dia soma essa quantidade”. Assim como ela, outros relataram que intercalam suas obrigações pessoais com suas tarefas de trabalho. No caso de F.A., que trabalha com produção de conteúdo para internet e J.V., fotógrafo, que trabalha com produção de conteúdo visual no momento da captação, por vezes não há uma linha de separação, porém na pós-produção existem mais etapas e requerem mais concentração. R.A. relata:

“Eu sou meio working a rolling eu estou sempre trabalhando, mas nem sempre com o foco que eu gostaria, mas quando eu vou editar um vídeo em casa trabalhando são 12 horas um vídeo simples. Hoje eu trabalho mais do que no meu antigo trabalho a diferença é a intensidade.”.

J.V., que é fotógrafo de viagem, diz que tem que viver para registrar, “estive a pensar sobre isso... Concluí que a todo momento estou trabalhando, mas a todo momento estou vivendo”. Embora eles ultrapassem a marca de Ferris, eles vivem a essência de seu discurso no que diz respeito à qualidade de vida estar relacionada com o melhor aproveitamento do tempo e recursos, e que dessa forma se aproxima de Drucker (1997) quando fala sobre o trabalho inteligente. Comparando o discurso de ambos, são detectados pontos em comum, como a redução de burocracia, a redução de estrutura, focar no trabalho intelectual, a otimização de recursos, visando focar no serviço de qualidade a partir da eliminação dos excedentes. Dadas as devidas proporções, esses fatores fazem muito sentido para empresas modernas e para os nômades digitais, o que difere é o objetivo final principal de cada um, sendo para as empresas o lucro e para os nômades a qualidade de vida.

Sobre otimização de recursos, essa prática pode ser notada nas plataformas digitais utilizadas para desenvolver suas atividades e conseguir novos clientes, bem como nos espaços onde seus trabalhos são desenvolvidos. Para equalizar as condições, aqui foi considerada a situação quando se encontram em trânsito, pois alguns estão constantemente viajando, porém outros passam curtos momentos em suas residências e depois retornam à estrada, vale destacar que nessas ocasiões todos afirmaram trabalhar em casa.

Foi constatado que, por vezes, o mesmo nômade usufrui de mais de um tipo de ambiente para trabalhar. Pensando na comodidade e contenção de gastos, 16 entrevistados disseram que preferem trabalhar no local onde estão alojados. É interessante perceber o

sentimento de apropriação que esses têm com o local, pois já começam a chamar de casa, mesmo que se instalem por um mês. O *coworking* foi apontado por sete pessoas, porém todas portuguesas. Eles alegam que espaços como esses lhes proporcionam um sentido de trabalho, além de reunirem pessoas com as quais podem conversar e trocar experiências profissionais. O último local que aparece no resultado é o café que tenha internet. Quando os indivíduos frequentam esse tipo de espaço, é para verem gente nova, por necessidade de trocar de ambiente para renovar o ânimo, ou se estão na rua e surge algum imprevisto de trabalho no meio do dia, então essa se torna uma boa escolha de lugar para resolver o problema.

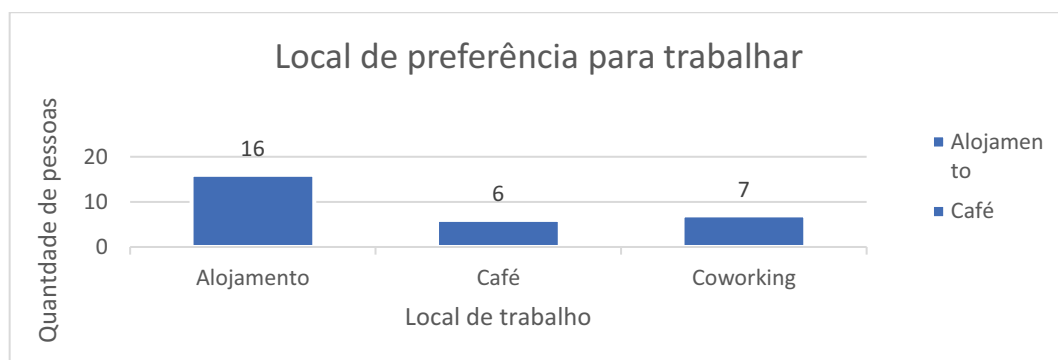


Gráfico 4: Local de trabalho.
Fonte: Organizado pela autora.

Os entrevistados espontaneamente citaram somente esses lugares, e contrariando a máxima publicidade até aos dias atuais L.U. afirma que “Trabalhar com pé na areia é mito” e P.K. comunga do mesmo pensamento “É impossível trabalhar na praia, não dá para ver a tela do computador, os equipamentos iriam estragar devido à água e à areia”. Mediante essas afirmações, e acumulando os dados referentes à quantidade de horas trabalhadas, para essa amostra, quebra-se a imagem vendida de férias sem fim e diversão a toda hora associada aos trabalhadores em modo nômade digital. Porém, V.I. relata que a cidade influencia a sua escolha por questões de clima, estrutura da cidade que acaba refletindo nos tipos de *Airbnb* ofertados para aluguel.

“Teve um período que moramos em Chainmain em 2015, mas apesar de termos alugado um bom apartamento era aquele tipo de apartamento criado para locação, estéril, que não tem quase nada dentro, então era meio deprimente ficar lá um tempão, porém a cidade era cheio de café muito bons, baratos e convenientes para trabalhar neles, ao contrário de outros lugares lá nós praticamente só trabalhamos em café.”

Cinco entrevistados frisaram bastante que precisam de trabalhar em um lugar confortável e com internet, porém, dependendo do destino, julgam difícil encontrar e expuseram que seria interessante ter uma plataforma destinada a alojamento de nômades digitais. Na visão deles, o diferencial seria que no quarto ou apartamento alugado teria com espaço destinado ao trabalho, pois nem todos os quartos de hotel ou *Airbnb* ou de outras plataformas incluem uma mesa e muito menos uma cadeira confortável para passar horas trabalhando. Faz sentido essa reclamação dos entrevistados, pois embora eles sejam turistas que procuram por lazer, também carregam consigo as obrigações do trabalho.

