

A REDE DE DORMIR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: MEDIAÇÕES DO MERCADO NA EXPERIÊNCIA DO ÓCIO E DA CULTURA MATERIAL¹

Recebido em: 10/12/2018

Aceito em: 29/07/2019

Juan Sebastián Restrepo González²

José Alfredo Oliveira Debortoli³

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Belo Horizonte – MG – Brasil

RESUMO: Este artigo apresenta uma aproximação ao ócio a partir da cultura material, explorando a mediação feita pelo mercado como mecanismo de circulação e tradução da cultura. Em particular, o texto trata das relações contemporâneas entre o ócio e a rede de dormir a partir da análise das estratégias de empresas de comércio eletrônico internacional, de seus ambientes virtuais e das redes ofertadas. Por meio do conteúdo multimídia e dos comentários de outros usuários, cria-se uma experiência virtual da rede de dormir física, a qual é apresentada como um bem cultural sofisticado. As promessas de descanso e prazer veiculadas nos sites dependem, para se tornar concretas, de relações localizadas entre o usuário e o móvel. Os processos de circulação da rede retratam a plasticidade material e simbólica deste móvel, assim como a capacidade humana, e por extensão da indústria e do mercado global, para ressignificar os signos sociais.

PALAVRAS CHAVE: Cultura Material. Comércio Eletrônico. Rede de Dormir.

THE HAMMOCK IN E-COMMERCE: MARKET MEDIATIONS ON THE LEISURE AND MATERIAL CULTURE EXPERIENCE

ABSTRACT: This article presents an approach to leisure from material culture, exploring the mediation done by the market as a mechanism of circulation and translation of culture. In particular, this study deals with the contemporary relations between leisure and the hammock from the analysis of companies' international e-commerce strategies, their online environments and the hammocks offered. Multimedia content and comments from other users provide a virtual experience of the physical

¹ Este artigo apresenta alguns resultados e desdobramentos do trabalho de mestrado intitulado “Ao vaivém do ócio. Circulação e Tradução da Rede de Dormir no Comércio Eletrônico”, de autoria de Juan Sebastián Restrepo González, sob orientação do professor José Alfredo Oliveira Debortoli, no Programa de Estudos do Lazer da UFMG, concluído no ano de 2017, e contou com financiamento do programa de bolsas OEA-GCUB.

² Mestre em Estudos do Lazer pela UFMG. Membro do Núcleo de Estudos sobre Aprendizagem na Prática Social – NAPrática da UFMG.

³ Docente do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da UFMG. Doutor em Educação pela UFMG. Líder do Núcleo de Estudos sobre Aprendizagem na Prática Social – NAPrática da UFMG.

hammock, which is presented as a sophisticated cultural good. The promises of rest and pleasure presented on the sites depend, to become concrete, on the localized relationship between the user and the hammock. The circulation process of the hammock portrays the material and symbolic plasticity of this furniture, as well as humanly capable, and by extension of industry and the global market, to redefine social signs.

KEYWORDS: Circulation. E-commerce. Hammock. Leisure. Material Culture.

Apresentação: Prestando Atenção aos Objetos

“Recomenda-se a mais rigorosa vigilância. Nenhum oumi (objeto, utensílio, máquina ou instalação) deve, de futuro, ser olhado distraidamente” (José Saramago).

A circulação da cultura material, e neste caso em particular da rede de dormir através do comércio eletrônico, abre uma janela desde a qual é possível observar o fenômeno do ócio⁴ na contemporaneidade. A cultura material configura-se como uma fonte de informação sobre as histórias de circulação de elementos culturais, revelando os processos de apropriação que transfiguram aos objetos e às pessoas (FLOOD, 2009, p. 3). O estudo da cultura material implica prestar atenção para os objetos cotidianos o que, mais do que uma busca intelectual, resulta ser um movimento vital e um imperativo crítico, pois por um lado as coisas, produzidas de maneira frenética e com uma existência efêmera, consomem os recursos das *não-coisas*, dos humanos e demais formas de vida (CSIKSZENTMIHALYI, 1993, p.20); e por outro lado o excesso de consumo de uns poucos e a pobreza material de milhões limita as possibilidades de uma vida digna para todos

Assim como os objetos, as condições para acessar a eles também não devem *ser olhadas distraidamente*. Ainda que existam outras vias, e que devam ser criadas outras

⁴ A escolha do ócio (e não do lazer) como conceito central neste texto obedece principalmente a que são as representações sociais do ócio, no seio da cultura popular, as que têm sido relacionadas com o uso da rede de dormir. A ancoragem teórica assumida, tanto em língua portuguesa quanto espanhola, é coerente com esta escolha conceitual.

tantas, o mercado constitui a principal forma de acesso aos bens materiais (e à cultura em geral) para grande parte da população. Um mercado comandado pelo sistema financeiro e potencializado pelas tecnologias da comunicação e do transporte que permitem seu caráter global.

Estas considerações cobram importância ao considerar o ócio em função das formas em que as pessoas acessam e se apropriam da cultura. “A cultura, vista desde o ócio, não é um adorno, mas sim uma vivência, uma experiência humana vital que se torna realidade num encontro com a arte ou o facto cultural” (CUENCA CABEZA; CUENCA AMIGO, 2014, p. 15). Em nosso caso a rede de dormir é o *arte-facto-cultural* e o comércio eletrônico o meio de acesso a ela. O comércio eletrônico permite acessar a informação referente à cultura material e aos bens materiais em si, mas ao mesmo tempo cria outras barreiras que dificultam o acesso. A hegemonia da língua inglesa, as noções básicas para navegar na web, o acesso aos dispositivos físicos e aos serviços de telecomunicação, além do custo econômico do bem, são restrições impostas que limitam as possibilidades de usufruir da rede pela via do comércio eletrônico.

Aprofundar nos sentidos atribuídos ao ócio por parte das empresas de comércio eletrônico e como estes se relaciona com a circulação, o uso e a materialidade das redes de dormir foi o desafio desta pesquisa.

A pesquisa na/da Internet

A pesquisa na internet caracteriza-se pela comunicação mediada por dispositivos eletrônicos em rede entre o pesquisador e o participante da pesquisa. Para os interesses desta pesquisa a internet foi estudada no duplo entendimento de objeto tecnológico e de ambiente virtual (HINE, 2000, p. 14). Assim, foi possível tanto usar a internet como

instrumento de exploração da informação, permitindo o acesso e a aquisição sistemática de dados (atos comunicativos), quanto estar na internet como local de pesquisa, um ambiente virtual em constante mudança, em relação intrínseca com o mundo *off-line* e materializado por organizações sociotécnicas.