Foi feita uma busca por aplicativos (aplicações) em português, espanhol e inglês que oferecessem esse tipo de serviço, porém nada foi encontrado. A busca foi feita, pois o recurso poderia existir e os entrevistados não terem conhecimento. Com isso, a rede hoteleira Selina tem vantagem perante o público em geral sendo umas das maiores (se não a única) destinada ao público nômade, pois seus empreendimentos são sempre muito bem localizados, os quartos têm uma estrutura adequada para este público e nos espaços coletivos ainda inclui um *coworking*. Infelizmente nenhum dos entrevistados teve a oportunidade usufruir desse serviço.

Os espaços comunitários do Selina, assim como o *meetup* destinados aos nômades digitais, têm como objetivo a troca de experiências profissionais e pessoais, mas também são vistas pelos nômades como um recurso de amenizar a solidão. Assim como outros nômades, D.A. reclama “As pessoas só veem os bonos, mas não sabem como os ónus são pesados.” De forma direta ou indiretamente, todos acabaram abordando o tema solidão, K.Y. observa que “Há muitas formas de combater isso, *coworking*, conferências, eventos e afins, mas acredito que mesmo que se vá a esses eventos todos os dias, o nômade digital é mais isolado que as outras pessoas.”. Essa sensação de K.Y. é sentida por outros nômades, como poderá ser comprovada no quadro 6.

A tabela completa na qual são apresentados todos os principais pontos negativos e positivos do nomadismo digital, de acordo com os entrevistados, estão disponíveis no apêndice C. Por se tratar de uma lista muito extensa, com aproximadamente 50 itens, abaixo foram destacados somente os três principais pontos negativos e positivos.

Pontos Positivos		Pontos Negativos	
Liberdade	11 vezes citados	Distância da família	4 vezes citados
Viajar	9 vezes citados	Solidão	3 vezes citados
Flexibilidade	5 vezes citados	Falta de pertencimento a localidade	3 vezes citados

Quadro 6: Fatores positivos e negativos de ser nômade digital.

Fonte: Organizado pela autora.

Embora tenha sido pedido aos entrevistados que citassem três pontos negativos e três positivos alguns participantes não tiveram capacidade de apontar a quantidade solicitada na categoria negativos, visto que para si no máximo dois pontos poderiam de facto ser considerados, e mesmo assim o peso atribuído aos pontos negativos citados ainda é considerado menor que as vantagens de viver desse modo.

Quanto aos aspectos positivos, embora em primeira instância possam parecer iguais para os entrevistados, é percebida uma pequena diferença.

- **Liberdade:** É o aspecto mais abrangente e sinônimo de felicidade. É a sensação de ser livre de tudo, estar livre para o mundo. Não estar preso a convenções sociais. Ter autonomia sobre as decisões de sua vida e no trabalho. Ter maior controle sobre horários, local de trabalho, poder de decisão sobre o conteúdo produzido.
- **Viajar:** Poder conhecer lugares, culturas, pessoas e gastronomias novas enquanto trabalha. Não ter que esperar pelas férias.
- **Flexibilidade:** Abordado em um tom mais prático e refletido no dia a dia, tanto na flexibilidade de horários quanto na mobilidade. Na perspectiva de horário, possibilita organizar os compromissos diários mediante suas necessidades sejam pessoais (ir ao supermercado ou médico) ou profissionais (reuniões ou prazo de entrega de projeto). Quanto à mobilidade, é poder trabalhar de casa, em um café, buscar referências em locais de arte e nas ruas.

A classificação de Santos (1989), apresentada na página 57 dessa pesquisa, sobre trabalho flexível, é comprovada pela realidade vivida por essa amostra: flexibilidade de trabalho, flexibilidade de salário e mobilidade. A flexibilidade de salário é algo que preocupa e acontece na vida deles e aparece como um ponto negativo (conferir tabela completa), embora todos tenham como origem sua renda proveniente dessa forma,

contudo a possibilidade da mobilidade e autonomia especialmente no ritmo de trabalho fazem com que a satisfação pessoal e profissional seja elevada.

Esse estilo de vida que carrega o trabalho no seu cerne como já visto, só é possível graças ao advento e desenvolvimento das TIC, que foram cada vez mais introduzidas nas políticas públicas das nações, respeitando as características locais, penetrando e modificando a sociedade local, bem como o funcionamento das empresas e empreendedores autônomos. Desta forma, o nômade digital, que é resultado dessas transformações, se vale de muitos recursos para desempenhar seu trabalho de praticamente qualquer lugar.

Seguindo a esfera prática do trabalho realizado por cada indivíduo da amostra com seus dispositivos móveis, cada vez mais compactos, porém mais recheados de *software* potentes, possibilitam um trabalho de alta qualidade. Sobre esse quesito foi feita uma análise comparativa entre as três categorias de nômades analisadas nessa pesquisa – trabalhador de empresa com sede física, empresa digital e autônomo – para detectar se existe alguma diferença entre os grupos. Primeiramente será analisada a quantidade e os tipos de *software* utilizados por cada grupo para desenvolver e divulgar seus serviços. A categoria “desenvolvimento” consiste nas plataformas, como o nome já diz, usadas nas etapas de progresso do trabalho, manter contato com a outros funcionários da equipe (quando existir) e com os clientes. A coluna divulgação são os meios utilizados para divulgação de seus serviços e obtenção de novos clientes.

EMPRESA COM SEDE FÍSICA					
Desenvolvimento	Categoria	Quantidade	Divulgação	Categoria	Quantidade
WhatsApp	Troca de mensagens	3	Site da empresa	Canal Institucional	3
E-mail	Troca de mensagens	2	Instagram	Rede Social	2
Dropbox	Troca de Arquivos	1			
Google Drive	Troca de Arquivos	1			
Site da empresa	Canal Institucional	2			
AngularJS	Construção de plataformas digitais	1			

jQuery	Construção de plataformas digitais	1			
--------	------------------------------------	---	--	--	--

Tabela 5: Plataformas digitais usadas por empresas físicas.
Fonte: Organizado pela autora.

Iniciando pelas empresas tradicionais nota-se o uso de poucos meios de divulgação e a utilização de *site* por todos, este que poderá ser considerado o meio mais formal. se comparado com as próximas categorias. Por não se tratar de grandes empresas constatou-se que nenhuma delas utiliza uma plataforma de comunicação interna, como um portal corporativo, lançando mão de recursos gratuitos e-mail e *WhatsApp* para assuntos relativamente mais simples e ferramentas como *Dropbox* e *Google Drive* para compartilhamento de arquivos mais pesados ou que necessite que mais pessoas acompanhem.

EMPRESA DIGITAL					
Desenvolver	Categoria	Quantidade	Divulgar	Categoria	Quantidade
WhatsApp	Troca de mensagens	5	Facebook	Rede Social	5
E-mail	Troca de mensagens	6	Instagram	Rede Social	6
Zoo	Organização	1	LinkedIn	Rede Social	1
Siga	Organização	1	Zoo	Organização	1
Canva	Editor de imagens	2	Telegrama	Troca de mensagens	1
Quik	Editor de vídeo	2	WhatsApp	Troca de mensagens	1
Photoshop	Editor de imagens	3	Twitter	Rede Social	1
Google Docs	Troca de Arquivos	2	Site da empresa	Canal Institucional	2
Drop Box	Troca de Arquivos	1	Blog	Canal Institucional	3
Scremfloow	Editor de vídeo	1			
google drive	Troca de Arquivos	3			
Site da empresa	Canal Institucional	2			

Tabela 6: Plataformas digitais usadas por empresas digitais.
Fonte: Organizado pela autora.

Em empresas desse tipo, nem todos os membros são nômades, visto que a empresa não tem uma sede física, porém todos trabalham no mínimo de forma remota. Aqui a amostra tem o dobro do número de participantes (6), se comparada com a situação anterior, porém nota-se que a quantidade de plataformas utilizadas são mais que o dobro. Visto que nesta configuração os membros não conseguem compartilhar de uma rede interna (fechada) para compartilhamento de conteúdos, imagens ou vídeos, e como a maioria dos entrevistados trabalha com comunicação, por consequência alguns arquivos pesados, era de se esperar que aparecesse mais *software* de troca de arquivos. Seguindo essa linha também são apontados mais aplicativos (aplicações) de troca de mensagens e de organização de trabalho, que funcionam como calendários para acompanhar os estágios de trabalho, fixar a entrega do serviço ou marcar reuniões.

A fim de reduzir custos, a maioria dos recursos são gratuitos, porém considerados eficazes pelos entrevistados.

AUTÔNOMO					
Desenvolver	Categoria	Quantidade	Divulgar	Categoria	Quantidade
Google drive	Troca de Documentos	3	YouTube	Transmissão de vídeo	2
One drive	Armazenamento	3	Instagram	Rede Social	4
Sony vegas	Edição de Vídeo	1	Whatsapp	Rede Social	1
Freedom	App anti distração	1	Facebook	Rede Social	2
Canva	Edição de Imagem	1	Pinterest	Rede Social	1
Skype	Troca de Mensagens	1	Podcast	Canal Institucional	2
Whatsapp	Rede Social	2	LinkedIn	Rede Social	2
Facebook	Rede Social	1	E-mail	Troca de Mensagem	1
E-mail	Troca de Mensagens	1	Site	Canal Institucional	1
Trello	Organização	2			
Worldpress	Gestão de Conteúdo	1			
Site	Canal Institucional	2			
Twitch	Transmissão de Vídeo	1			
Toggl	Organização	2			
Zoo	Organização	1			

Evernote	Organização	1			
Slack	Troca de Mensagens	1			
Plataforma para free lance	Plataforma para busca de profissionais	1			

Tabela 7: Plataformas digitais usadas por autônomos.
Fonte: Organizado pela autora.

Nesse grupo composto por 11 nômades autônomos, percebe-se o quanto esse profissional precisa ser polivalente, visto que é ele o encarregado de todos os processos para que o trabalho final satisfaça o cliente. Nota-se a necessidade latente de organização para que todos os serviços sejam bem administrados e atendidos no prazo, por isso há até quem recorra a recursos de anti-distração. Como a amostra em sua maioria é composta por profissionais ligados à comunicação, a quantidade de plataformas destinadas à edição de imagem e vídeo se torna bem expressiva. Aqui foram listados os recursos segundo os entrevistados mais usados por eles, porém ainda existem outros disponíveis no mercado que são utilizados em situações pontuais. Em ambas questões houve nômades que responderam mais de uma plataforma que julgam importantes, mesmo porque como alguns recursos são gratuitos as funcionalidades ficam reduzidas precisando por exemplo de mais de um programa para concluir a edição de uma imagem ou vídeo. Na categoria divulgação há uma infinidade de recursos que poderiam ser utilizados, porém os entrevistados se mantiveram em um grupo de respostas, aumentando a incidência em uma outra possibilidade.

É interessante observar que, ao contrário das empresas tradicionais, onde a utilização de *site* para divulgação contemplava a todos, entre o grupo dos autônomos aparece somente uma vez, porém isso em nada significa que o trabalho deles seja de menor qualidade, mas dá continuidade ao jeito de viver e à relação que eles têm com as pessoas ao seu redor, que é de mais proximidade e um pouco menos de formalidade.

Um detalhe chamou atenção nas respostas dos três grupos, especialmente quando os autônomos falavam sobre quais eram os canais usados para obtenção de mais clientes. Mesmo esse grupo se movendo entre várias cidades e países, assim como os demais grupos, a indicação passa-a-palavra ainda se mostra bastante eficiente, seja por indicação de antigos clientes ou feita por colegas de profissão. Desta forma, entende-se que as redes offline ainda têm um papel significativo como um meio de conseguir novos clientes e reverter em fechamento de contratos.

Mesmo com tantas plataformas disponíveis no mercado, esse público ainda sente falta de algumas plataformas ou de determinadas funcionalidades para desempenhar seu trabalho ou na manutenção da vida nômade.