No universo de sites da internet, foram considerados para o presente estudo aqueles de livre acesso e que tiveram por objetivo oferecer serviços de publicidade, distribuição, transporte e venda de redes de dormir; além disso, que tiveram lojas virtuais (plataforma de comércio eletrônico) com capacidade de distribuição internacional e interfaces em qualquer destes três idiomas: Português, Espanhol e Inglês. Foi feita uma pesquisa em guias comerciais atualizadas, motores de busca, foros e redes sociais. Seguindo um critério de equilíbrio entre a robustez da informação e a capacidade de análise, foram selecionados seis sites em função da relevância e diversidade da oferta feita, abarcando seis países: o Brasil, o México, a Alemanha, o Canadá, a Indonésia e os Estados Unidos. Todos os sites foram continuamente acessados entre fevereiro e novembro de 2016 e a informação foi atualizada a partir de novas visitas aos sites entre agosto e outubro de 2018.

Os sites pesquisados foram criados e são constantemente atualizados por empresas dedicadas ao comércio eletrônico internacional da rede de dormir. As interfaces digitais dos sites disponibilizam informação descritiva dos produtos ofertados e materializam as estratégias de marketing das empresas com o intuito de estabelecer relações com os potenciais clientes-usuários. Neste processo as empresas atribuem diversos sentidos à rede de dormir, os quais são expressos nos textos, imagens e interfaces gráfico-digitais dos sites. Foi feita uma análise dessas interfaces a partir de uma observação interativa e itinerante não restrita aos sites selecionados, seguindo os

hiperlinks (até sites de fotos, vídeos, redes sociais, etc.) e estabelecendo conexões entre os contextos particulares e o sistema global de trocas.

Fios textuais

Na primeira seção são apresentados alguns dos percursos das relações entre o ócio e a rede de dormir, mostrando como os processos de interação entre diversos grupos humanos foram construindo representações sobre as formas de viver no tropico relacionadas com o uso da rede de dormir. Na seguinte seção são apresentadas algumas chaves de compreensão que resultam necessárias para aprofundar na compreensão e descrição da rede de dormir, colocando em comum e em contexto a nomenclatura utilizada, os tipos de redes e seus princípios de funcionamento. Na terceira seção são apresentados os sites de comércio eletrônico visando uma compreensão integral de sua ação como agentes da tradução cultural. Também se apresenta a diversidade das redes de dormir ofertadas e os usos sugeridos pelas empresas ou relatados pelos usuários nos sites. Por último é feita uma análise da dimensão ociosa do uso da rede, gerando um diálogo entre diversas concepções sobre o ócio, a cultura material e os resultados desta pesquisa.

Alguns Percursos das Relações entre o Ócio e a Rede de Dormir

O ócio, a preguiça, e a moleza foram (e continuam sendo) representações sociais continuamente associadas ao uso da rede de dormir no tropico. Uma relação entre formas de estar no mundo, um objeto e um contexto que começou a ser formada a partir da violenta interação entre europeus e indígenas, dando forma a outras representações que ignoraram deliberadamente diversas normas, valores e dinâmicas contrapostas à

lógica ocidental e dicotômica do trabalho/repouso (CAMPOS, 1999, p. 5). Diz-se que na América Latina se “trabalha pouco e se festeja muito”, uma ideia que está fortemente enraizada no imaginário social e que apresenta uma dualidade interessante, pois se por um lado a região está marcada por uma profunda desigualdade social que leva a grandes camadas da população a realizar jornadas de trabalho extenuantes e em condições precárias; por outro lado a alegria e a festa são valores presentes no cotidiano que se configuram como formas de resistência e ressignificação das problemáticas sociais (GOMES, 2011, p. 148).

Para analisar esta relação entre o ócio e a rede de dormir, pode-se começar por apresentar a rede como um logro tecnológico ameríndio pré-colombiano e amplamente difundido pela interação entre os grupos indígenas através de grandes áreas do continente, com restrições impostas pelo clima, diminuindo sua presença nas altas montanhas dos Andes e além dos trópicos. *Ini*, *Hamac* e *kisáua* são algumas das palavras indígenas para nomear “o lugar em que se dorme”: redes feitas em fibras de algodão, palmeiras, bromélias e agave, tecidas em panos apertados ou malhas abertas. Uma diversidade linguística, de materiais, técnicas e usos que fala dos processos de criação, circulação e apropriação que teve (e continua a ter) a rede entre os grupos indígenas da América central e do sul.

A presença viva e diversa da rede de dormir na América pré-colombiana foi transformada pelo contato com os europeus: primeiro nas ilhas antilhanas entre os taínos e os espanhóis (1492) e mais tarde entre os tupis e os portugueses em Porto Seguro (1500). O balanço da rede indígena, a frescura, o baixo custo, a versatilidade e a proteção contra insetos e animais rasteiros foram as principais vantagens percebidas pelos colonos, levando a rede a ser o principal meio de repouso e sono utilizado pelos

novos habitantes das colônias americanas (CASCUDO, 2003, p. 26). Esses mesmos motivos, somados ao fato de o vaivém das redes equilibrarem o constante movimento dos navios, as tornaram populares entre as marinhas imperiais. Com a amplitude dos projetos coloniais europeus entre os séculos XVI e XVIII, a rede teve uma rápida difusão tanto na América, chegando aos grupos que ainda não a conheciam, quanto nas colônias tropicais da África e a Ásia (CASCUDO, 2003, p. 63).

Dormir suspensos nas redes foi uma das práticas nativas que geraram mais estranhamento para os europeus no seu encontro/confronto com os grupos indígenas. Nas primeiras descrições feitas por Colombo e Cabral das terras recém “descobertas”, a *hamaca*⁵ esteve presente como um dos elementos característicos dos modos de vida dos “selvagens”. O desenho de Américo Vespúcio despertando do repouso a uma índia deitada na rede tornou-se uma alegoria da América, sublinhando o contraste entre a civilização que chegava e a selvageria que iria desaparecer. Ao fundo da mesma imagem, homem e mulher nus deitados numa rede fazem um churrasco de carne humana, reunindo em uma mesma imagem a luxúria, a preguiça e a gula, o que seria uma síntese do comportamento moral dos habitantes do novo mundo aos olhos dos europeus do renascimento (FONSECA, 2013, p. 7).