PLATAFORMA OU FUNCIONALIDADE QUE GOSTARIA DE ADQUIRIR					
Empresa Física		Empresa Digital		Autônomo	
Categoria	Quantidade	Categoria	Quantidade	Categoria	Quantidade
Nenhuma Plataforma	3	Organizador de postagem em redes sociais	1	Organizador de postagem em redes sociais	2
		Plataforma de hospedagem para nômades	2	Plataforma de hospedagem para nômades	3
		Site para conectar os profissionais nômades	1	Site para conectar os profissionais nômades	3
		Nenhuma	2	Nenhuma	2
				Software para organização de conteúdo e prazos individual	1

Tabela 8: Necessidade de plataformas digitais.
Fonte: Organizado pela autora.

Dá indícios que a inserção de um nômade em uma estrutura de uma empresa proporciona melhores recursos de trabalho, primeiro que o trabalho realizado por esse profissional é somente uma parte de um todo oferecido pela empresa, ao passo que nas outras duas categorias as competências se acumulam, mas é que claro que, em contrapartida, a autonomia aumenta tanto no aspecto profissional quanto no pessoal.

Considerando que os nômades citaram mais plataformas digitais no quadro anterior, vale lembrar que eles compõem mais da metade da amostra e alguns se tornaram nômades recentemente e ainda estão se adaptando. Outros dois pontos interessantes são como a questão de solidão/necessidade de interação e dificuldade em hospedagem adaptada para nômades são reforçadas aqui.

Quando justificavam a necessidade da plataforma de interação entre nômades digitais, os dois principais quesitos eram a troca de experiência profissional e porque seria uma boa forma de viabilizar o convívio social. Quanto à plataforma de hospedagem, J.O.

diz que “Poderia seguir os moldes do Airbnb... mas só podia inscrever quartos ou apartamentos que tivessem um cantinho apropriado para trabalho...e preços melhores, pois ficamos mais no local que um turista comum.”.

Especialmente ao longo do capítulo dois deste trabalho, mediante o pensamento de Castells (2007) relacionado as estruturas tecnológicas necessárias para o desenvolvimento de uma sociedade em rede, desdobrado por Lemos (2001) no seu conceito de Cibercultura, combinando com teoria de McLuhan (1974), na qual a população viveria com artefactos que seriam extensões do corpo humano, é interessante perceber como os nômades, pela prática, valorizam exatamente esses fatores quando perguntados quais são os principais recursos estruturais necessários para o desenvolvimento do trabalho. Esse é um dos pontos mais claros onde se pode notar o encontro entre a teoria e a prática.

Quais são os três fatores recursos/estrutura	
Recurso	Quantidade de vezes citado
Internet	8
Ambiente favorável	2
Notebook (portátil)	9
Camera	1
Smartphone	7
Energia	2
Equipamento de estúdio	1
Tablet	1
Quadro branco	1
Mesa	1

Quadro 7: Principais estruturas.
Fonte: Organizado pela autora.

Os dispositivos *mobiles*, sejam *notebooks* (computadores portáteis) ou os *smartphones*, são elementos essenciais e sempre conectados à internet. Alguns logo pontuavam separadamente esses três itens, porém outros só percebiam que seriam itens separados mais adiante na resposta. P.K, afirma: “Para mim computador sem internet não adianta pra nada, quando penso em computador a internet já está incluída.”.

Como foi brevemente abordado, para alguns nômades certas cidades, são tão interessantes que podem tirar o foco do trabalho, porém existem cidades que estão se preparando para cada vez mais receber os nômades digitais. Na visão por país estudado,

essa classe de profissionais é vista como um tipo de turista interessante de se receber, pois esses permanecem mais tempo no destino que a média, e por consequência incrementam mais a economia local. Atualmente, vários países do sudeste asiático têm entrado na lista desse público e esse fator é percebido pelo aumento de indicações de *sites* e *blogs* de viagens, vídeos no *YouTube*, além da quantidade crescente de fotos no *Instagram* de viajantes profissionais, e isso é resultado do beneficiamento da estrutura (capacidade de internet e *coworking*), preço baixo e belas paisagens.

A região tem agradado mesmo, pois os entrevistados portugueses, quando indagados sobre qual foi o melhor lugar onde já trabalharam dessa forma, todos responderam países dessa parte do mundo. E reforçando esse movimento durante as entrevistas, sete estavam há alguns meses nessa região do globo, outros dois estavam em outros países da Europa e um na Califórnia, na região do Vale do Silício.

Em um comportamento similar, porém, noutra região do mundo, entre os entrevistados brasileiros, um está no Brasil, outro na Austrália e os oito demais em países do continente europeu, confirmando o fascínio e estreita relação histórica que a nação brasileira tem pela cultura europeia, e quando perguntados sobre o melhor lugar para trabalhar, todos responderam algum país europeu. Diante desses resultados, para essa amostra, os portugueses e brasileiros têm gostos muito definidos e distintos sobre ambiente de trabalho, seja macro (país/ região do mundo) ou micro (espaço de trabalho/ alojamento e *coworking*).

A brasileira D.A. tem percebido um aumento de brasileiros vivendo dessa forma e acredita que esse seja o futuro de muitas profissões. O português R.I. observa que, com o passar dos anos, tem aumentado a oferta de *coworking spaces* e esses tem recebido mais pessoas e de lugares cada vez mais diversos. Esse crescimento também é sentido pelos outros entrevistados, tanto que em uma escala de 1 (mínimo) a 5 (máximo), os entrevistados de ambos países atribuíram o valor 4 quanto ao aumento percebido pelos entrevistados desse modo de viver. E respeitando a mesma escala, mas agora questionados sobre o grau atual que eles têm de voltar a trabalhar no regime tradicional a nota atribuída por todos foi 1, com a justificativa de alguns entrevistados desse ser o grau mais baixo, pois se tivessem possibilidade negativa, o valor seria mais baixo ainda.

Ao fim dessa apresentação e análise de resultados, os indícios de quem deseja e para as empresas que são mais abertas a regimes mais flexíveis apontam que esse modo de trabalhar é possível e viável para ambos os lados.

CONCLUSÃO

No final desta investigação científica, conclui-se que os fatores envolvidos para o surgimento deste profissional, o nômade digital, estão intimamente relacionados com os interesses políticos e econômicos mundiais, o planejamento governamental de cada país, a evolução tecnológica dos dispositivos eletrônicos e *software*, mas especialmente com o advento da internet, que modificou o comportamento social, e neste caso ampliou as possibilidades do modelo de trabalho.

Essa nova realidade mais fluída, na qual as distâncias geográficas encontram solução no meio online para eliminar barreiras, e a classe trabalhadora tem outras expectativas sobre a vida o nômade digital, é um perfeito reflexo dessa contemporaneidade. Assim, foi possível responder que, para a maioria entrevistada, esse foi um movimento natural, visto que já trabalhavam remotamente, porém, para seis dos participantes, as razões são de origem negativa, como insatisfação profissional e pessoal.

Quanto aos arranjos trabalhistas, foi possível notar que quanto maior a independência desses profissionais, mais plataformas digitais ele irá usar, ou seja, os trabalhadores autônomos são os que mais precisam de recursos tecnológicos para desenvolver suas atividades profissionais.

Embora exista a crença de que os nômades digitais trabalhem bem menos, os resultados mostraram que, na média geral, esse grupo trabalha sete horas e trinta minutos diariamente, não ficando muito distante do praticado tradicionalmente. Quando inquiridos sobre os locais de trabalho preferidos, mesmo que por motivos diferentes, as respostas apontaram somente três tipos de ambiente: alojamento, café e *coworking*.

A realidade do nômade digital é complexa e carrega particularidades específicas, por isso foram citados mais de 50 itens entre positivos e negativos sobre seguir esse estilo de vida, sendo os três positivos que mais se destacaram: liberdade, viajar e flexibilidade. Os negativos foram distância da família, solidão e falta de pertencimento a uma localidade. É interessante observar que, ao alcançar a tão desejada liberdade, percebida também como autonomia no trabalho, o que mais aflige os participantes é a falta de quem se gosta e o não reconhecimento de ser pertencente de um lugar específico.

Quanto ao uso das plataformas digitais, é reflexo diretamente da formalidade da estrutura encontrada, dessa forma as empresas que têm sede física utilizam mais *sites* para divulgar seus serviços, ao passo que as empresas digitais são o meio termo de uso da

comunicação formal e informal, e os autônomos não investem recursos financeiros nesse aspecto, valendo-se somente das redes sociais gratuitas para tal.

Numa classe tão imbuída de liberdade, era de se esperar que o destino influenciasse no desempenho do trabalho, o que foi constatado é que não é somente o fator beleza e os atrativos locais, mas também o desempenho da internet local e a estrutura da hospedagem disponível.

Assim, revelam-se com este trabalho resultados interessantes sobre um fenômeno atual e pouco estudado, especialmente se comparado sobre a perspectiva abordada. Para academia, esse contributo é relevante, pois comprova, atualiza e traz mais detalhes sobre as teorias de McLuhan (1974), Mark e Su (2008), Makimoto e Mello (1999).

Com este trabalho, os profissionais interessados a mudar do estilo clássico de trabalho e iniciar esse novo estilo de vida já ficam cientes que os benefícios especulados são verdadeiros, mas trazem consigo uma carga de grande responsabilidade e sacrifícios. Porém, o trajeto de estruturação de um projeto individual pode ser facilitado, ao menos no que tange às plataformas digitais que viabilizam o exercício da profissão.

Para as empresas, fica o esclarecimento de mais uma proposta de regime de trabalho que se mostra viável e tendenciosa a ser mais praticada. Afinal, a gestão de equipes vem passando por transformações e, se atentando um pouco mais aos anseios desses profissionais, como existem funções que podem ser realizadas à distância, essa alternativa pode corresponder a algumas expectativas de ambos os lados, e resultar em uma melhoria de produção.

Dito isso, as possibilidades de criação e aperfeiçoamento de plataformas digitais para nômades digitais, e que podem beneficiar aqueles que trabalham remotamente, são muitas. Mas merecendo destaque, pois mostraram-se ter maior demanda, primeiro é um organizador de tarefas para autônomos, pois esses tipos de plataformas especialmente usadas por agências de publicidade são muito robustas, porém pouco eficientes para um empreendedor individual. A outra é a criação de um aplicativo (aplicação) para acomodação, estilo *Airbnb*, porém que seguissem diretrizes nas quais o espaço alugado (quarto, apartamento, casa) tivesse condições de trabalho, disponibilizando internet de boa qualidade, mesa, cadeira de trabalho confortável e outros quesitos relacionados.

Por sim, ficam sugestões de futuros estudos como por exemplo sobre a solidão, característica descoberta no decorrer da pesquisa; analisar o comportamento dos usuários frente às plataformas digitais usadas para acomodações turísticas; estudo de caso com empresas que incluem esses profissionais analisando benefícios financeiros, desempenho dos funcionários (especialmente no Brasil, visto que as três empresas tinham essa origem); e descobrir os impactos positivos e negativos que esse tipo de turista trás ao destino turístico. Estão são apenas algumas das possibilidades de estudos sobre esta realidade em constante mudança.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA NO BRASIL. **Agenda brasileira para Indústria 4.0** <<http://www.industria40.gov.br/>>. Acesso 6 de mar. 2019.

ALBARELLO, Luc; att.all. **Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais**. Ed.Gradiva.Viseu. 2005.

BAGGIO, Rodrigo. **A sociedade da informação e a infoexclusão**. *Ci. Inf.* [online]. 2000, vol.29, n.2, pp.16-21. Acesso dia: 20 de julho de 2019.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed., 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BOP CONSULTING. **Guia Prático para o mapeamento das indústrias criativas**. <http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Mapping_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso 6 de mar. 2019.