No século XIX viajantes, aventureiros e exploradores percorreram as diversas regiões americanas, deixando registros da miscigenação gerada por mais de duzentos anos de colonização, assim como do uso da rede nos diversos grupos: pelos *indolentes* indígenas, usuários naturais dela; pelos negros, inculcada como instrumento para

⁵ “A palavra *hamaca*, como *barbacoa*, vêm da região do Caribe. É uma voz taina, dialeto da língua Aruaque, o que significa árvore. Tais redes eram ásperas redes tecidas com fibras arbóreas” (BAÑOS, Othón. *Hamaca y cambio social en Yucatán*. Chetumal: Revista Mexicana del Caribe, México, n. 15, p. 169-214, 2002, p. 184, tradução própria). A partir da palavra *hamaca* foram derivadas muitas das palavras das línguas modernas usadas para nomear este móvel.

amansar a rebeldia produto da escravidão; pelos brancos, entregues à preguiçosa sonolência das sestras no letargo do trópico; pelos mestiços, levada em suas migrações constantes (MONTEIRO, apud CASCUDO, 2003, p. 183). Para o século XX a rede entrava nos processos de transformação relacionados com a massificação da produção industrial, modificando as técnicas de construção, acrescentando novos materiais e ampliando tanto os grupos de usuários quanto as formas e cenários de uso.

Hoje a rede de dormir faz parte do mobiliário disponível (e potencial) do ser humano, interagindo com as pessoas num mundo cada vez mais interconectado pelas tecnologias digitais de informação e comunicação. Uma sociedade em rede onde a rede de dormir coexiste nas mais diversas manifestações: as técnicas tradicionais com o design industrial assistido por computador, a comercialização do artesanato com a distribuição massiva, o varejo na rua com a vitrine do comércio eletrônico e as criações customizadas com o trabalho colaborativo entre pares.

Imagens de redes em cenários tropicais, reais ou artificiais, estão presentes na publicidade de pacotes de turismo, de seguros de vida, de licores e na oferta da mesma rede de dormir. Imagens que levam a relação entre a rede e o ócio para além do contexto da América Latina, operando com um signo potencialmente compreensível nos mais diversos lugares do mundo. Estes percursos que a rede tem percorrido desde a profunda floresta até as luminosas telas dos dispositivos móveis interconectados, retratam a capacidade humana, e por extensão da indústria e do mercado global, para ressignificar os signos sociais. A produção, circulação e recepção de elementos culturais heterogêneos em escala global evidenciam a forma em que a vida social entra a ser mediada pelo mercado internacional, fazendo com que pessoas distantes, no tempo e no

espaço, sejam clientes dos mesmos serviços, consumidoras dos mesmos bens e público para as mesmas mensagens (HALL, 2005, p. 74).

Esta troca global de mensagens e objetos deve ser observada nos contextos em que está localizada, pois, como afirma Bhabha (1990, p. 314) “a repetição de um signo é, em cada prática social específica, tanto diferente quanto diferencial”. A rede de dormir utilizada na publicidade de um pacote turístico é diferente da rede utilizada por um nativo do Caribe, da mesma forma em que a noção de uma vida ociosa será diferente para aquele que usa a rede por uma semana nas feiras de fim de ano e daquele que a usa diariamente.

Para Warnier (2003, p. 162) “a humanidade é uma máquina de criar diferenças” e para ter sucesso nessa diferenciação se faz necessária a apropriação de elementos culturais diversos e em circulação. Esta afirmação deve ser analisada considerando a aparente padronização da cultura nas mãos de um mercado global que mercantiliza a cultura e a alteridade. Compreender estes conflitos em termos culturais leva-nos a considerar os objetos produzidos, comercializados e consumidos em escala global como bens culturais, às vezes isolados de seus contextos tradicionais ou adornados com os traços destes como um valor agregado, fazendo com que culturas locais entrem em processo de contextualização, ressignificação e decodificação dos signos materializados (conteúdos e suportes) nos bens culturais universalizados.

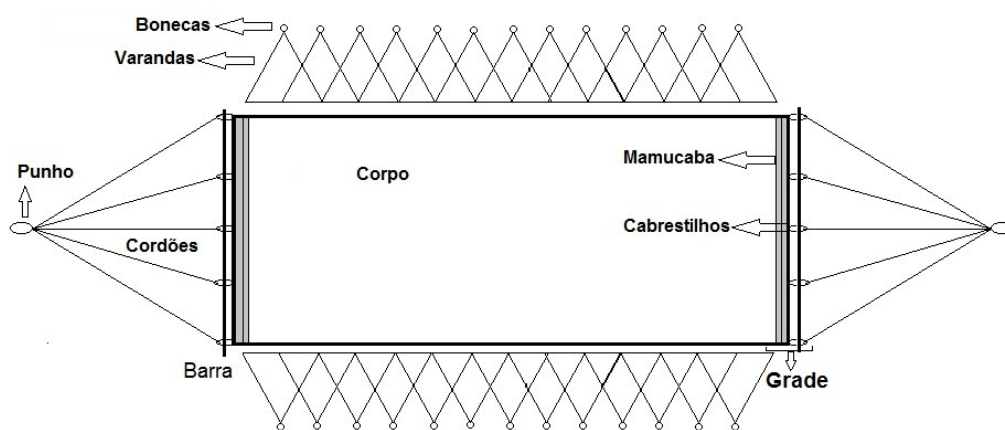
Para Compreender à Rede de Dormir

Nomenclatura

A nomenclatura aqui proposta, ilustrada na Figura 1, foi criada a partir do vocabulário da rede de dormir recopilado por Câmara Cascudo (2003, p. 225-226) no

qual são descritas as partes da rede, em especial daquelas representativas do Brasil. Visando abranger uma diversidade maior de estilos, algumas definições foram ampliadas e mais algumas criadas.

Figura 1: Nomenclatura da rede de dormir usada neste trabalho.



Fonte: González (2017, p. 41).

Barra: Madeira com pequenos furos por onde passam os cordões para se unirem aos cabrestilhos, mantendo a rede aberta.

Bonecas: borlas ou esfiados que decoram as terminações das varandas.

Cabrestilhos: Grupo de fios que fazem a união entre o pano da rede e os cordões do punho. Em alguns designs (estilo brasileiro) podem estar atravessados pelas Mamucabas. Os cabrestilhos podem ser fios trançados provenientes do mesmo pano ou adicionados e costurados ao pano da rede.

Cordões: Fios duplos que unem o punho e os cabrestilhos.

Corpo: Tecido que configura o leito da rede. Pode ser um pano compacto e contínuo, uma união entre vários panos ou tecido em malha.