BUSCHER, Monica. **Nomadic Work: Romance and Reality**. A response to Barbara Czarniawska's "Nomadic Work as Life Story-Plot". In: *CSCW Journal*, v. 23, n. 2, 23, p.223-238, 2014. Acesso dia: 25 agosto de 2019.

CASACA, Sara Falcão. **Flexibilidade, emprego e trabalho: ensaio de conceitualização**". Socius working paper. nº10/2005. Novembro 2005.

Cabo de fibra ótica entre Portugal e Brasil fica operacional em 2020. Dinheiro vivo. Disponível em: <<https://www.dinheirovivo.pt/economia/cabo-de-fibra-otica-entre-portugal-e-brasil-fica-operacional-em-2020/>>. Acesso dia: 6 de agosto de 2019.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. 5ª edição. Ed. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa. 2016.

_____. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian. 2007.

Collis, J.; Hussey, R. **Pesquisa em Administração**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Correio Braziliense. **Reforma trabalhista – Contrato Flexível com direitos garantidos**. Disponível em: <http://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/reforma-trabalhista-contrato-flexivel-com-direitos-garantidos/>>. Acesso dia: 23 de julho de 2019.

COSTA, Alda Cristina Silva da; PALHETA, Arlene Nazaré Amaral Alves; MENDES, Ana Maria Pires; LOUREIRO, Ari de. **Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer**. *Movendo Idéias*, Belém, v8, n.13, p.13-22, jun 2003.

CUNHA, Norival Carvalho e MARTINS, Sthefânia Magalhães. **Retenção de talentos frente às mudanças no mercado de trabalho: uma pesquisa bibliográfica**. *Getec*, v.4, n.8, p.90-109/2015.

CUNHA, Renato. **O Rei da Alta Costura**: Como Luís XIV inventou a moda como a conhecemos. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/o-rei-da-alta-costura-como-luis-xiv-inventou-a-moda-como-a-conhecemos/>>. Acessado em 23 de out.2017.

DRUCKER, Peter F. **O melhor de Peter Drucker**: Sobre administração, fator humano e desempenho. Livraria pioneira 3ed. São Paulo.1997.

EY. **Tempos de Cultura: O primeiro mapa global das indústrias culturais e criativas**. <<file:///C:/Users/morga/Downloads/EY-CulturalTimes-2015-PT.pdf>>. Acessado em 23 de out.2019.

FERRISS, Timothy. **Trabalhe quatro horas por semana**: Trabalhar menos e produzir mais. Ed. Casa das letras. 2007.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: LP&M, 2011.

Fundação para a Ciência e a Tecnologia. **Agenda Portugal Digital**. <<http://www.portugaldigital.pt/index/>>. Acessado em 23 de out.2019.

FURTADO, Gonçalo; ALVES, Sandra. **Cidades criativas em Portugal e o papel da arquitetura**: Mais uma estratégia a concertar. Revista Crítica de Ciências Sociais. Coimbra. 2012.

GABRIEL, Martha. **Você, eu e os robô**: pequeno manual do mundo digital. São Paulo: Atlas, 2018.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 7^a edição. Calouste Gulbenkian. Lisboa. 2009.

GUIMARAES, Heloisa Werneck Mendes. **Responsabilidade social da empresa**: uma visão da empresa: uma visão histórica de sua problemática. Rev. adm. empres. vol.24 no.4 São Paulo Oct./Dec. 1984

HOWKINS, J. **The creative economy**: how people make money from ideas. London: Penguin Press, 2001.

ILHARCO, Fernando. **Pós-Sociedade: A Sociedade Pós-Literária, Pós-Nacional, Pós-Democracia e Pós-Occidental**. Imprensa Nacional-Casa da Moeda. 2014.

Imagohistoria. **Revolução Industrial**: O pioneirismo da Inglaterra. Disponível em: <<https://imagohistoria.blogspot.com/2009/05/revolucao-industrial-2-de-3.html>>. Acesso em: 25 de junho de 2019.

International Workplace Group. **Uma revolução no espaço de trabalho está chegando**. Disponível em: <<https://www.iwgplc.com/WorkspaceRevolution/Index>>. Acesso dia: 25 agosto de 2019.

GUERRA, Isabel Carvalho. **Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo**: Sentidos e formas de uso. Ed. Princípia. Estoril. 2006

KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**: Mudança do tradicional para o digital. Ed. Actual. Coimbra. 2017.

- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMOS, A. **Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Sulina, Porto Alegre. 2002.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Tradução de Maria de Lourdes Menezes. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2006.
- MAKIMOTO, Tsugio; MANNERS, David. **Digital Nomad**. Chichester: John Wiley e Sons, 1997.
- Mark, G. and N. M. Su (2010). **Making Infrastructure Visible for Nomadic Work. Pervasive and Mobile Computing**, vol. 6, no. 3, pp. 312–323
- MARTINS, P. G.; LAUGENI, F. P. **Administração da produção**. São Paulo: Saraiva, 1998.
- MATEUS, Augusto e Associados. **A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa**. nov de 2013.
- MARTINHO, Teresa Duarte. **Cultura Digital em Portugal**. Lisboa. Edições Afrontamento. 2016.
- MCKINSEY&COMPANY. **Jobs Lost, Jobs Gained: Workforce Transitions In A Time Of Automation**.
<<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Future%20of%20Organizations/What%20the%20future%20of%20work%20will%20mean%20for%20jobs%20skills%20and%20wages/MGI-Jobs-Lost-Jobs-Gained-Report-December-6-2017.ashx>>. Acesso em: 23 de setembro de 2019.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MELLO, Alvaro. **Teletrabalho (Telework): O Trabalho Em Qualquer Lugar e em Qualquer Hora...** Qualitynark. Rio de Janeiro. 999
- MEYROWITZ, Joshua. **No sense of place -the impact of electronic media on social behavior**. Nova York: Oxford University Press, 2003, 416p.
- MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: Nussbaumer, G. M. (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA. Coleção CULT, p. 96-97, 2007.
- Ministério da Ciência e Tecnologia. **Livro verde**. Disponível em: <<https://www.governodigital.gov.br/documentos-e-arquivos/livroverde.pdf>>. 2000. acesso dia: 20 de julho de 2019.
- MIRANDA, Antônio. **Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a10v29n2.pdf>>. Acesso dia: 20 de julho de 2019.
- Missão para a Sociedade da Informação. **Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal 1997**. <<http://purl.pt/239/2/>>. Acesso dia: 16 de julho de 2019.