Grade: “O conjunto dos cabrestilhos e das mamucabas, ou seja, a parte entre os cordões e o pano” (CASCUDO, 2003, p. 225).

Mamucaba: faixas de tecido espesso que atravessam os cabrestilhos a modo de reforço. As extremidades excedentes podem ser ornadas com borlas, esfiados ou bonecas. A presença das mamucabas é um traço característico, mas não restrito, das redes de estilo brasileiro. A origem deste reforço está em relação com o uso de redes como meio de transporte (Serpentina⁶).

Punho: extremidade onde os cordões são dobrados, transados e cosidos para formar um ilhó. Configura o suporte final da rede por onde passa a corda ou gancho do armador.

Varanda: guarnições pendentes das extremidades longitudinais da rede, decoradas de franjas ou borlas esfiadas.

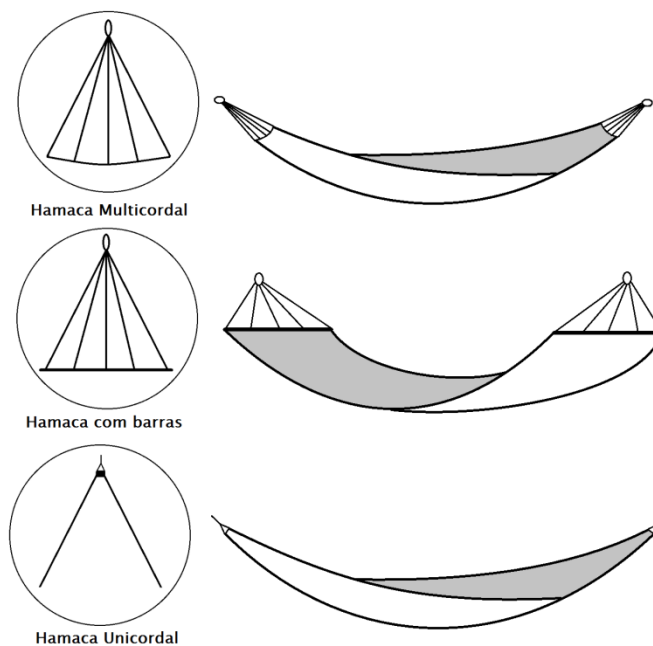
Tipologia

Os traços técnicos refletem a maneira em que a matéria é transformada, tanto nas operações iniciais com caráter funcional quanto de acabamento: detalhes que expressam questões de estilo que interagem com a dimensão simbólica. Estes elementos técnicos permitem diferenciar a variabilidade dos objetos, revelando características de quem, como, quando e para que foram feitos. Os traços técnicos podem ser compreendidos como um meio de diferenciação e expressão da identidade, individual ou coletiva, por meio da cultura material. Utilizar um traço específico na produção de um objeto representa uma *escolha técnica* coerente e significativa para um grupo e período específico, sendo compatível ou não com outras escolhas. As noções de traço e escolha técnica possibilitam uma aproximação à relação de transformação recíproca entre a sociedade e a tecnologia (LEMONNIER, 1986, p. 155).

⁶ “As mamucabas de reforço teriam surgido quando a rede se tornou veículo de transporte, palanquim de rede ou serpentina, ganhando durabilidade indispensável para as jornadas de léguas aos ombros dos indígenas ou escravos negros” (CASCUDO, 2003, p. 133).

Na construção de uma tipologia para as redes foram considerados os traços técnicos como elementos de classificação. A forma da grade da rede foi escolhida como traço técnico classificatório para esta tipologia, apresentada na Figura 2, pois ela está presente em todas as redes, por ser um elemento estrutural, além de permitir a caracterização de amplos grupos. A classificação proposta tem um caráter geral e exploratório, podendo ser criadas outras tipologias mais específicas considerando outros traços como o tamanho, os elementos decorativos (as cores ou as varandas) e o material utilizado no corpo (fibras naturais, artificiais e sintéticas).

Figura 2. Tipografia proposta segundo a forma da grade da rede de dormir.



Fonte: González (2017, p. 44).

Rede de dormir Multicordal: a grade é formada por múltiplos cordões unindo-se ao corpo da rede. A quantidade de cordões está em relação com o conforto e durabilidade do conjunto, distribuído o esforço exercido em cada um deles. Este traço é característico das redes feitas pelos indígenas desde a época pré-colombiana até hoje, assim como das

redes industriais identificadas como pertencentes ao estilo latino-americano (*Latin American Style*).

As primeiras redes foram feitas com liana e cipós e tiveram grandes malhas, dando a forma similar com as redes de pescar. Estas malhas foram diminuindo seu tamanho, gerando um tecido mais compacto e por tanto mais confortável. Este processo do aprimoramento da rede tem uma relação com a difusão gradativa do tear perpendicular ou vertical Aruaque⁷. Após a colonização o tear não sofreu modificações significativas como sim foi o caso do móvel. Como explica Cascudo (2003, p. 133), a partir do século XVII o tear horizontal dos europeus, nas mãos das mulheres portuguesas, acrescentaram características significativas às redes que hoje são consideradas tradicionais no Brasil⁸.

Rede de dormir com barras: é uma variação do design multicordal no qual uma barra de madeira é colocada em cada extremo transversal com o objetivo de manter aberto o corpo da rede. Cada barra tem tantos furos quanto número de cordões, que a atravessam para se unir aos cabrestilhos. Respeito a uma rede multicordal, este tipo de redes resulta altamente instável, pesado e voluminoso.

A origem do design com barras guarda uma estrita relação com o processo de colonização e posterior apropriação da rede pelos europeus. Os primeiros desenhos das redes feitos pelos colonos mostravam um pano retangular que dava a impressão de ser uma superfície continuamente aberta, uma representação que pode ter semeado a ideia do uso das barras. Após a rápida apropriação da rede pelas marinhas mercantes e

⁷ “Era perpendicular e não horizontal como os europeus, e da altura da tecedeira, na média de 1,60. Ali dispunha-se o fio de algodão, fiado em fuso rústico, e a tarefa começava de baixo para cima, da parte inferior para a superior” (CASCUDO, 2003, p. 132).

⁸ “As velhas inis [rede de dormir dos Tupis] indígenas não possuíam varandas nem os cabrestilhos eram reforçados pelo duplo travessão das mamucabas. As varandas tiveram a influência dos panos com os desenhos geométricos ou figurativos, tão comuns e famosos no Norte de Portugal, no trabalho dos bordados o dos labirintos” (CASCUDO, 2003, p. 133).

militares das potencias colonizadoras é possível estabelecer uma relação mais direta com a criação e popularização deste tipo de redes. Nos espaços reduzidos dos navios, as redes foram-se estreitando e impossibilitando uma posição *ligeiramente transversal* (posição recomendada para dormir numa rede), precisando o acréscimo de pequenas barras nos extremos transversais para mantê-las abertas. Mas é só nas últimas décadas do século XIX que estas redes fizeram-se populares, especialmente em nos Estados Unidos onde foram registradas algumas patentes. A superfície aberta de cordões grossos e tecida em malha foi percebida como o leito apropriado para tomar banho de sol (possibilidade pouco viável numa rede sem barras) além de ganhar um papel relevante como peça de decoração nos jardins e símbolo do *american life style*.

Rede de dormir Unicordal: é um design simplificado da rede, no sentido de prescindir dos cabrestilhos, barras e cordões. A grade da rede se forma ao recolher com uma corda os extremos transversais do corpo. De maneira geral os extremos têm uma dobra costurada por onde a corda é introduzida, mas não é regra geral e o pano pode ser recolhido e assegurado com um nó.

A popularização da rede unicordal está em relação com o surgimento das fibras sintéticas como o nylon e o poliéster na década de 1930, assim como com uso destes materiais na segunda guerra mundial para fabricar paraquedas, tanques para combustíveis, jaquetas, cordas, mosquiteiros e redes (multicordais) (WOLFE, 2008, p. 24). O tecido desenvolvido especialmente para os paraquedas dos aliados, com um sistema reforçado que evita o rasgamento do pano (*ripstop*), é até hoje o tecido mais usado na fabricação de redes unicordais. A partir da década de 1980 o design unicordal se popularizou como alternativa ao uso de barracas para acampar em atividades de aventura ao ar livre.

Princípios de Funcionamento

Se entendermos a função como o uso a que se destina um objeto, e o funcionamento do mesmo como a capacidade de realizar de maneira regular e eficaz aquilo para o que foi concebido (HOUAISS, 2010), então para descrever os princípios de funcionamento será preciso detalhar, a partir da função esperada do objeto, os elementos que compõem sua estrutura e a interação entre e com eles. Mas, qual é a função esperada da rede?

Para Brougère (1994, p. 41) a função é fonte de estímulo para a ação: um comportamento socialmente significativo. Nesta perspectiva o simbólico e o representativo são introduzidos como componentes inter-relacionados à forma e à função: a representação que fazemos de um objeto guarda relação com a maneira de usá-lo e de sua expressão material, assim como a função do objeto se traduz em uma representação e manifesta-se em uma materialidade. Sendo assim, um objeto funciona por que significa, por que seu uso faz algum sentido para o usuário. O objeto carrega um potencial de possibilidades, mas é na relação com o usuário, pelo envolvimento corporal em um contexto social e cultural, que algumas delas serão vivenciadas e outras não. A materialidade do objeto e o conteúdo simbólico resultam essenciais para dar sentido à relação que se estabelece; conteúdo que pode ser preenchido tanto pela tradição (história de práticas situadas) quanto pela publicidade e a mídia globalizada.

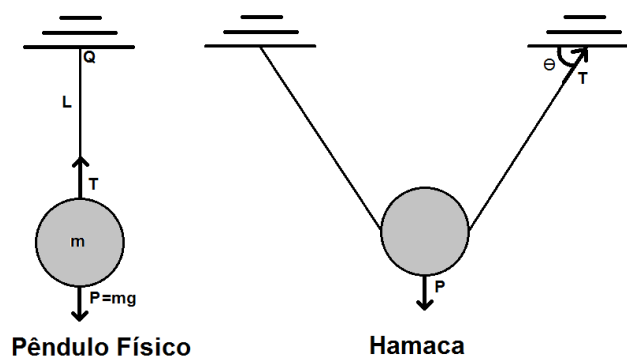
Coerente com esta proposição pode-se propor como a principal função da rede a de oferecer conforto nos momentos de sono e descanso, passível de ser usada em todo o ciclo vital humano: acolhe as paixões do casal, as dores de mãe, os choros do bebê, as brincadeiras da criança, o descanso do adulto, o sono do velho e a quietude da morte

certa. Que alguns destes usos se efetivem dependerá da materialidade da rede, da história de quem a usa e do contexto específico onde aconteça a relação.

A rede compartilha alguns princípios de funcionamento com um grupo particular de artefatos, dispositivos de mediação caracterizados pelo movimento no repouso: o berço, o balanço, e a cadeira de balanço. A rede e o balanço ainda apresentam a característica de ficarem suspensos, cordas esticadas nos pontos fixos e a superfície deslocando-se no ar: capacidade singular para mediar entre a terra e o céu.

Um primeiro ponto de partida para compreender o funcionamento da rede (e de alguns destes móveis balouçantes) é o sistema do pêndulo físico, apresentado na Figura 3. Um pêndulo é um sistema composto por um corpo (com massa m) suspenso por um fio (de comprimento L). O estado de equilíbrio deste corpo é na linha vertical que passa pelo ponto de sujeição (Q). Uma vez que o corpo é afastado deste ponto de equilíbrio e liberado, entra em oscilação. Sobre o corpo atuaram duas forças: a força gravitacional ($P=mg$) exercida pela terra e a tensão (T) exercida pelo fio.

Figura 3. Modelo do pendulo físico (esquerda). Modelo simplificado da rede de dormir (direita).



Fonte: González (2017, p. 48).

A partir deste modelo podemos colocar mais um fio ao corpo e ter um modelo simplificado da rede (Figura 4, direita), configurando-se um eixo entre ambos os pontos de sujeição (paralelo ao eixo longitudinal da rede) e limitando o movimento oscilatório em função dele. Com este modelo podemos compreender algumas das características do funcionamento da rede.

Distribuição do peso: com diferença de uma superfície rígida como a da cama, onde são gerados pontos de pressão entre o corpo e o colchão, a superfície flexível da rede possibilita a distribuição uniforme do peso ao longo do pano.

Movimento: O usuário, a rede, as cordas e os pontos de sujeição configuram um sistema de natureza estável e oscilatório. O atrito entre o corpo da rede e o ar, e entre os punhos e os armadores fazem com que o movimento perda energia com cada oscilação, o que leva o sistema a seu estado de equilíbrio, sendo preciso um pequeno esforço cada tanto para mantiver o sistema em movimento.

Suspensão: a rede fica suspensa entre os dois pontos de sujeição, fato que proporciona tanto a liberdade de movimento quanto o risco de queda⁹.