Missão Web Summit. Lisboa 2019. Disponível em: <<https://getmundi.com/br/packages/missao-web-summit-lisboa-2019/>>. Acesso dia: 6 de agosto de 2019.

MOURA, Carolina Silva. **Ciberespaço, espaços outros.** Artigo. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - SP. 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0575-1.pdf>> . Data de Acesso em: 18 de jun. 2019.

MOSÉ, Viviane Disponível em: **Educação na sociedade do conhecimento.** <https://www.youtube.com/watch?v=vqkUWJINT_k&t=14s>. Acesso dia: 5 de agosto de 2019.

O GLOBO. **Economia criativa avança mesmo durante a recessão.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/economia-criativa-avanca-mesmo-durante-recessao-18399357#ixzz4lk2ZFDik>>. Acesso: 8 de mar. 2017.

PRENSKY, Marc. **Nativos Digitais Imigrantes Digitais.** NCB University Perss, Vol. 9 No. 5, outubro. 2001.

PINK, Daniel H. **O Cérebro do Futuro: A revolução do lado direito do cérebro.** Rio de Janeiro. Ed. Campus, 2000.

_____. **Motivação 3.0. Os novos fatores motivacionais para a realização pessoal e profissional.** Ed. Elsevier, 2010.

POLAR INSIGHT. **Compreensão do trabalho flexível em Portugal.** Disponível em: <file:///C:/Users/morga/Downloads/flex_eng.pdf>. Acesso dia: 23 de julho de 2019.

PRODANOV; Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição.** Feevale. 2013.

Rejowski, Mirian. **Turismo no Percurso do tempo.** São Paulo: Aleph. 2005.

ROCHA, Marcos Maciel de Sousa. **Aparência e Prestígio: a civilidade na corte de Luís XIV (1643 – 1715)** PERIÓDICO CIENTÍFICO OUTRAS PALAVRAS 2013.

RODRIGUES, Jorge Nascimento e DEVEZAS, Tessaleno. Portugal: **O pioneiro da globalização: a Herança das descobertas.** Centro Atlântico. V.N. Famalicão. 2009.

SACCOL, Amarolinda Zanela; REINHARD, Nicolau. **Tecnologias de Informação Móveis, Sem Fio e Ubíquas: Definições, Mapeamento do Estado-da-Arte e Oportunidades de Pesquisa.** In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2004, Curitiba. Anais eletrônicos... Curitiba: ANPAD, 2004. 1 CD ROM.

SANTAELLA. **A tecnocultura atual e suas tendências futuras.** In: Signo pensa n, v. 31, n. 60, p. 30-43, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-482320120001000036escript=sci_abstract>. Acesso em: 25 de agosto de 2019.

SANTOS, Américo Ramos dos. **Flexibilidade do trabalho e flexibilidade da tecnologia**: Conceitos, tipologias e medidas. Estudos de Economia, vol. ix, nº3, Abr-Jun., 1989.

SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. São Paulo. Ed. Edipro. 2016.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**: O poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro. Ed: Zahar, 2008.

SILVESTRE, Armando Araújo. **Feudalismo**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/feudalismo/>>. Data de acesso em: 23 de set. 2017.

SILVA, Patrícia Dias. **Possibilidades e limites das TIC para a literacia cívica**. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29832/1/Revista_Comunicacao_e_Sociedade_14.pdf>. Acesso dia: 16 de julho de 2019.

SCHNEIDER, Michelle. **O Profissional do Futuro**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9G5mS_OKT0A>. Acesso 21 de mai. 2018.

UNESCO. **Creative Cities**. <<http://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>>. Acesso 7 de mar. 2019.

TAPSCOTT, Dom e WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

_____. 28 cidades são incluídas na Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Disponível em: http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/28_cities_join_unesco_creative_cities_network/. Acesso 7 de mar. 2019.

_____. **O que é a Rede de Cidades Criativas da UNESCO** <<http://cityofmusic.cm-idanhanova.pt/candidatura/o-que-e-a-rede-de-cidades-criativas-da-unesco.aspx>>. Acesso 7 de mar. 2019.

UNILEVER. **Unilever Inicia Experiência De Job Sharing No Brasil**. Disponível em: <<https://www.unilever.com.br/news/press-releases/2019/unilever-inicia-experiencia-de-job-sharing-no-brasil.html>>. Acesso dia: 6 de setembro. de 2019.

VIEGAS, Eme; BARBOSA; Jaque. **Manifesto Nômades Digitais**. Disponível em: <<https://nomadesdigitais.com/comece-por-aqui/>>. Acesso em: 25 de agosto de 2019.

APÊNDICE

APÊNDICE 1 - Modelo de autorização

Formulário de consentimento informado para participação na investigação

Título do estudo: “Sinergias que as plataformas digitais podem proporcionar para o desenvolvimento dos trabalhos realizados pelos nômades digitais.”.

Investigadores: Jordana Cassia Guedes (Mestrado em Comunicação Digital na Universidade Católica Portuguesa)

Propósito do Estudo: Descobrir e descrever quais e como as plataformas digitais são usadas para viabilizar o trabalho dos nômades digitais.

Este documento é um termo de consentimento para a sua participação voluntária na investigação.

Poderá desistir do estudo a qualquer momento.

Propósito da Investigação:

Está a ser convidado para participar nesta investigação pois a investigadora acima mencionada está realizando um estudo com o objetivo de revelar os fatores que motivam os trabalhadores a mudar da estrutura clássica de arranjo empresarial para um modelo mais arrojado como o nomadismo digital. Em suma também se pretende detectar as plataformas digitais mais usadas por esse público e como elas possibilitam a realização do trabalho dos nômades digitais.