Tensão: A força de tensão (T) exercida pelos fios está em função do ângulo Θ (Figura 4 direita). Entre menor seja o ângulo, maior será a tensão exercida pelos fios sobre o corpo, tendo como resultado uma rede tensa, gerando maior esforço no sistema, assim como um desconforto geral no uso. O ângulo recomendado é de 30 graus aproximadamente, ou até chegar à forma de um sorriso.

Uma vez que os princípios de funcionamento da rede foram apresentados, pode-se pensar nos efeitos de seu uso sobre o ser humano. O doutor A. da Silva Mello (1957/2003 apud CASCUDO, 2003, p. 151-161) relaciona o movimento oscilatório da

⁹ Com respeito à altura: “a regra sertaneja é a rede bem alta para criança e para adulto que apenas a mão possa encontrar o chão. Um ditado adverte que queda *ruim é de rede baixa*. De rede alta é possível apurar-se o jeito do cair” (CASCUDO, 2003, p. 120. Grifo do autor).

rede com as sensações da vida intrauterina, com o berçamento dos primeiros anos de vida e a lembrança profunda do contato íntimo entre mãe e filho. A rede é um objeto habitável, mais do que uma superfície para estar *sobre*, ela oferece um espaço para estar *dentro*, ela nos acolhe e balança nosso sono: “mãe velha, chamavam-na os de outrora” (CASCUDO, 2003, p. 14).

Mas o funcionamento da rede não pode ser explicado só a partir de modelos físicos, de suas formas e de seus efeitos fisiológicos, pois eles não conseguem dar conta de aspectos simbólicos e subjetivos associados a contextos sociais e culturais singulares. Neste sentido podemos apontar algumas superstições no uso da rede ligadas ao contexto do nordeste brasileiro e que dão uma ideia dessa outra dimensão menos verificável:

A rede de defunto será enterrada com ele se a moléstia for contagiosa. Não sendo, aproveitam-na, lavando-a ao sol com sete águas e expondo-a ao coradouro durante três dias. [...] Ninguém se deve deitar ao longo da rede e sim ligeiramente transversal senão „está chamando caixão de defunto“. [...] Em rede de moça, só moça se deita. [...] Quem fuma deitado provoca asma. Rede de ébrio contagia vício. [...] Para dissipar o pesadelo basta bater no punho da rede três vezes. Para adormecer menino chorão impele-se a rede com o quadril (CASCUDO, 2003, p. 114-115).

A Tradução da Rede de Dormir

Agentes do Comércio Eletrônico

Nesta pesquisa a indústria, e nela o comércio eletrônico, são entendidos como sistemas culturais singulares, fazendo parte do fenômeno da pós-modernidade que coloca em relação às mais diversas culturas em escala global. Para descrever o papel das empresas de comércio eletrônico tomamos como ponto de partida a perspectiva sociotécnica, a qual procura uma compreensão da constituição da sociedade e da tecnologia de maneira processual, sublinhando a importância da ação coletiva de elementos heterogêneos em interação: das intenções, motivações e objetivos dos grupos

e indivíduos humanos, das características dos materiais e dos artefatos, assim como das possibilidades e constrangimentos do contexto como um todo. (LATOUR 1994, 2012; INGOLD 2011, 2012; SAWYER; JARRAHI, 2014).

As empresas do comércio eletrônico estão inseridas em processos de design, concepção, desenvolvimento, aprimoramento, adaptação, circulação e descarte de bens materiais em escala global. A partir da perspectiva sociotécnica é possível observar as articulações criadas ao longo destes processos pelos agentes do comércio eletrônico no seu papel de mediadores entre os grupos de produção e de consumo. Estas mediações podem ser observadas nas lojas virtuais dos sites das empresas, interfaces digitais que visam vincular os desejos e necessidades dos usuários com a carga simbólica dos artefatos, estimulando o imaginário coletivamente compartilhado, pré-formado pela materialidade dos objetos assim como pela mídia, a tradição e a publicidade precedente. Esta última tem por objetivo apresentar como diferente o que é similar e neste processo são misturados diversos signos sociais, mercantilizando a cultura e a informação segundo as intenções e motivações das empresas e do mercado globalizado, assim como das exigências e desejos dos consumidores (SANTOS, 2011, p. 2).

O comércio eletrônico é um fenômeno baseado na informação e no conhecimento, engajado num processo amplo de mudanças sociais representativas da sociedade contemporânea e que vão além do campo econômico, transformando os sentidos de comunidade ao criar novos vínculos não restritos às barreiras geográficas. O comércio eletrônico apresenta tanto oportunidades quanto constrangimentos, em especial no que diz respeito à conectividade e disponibilidade das redes, assim como dos conhecimentos para sua manipulação e aproveitamento em um ambiente de

transações econômicas impessoais e remotas marcadas por em uma temporalidade descentrada, flexível e acelerada (OECD, 1999).

Todas as empresas pesquisadas foram criadas entre a última década do século XX e a primeira do XXI, numa época em que a internet chegava a ter uma verdadeira popularização, pelo menos nos países mais industrializados, permitindo o acesso e a troca da informação em escala global. O comércio eletrônico desenvolveu-se de maneira paralela ao crescimento da internet, possibilitando que as empresas puderam ofertar seus produtos num nível internacional. A comercialização no ambiente virtual faz a intermediação entre os processos e grupos humanos encarregados da concepção e produção dos artefatos, e os grupos de recepção e uso dos mesmos. Os sites, por meio dos textos, imagens e interfaces gráfico-digitais, atualizam a carga simbólica que a rede carrega consigo e colocam em circulação novas habilidades, práticas, formas e materiais, gerando um processo de construção de sentidos polissêmicos e multidirecional moldado pelas estratégias de marketing. Além disso, graças aos canais de comunicação iterativos, os usuários-clientes agora têm um papel ativo, permitindo que as empresas identifiquem tendências culturais no meio social e as integrem aos processos de produção, assim como na publicidade, fechando um circuito de realimentação cultural.

Na internet a rede existe como objeto virtual, impalpável. A experiência de comprar uma rede neste ambiente está mediada pela interface digital e o computador em rede. Para diminuir o efeito da experiência indireta, as lojas virtuais utilizam todas as ferramentas disponíveis no entorno digital para tentar levar ao usuário tanta informação quanta for possível. Esta informação não está restrita aos sites das empresas, sendo abundantes os hiperlinks que conectam com outros sites de vídeos, fotografias e redes

sociais que oferecem ao usuário a possibilidade de imaginar a rede, conhecer algo daqueles que a fizeram e daqueles que a usam, assim como se criar uma ideia sobre como, onde, porque e para que usá-la. Nesta lógica a informação subministrada nos sites resulta tão importante quanto à qualidade material do produto e, às vezes, até mais decisiva que um preço baixo.