Técnica de pesquisa e procedimentos:

As entrevistas serão realizadas pessoalmente ou via chamada de vídeo de alguma plataforma digital (Skype, Whatsapp, Instragram), vista a disposição geográfica a entrevistadora e os entrevistados. Serão realizadas entrevistas com nômades digitais brasileiros e portugueses.

A previsão de duração da entrevista é que se cumpra em quarenta minutos, mas pode variar de acordo com o ritmo das respostas. O momento terá o áudio gravado.

Confidencialidade:

As suas informações relacionadas com o estudo serão mantidas em sigilo, anónimas e utilizadas apenas para fins de pesquisa e publicações científicas. Assim que a transcrição esteja concluída, o ficheiro de áudio será excluído permanentemente. Todos os dados serão analisados apenas e só para efeitos de investigação pela Universidade sendo que os dados pessoais serão armazenados com segurança.

Contactos e questões:

Se tiver quaisquer perguntas, comentários, preocupações ou reclamações sobre o estudo, por favor, não hesite em contactar Jordana Cassia Guedes (jordanacg@hotmail.com).

Assinar o formulário de consentimento informado

Eu li (ou alguém me leu) este formulário e estou ciente de que estou a ser convidado a participar numa investigação. Eu tive a oportunidade de fazer perguntas e terem-me respondido para minha satisfação. Concordo voluntariamente em participar neste estudo.

Eu não estou a desistir de quaisquer direitos legais ao assinar este formulário. Ficarei com uma cópia deste formulário.

Nome legível

Assinatura

Data e hora

Investigador

Eu expliquei em que consistia o estudo ao participante ou ao seu/sua representante antes de solicitar a assinatura(s) acima. Não há espaços em branco no documento. Uma cópia deste formulário foi entregue ao participante ou seu representante.

Nome legível da pessoa de quem se obteve o consentimento

Assinatura da pessoa de quem se obteve o consentimento

Data e hora

APÊNDICE 2 – Guião de perguntas

O PAPEL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS NO TRABALHO DOS NÔMADES DIGITAIS

- 1) Sexo:
- 2) Idade:
- 3) País de origem:
- 4) Profissão:

- 5) Em qual ano e como teve conhecimento da possibilidade de trabalhar como nômade digital?
- 6) Porque decidiu ser nômade digital?
- 7) Quais são as características que um nômade digital precisa ter?
- 8) Há quanto tempo você adotou esse estilo de vida?
- 9) Você precisou se preparar para essa mudança de vida? Sim Não
(Se não pular para pergunta 11)

- 10) Quanto tempo precisou e o que fez para alcançar esse objetivo?
- 11) Por quantas cidades ou países você já passou vivendo dessa forma?
- 12) Qual o tempo médio que você fica em cada cidade ou país?
- 13) Em quais tipos de ambientes geralmente você trabalha? (ex: coworking, café, praia, casa, hotel...) Qual prefere e porquê?
- 14) Em média quantas horas você trabalha por dia?
- 15) Você trabalha de forma autônoma? Sim Não
(Se sim responda às questões 16 e 17)

- 16) Quais as plataformas digitais você usa para conseguir/desenvolver/manter contato com o contratante seu trabalho?
- 17) Você utiliza alguma plataforma digital para divulgar seu trabalho?
- 18) A empresa em que você trabalha possui alguma plataforma interna para a comunicação/ gestão dos trabalhos da equipe?
- 19) Quais são os três fatores (recursos/estrutura) essenciais para a realização do trabalho como nômade digital?
- 20) Você sente falta de algum tipo de dispositivo, software, aplicativo ou mecanismo que melhoraria o desempenho do seu trabalho? (esse produto pode existir ou você pode imaginar como seria) Qual?
- 21) Cite os três principais fatores positivos e negativos de trabalhar dessa forma?
- 22) Sua renda é totalmente proveniente do trabalho realizado digitalmente ou você precisa completar de alguma outra forma? Se precisa completar, poderia dizer a fonte? (reserva pessoal/ renda do cônjuge/ trabalho extra por onde passa)

23) Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 pouco e 5 muito, como você classifica sua percepção quanto ao aumento de nômades digitais? Justifique.

1 / 2 / 3 / 4 / 5

24) O que você pensa sobre o futuro da sua profissão nesse meio?

25) Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 pouco e 5 muito, atualmente você tem vontade de voltar a trabalhar em uma rotina convencional?

1 / 2 / 3 / 4 / 5

26) Qual foi o melhor lugar que já morou trabalhando dessa forma? Porquê?

27) Qual o próximo destino? Porquê?

28) Você considera que já alcançou o objetivo inicial estipulado quando iniciou essa mudança de estilo de vida?

APÊNDICE 3 – Fatores positivos e negativos

PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DE TRABALHAR			
Negativos	Quantidade	Positivos	Quantidade
Solidão	3	Liberdade	11
Instabilidade Financeira	2	Criatividade	1
Incompreensão da sociedade sobre o modo de trabalhar	1	Autonomia para encontrar mais parceiros de trabalho	2
Cambio financeiro	1	Flexibilidade	4
Não desligar do trabalho	2	Crescimento Pessoal	1
Distração	2	Administrar melhor o dinheiro	1
Pequenas dificuldades diárias	2	Poder viajar	9
Ficar doente / Burocracia médica	2	Trabalhar quando necessário	2
Trabalhar de casa	1	Não ter rotina	1
Não ter contato direto com cliente	1	Não ter compromisso com o lugar	1
Falta de rotina	2	Fuso horário	2
Falta de pertencimento	3	Maior produtividade	1
Não ter férias	1	Autoconhecimento	3
Fuso	3	Gestão do tempo	3
Distancia da família	4	repertório cultural	5
Não ter objetos afetivos	1	Independência da economia local	2
Falta de pequenos costumes do cotidiano	1	Conhecer pessoas interessantes	2
Não ter endereço para correspondência	1	Viver o presente	1
Visto	1	Alavancar a carreira	1
Cozinhar	1	Menos stress	2
Qualidade da internet	3	Falta de pertencimento	3
Deslumbramento	1		
Autoexigência	1		
Falta de convivência em equipe	1		