As empresas reforçam constantemente a possibilidade que tem o cliente para ajudar a melhorar as condições materiais, ambientais e culturais de determinadas comunidades por meio da compra dos produtos ofertados, em especial das redes artesanais. Estes benefícios materializam-se no lucro direto do produtor, pelos programas de responsabilidade social empresarial ou por ambos. Para as empresas, um mercado ativo incentiva financeiramente às novas gerações a continuar fazendo um “bom trabalho”, mantendo as tradições vivas, além de trazer desenvolvimento e oportunidades de trabalho para as localidades. As empresas apresentam seu papel de mediadoras com a capacidade de equilibrar as demandas globais e as necessidades locais e suas ações são exibidas para os clientes com o objetivo de demonstrar o compromisso socioambiental e a responsabilidade empresarial.

O acesso à informação e aos produtos ofertados por parte dos possíveis clientes está em função das características das plataformas digitais e das possibilidades de compra. A viabilidade de comprar uma rede no comércio eletrônico está limitada àquelas pessoas que possuam um computador ou dispositivo eletrônico com acesso a internet, que dominem os conhecimentos básicos de navegação e compra na internet, um cartão de crédito ou conta com um sistema de pagamento eletrônico e dinheiro nela. Uma vez que estas condições sejam cumpridas, as características das lojas virtuais e a coerência entre os desejos dos clientes e as redes ofertadas, assim como o nível de

identidade com os outros usuários e com a empresa em si, serão alguns dos aspectos determinantes para a escolha final por parte do comprador.

A tradução como estratégia de comunicação é realizada pelas empresas do comércio eletrônico no momento de dar sentido às escolhas comerciais. As empresas têm de falar em nome dos produtores, narrando suas histórias e modos de fazer para os usuários. Também falam em nome destes, relatando para os produtores as necessidades e desejos que devem ser materializados nas redes. A tradução dinamiza os processos de hibridação da rede de dormir estabelecendo laços entre agentes distantes e heterogêneos, como no caso dos padrões de segurança das creches alemãs que levam a modificar a forma de fazer as *hamacas* colombianas.

Os sites falam em nome das organizações comerciais que os criaram, mas também em nome dos produtores das mercadorias e daqueles que as usam e consomem. No ato de falar em nome de outro os porta-vozes são também tradutores, sua ação é significativa, participativa, intencional e localizada, é assumida por outro ator e, portanto, é política: emerge da interação desigual entre atores inseridos em relações de poder (LATOUR, 2012, p. 55).

Diversidade da Rede de Dormir

A *diferenciação cultural* emerge dos processos de circulação e tradução como um movimento de construção da especificidade contextual por meio da representação de signos, de maneira diferente e diferencial, no meio de sistemas de significação diversos e em contato (BHABHA, 1990, p. 314). A partir desta colocação, serão apresentados os processos de diversificação da rede por parte das empresas de comércio eletrônico pesquisadas, no entendimento de que estas são agentes ativos que colocam em

circulação à rede em uma escala global e que no processo têm que traduzi-la, fazendo com que cada rede, em cada site, seja representada de maneira *diferente e diferencial*¹⁰.

Os locais de produção das redes que são ofertadas nas empresas estudadas estão concentrados em países do centro e sul da América, em especial no México, na Colômbia e no Brasil, países com uma longa relação cultural com a rede. A produção na Índia e nos Estados Unidos está relacionada com a rede com barras e no Canadá e na Indonésia com a rede unicordal.

Todas as redes unicordais guardam uma estreita relação com o design funcional enfocado no uso em atividades ao ar livre e em esportes de aventura. A rede unicordal é claramente diferenciada das redes tradicionais, sejam elas multicordais ou com barras. Os principais aspectos sublinhados são sua facilidade para se guardar, a estabilidade, o tamanho reduzido e sua leveza. O aspecto tradicional, a história e usos culturais das redes não aparecem nos sites especializados neste tipo de redes, nos quais são apresentadas como invenções próprias e inspiradas pelo design industrial e pelos materiais sintéticos (nylon). O resultado: uma rede patenteada, baseada nos mesmos princípios estruturais das redes dos Aruaques, mas carregada de novos sentidos e funções, pensada para outros públicos e ambientes, feita de novos materiais e utilizando técnicas industriais modernas.

Todas as redes multicordais da oferta estudada são produzidas em países latino-americanos, coerente com a denominação *South American Style* recorrente no comércio eletrônico, mas que também é utilizada para redes feitas na Índia ou na China que seguem padrões similares, como as faixas de cores ou as varandas. Nos sites a rede

¹⁰ É preciso assinalar que em toda tradução a integração entre signos nunca é total. O desafio é identificar aqueles elementos que não se prestam à tradução, assim como aquilo que foi acrescentado com uma lógica suplementar; o que faz dessa tradução algo novo e disponível para novas traduções (BHABHA, 1994, p. 270).

multicordal é identificada com um bem cultural da América Latina, sendo frequente a distinção de estilos relacionados aos países em que são produzidas. As principais referências são as redes colombianas, brasileiras e mexicanas ou maias, uma forma de agrupar que deixa por fora outras redes que coexistem nestes países e que não estão representadas pelos padrões estabelecidos pelas empresas. A intervenção na concepção das redes é apresentada como uma forma de misturar a tradição latino-americana da rede com os critérios de qualidade e de inovação definidos pelas empresas.

De modo geral as redes com barras são produzidas pelos mesmos fabricantes das redes multicordais, sendo que a variação entre os dois designs limita-se, principalmente, ao acréscimo das barras, mantendo os padrões de construção das redes multicordais. Nos sites também são ofertadas redes com barras feitas nos Estados Unidos e na Índia. No hemisfério norte a valoração do aspecto decorativo da rede com barras contrasta com a percepção generalizada, validada pela experiência pessoal ou alheia, de ser um móvel instável e perigoso, sendo este um fator identificado pelas empresas e por tal motivo se vêem obrigadas a explicar como deve ser seu uso e instalação com segurança. No caso da oferta de redes sem barras, as empresas precisam mostrar as vantagens destas ao ponto de apresentar a ausência das barras como uma inovação recente no design do móvel.

Os sentidos atribuídos à rede de dormir entre a utilidade e o estético, mais que contraditórios, são complementares. As redes unicordais estão mais perto de uma ideia pura de utilidade, onde o valor estético está apagado ou disfarçado de design eficiente. As redes multicordais integram a utilidade natural do móvel e a estética do design tradicional. As redes com barras alcançam o extremo do estético sacrificando o funcional.

No movimento cíclico entre a produção e o uso podem ser identificadas algumas tendências culturais que se relacionam com a materialidade das redes ofertadas e as formas de apresentá-las nos sites. As questões ambientais e o retorno à natureza por meio de esportes e atividades em ambientes abertos se relacionam com a visão da rede como um móvel útil e versátil, que pode ser levado facilmente para qualquer lugar. Por outro lado a valorização da diferença, do local e do autêntico encontra expressão na rede tradicional e artesanal, apresentada como um patrimônio cultural da América Latina e sublinhado as ideias de descanso, tranquilidade, beleza, facilidade de uso e de instalação.

Usos da Rede de Dormir

Os usos da rede cá apresentados são aqueles reportados nos sites, bem seja por que os usuários informaram deles ou a modo de sugestões feitas pelas empresas. Sendo assim, eles podem diferir dos usos efetivos da rede por parte dos usuários, os quais ficam fora do alcance desta pesquisa, focando a atenção no papel mediador das empresas de comércio eletrônico no momento de promover determinadas formas de usar a rede.

Na hora de definir o local apropriado para pendurar uma rede, faz-se evidente uma incerteza que tem acompanhado a este móvel durante toda sua história: ela transita pelo interior da moradia, passa pela sala e o dormitório, atravessa pelos locais intermédios da varanda e o quintal até chegar ao campo aberto. Para seu uso no interior, a rede é ofertada nos sites como o móvel ideal para os momentos de leitura, criação ou assistir a televisão, além de ser uma peça de decoração. Em geral a rede é apresentada com a capacidade de gerar um espaço para se relaxar e descansar, para o “lazer” e para

passar “tempo de qualidade”. É sublinhada a possibilidade de ser utilizada principalmente de maneira individual, mas também para os momentos românticos do casal e as brincadeiras da família. Seu uso é sugerido para acalmar problemas de coluna e para as crianças com autismo ou déficit de atenção, apresentando estudos científicos que dão respaldo aos supostos benefícios para a saúde.

No exterior os usos estão relacionados principalmente com o tipo unicordal, mais adequado para as situações que exigem deslocamentos contínuos e pouco peso para carregar. Grande parte do público alvo da oferta das empresas pesquisadas carece de um envolvimento cultural prolongado com a rede. Para eles a biografia do móvel está marcada, principalmente, pela publicidade e a mídia em geral, assim como pela materialidade dela (forma e materiais). Por tal motivo a prática de dormir a noite toda continua estando restrita aos períodos de viagens e aventuras, sendo a cama o leito comum na cotidianidade.

Os usos que os novos usuários dão à rede são coerentes com a informação na mídia, com as próprias expectativas e as experiências corporais situadas. Nessa experimentação emergem novas possibilidades de uso nunca antes exploradas, dentre as quais podem ser sinalizadas a participação da rede nos esportes de aventura e o caso especial do *extreme hammocking*. Em 2015 foram instaladas 17 redes para 26 pessoas durante um encontro internacional, intercultural e não competitivo para entusiastas e profissionais da corda bamba (*slackline*) em Monte Piana, na Itália. As fotos das redes penduradas em cordas esticadas a 2350m acima do nível do mar foram publicadas e na mesma noite espalharam-se de maneira viral pelas redes sociais. Em pouco tempo a ideia tinha ganhado força e cada vez mais imagens começaram a circular na web, mostrando à rede pendurada na corda bamba nos mais diversos cenários, tanto naturais

como urbanos, ajudando a popularizar e dar forma à prática do *extreme hammocking*: A rede, pêndulo estável e signo da tranquilidade e do repouso, ao ser pendurada na corda bamba, pêndulo instável e signo do risco e da busca constante de equilíbrio, dão origem a uma prática que denuncia a ambiguidade da cada vez mais necessária capacidade de se relaxar em meio da tensão, de ousar brincar numa situação de perigo constante. A cotidiana e só aparente contradição de procurar segurança por meio da exposição ao risco controlado, medido e provisório.

Considerações Finais: A Ociosidade de Estar na Rede

Csikszentmihalyi (2001, p. 17, tradução própria) propõe observar o ócio como uma “embreagem” para se desconectar da rotina e “estabelecer um novo nível de energia”, como uma possibilidade para sair da continuidade e decifrar a perplexidade da vida a partir da criatividade e o interesse. Para o autor o ócio permite a reflexão, a incubação de ideias e a exploração intelectual, constituindo assim um campo fértil onde a criatividade, “a habilidade para mudar espontaneamente a forma em que contemplamos, pensamos e agimos no mundo” possa florescer. Mas para o autor o ócio, e também a criatividade, não são bons por si mesmos. As formas em que se vive o ócio precisam da aprendizagem de novas destrezas e habilidades para que resultem em experiências satisfatórias, no caso contrário o tempo só será preenchido de maneira passiva, experimentando o mundo de maneira simplificada e fragmentada, um ativismo que exalta emoções básicas e que exige o mínimo de intelecto. Na mesma linha, a criatividade pode desembocar na inovação efêmera e intensiva de produtos de consumo de massa.

Nas discussões sobre o ócio é comum esta diferenciação entre a experiência trivial e a experiência ótima. A primeira está relacionada com o consumo passivo e acrítico do entretenimento produzido em massa, “um nada repleto de pequenos nadas” (BAPTISTA, 2013, p.173), experiências “nas quais tudo acontece e nada nos toca, dada a ausência de sentido dessas atividades trivializadas.” (MARTINS, 2016, p. 56). O segundo tipo de experiências caracterizam-se pela integração de todos os aspectos da vida e a apropriação da cultura de forma ativa e criativa. Para Csikszentmihalyi, a experiência ótima promove o aumento da complexidade psicológica “que é o resultado de dois componentes: a *diferenciação*, ou o refinamento da autonomia, habilidade e individualidade pessoais, e a *integração* ou a participação harmônica com o meio social e cultural” (2001, p. 25) ¹¹.

Esta distinção entre experiências triviais e ótimas coloca em questão as formas de apropriação dos bens culturais em circulação e o papel do mercado global. A experiência entre o sujeito e o objeto, compreendida como um ato de comunicação, acontece sempre num contexto significativo: uma interação localizada, processual, multicausal e não linear entre o envolvimento corporal do usuário e os signos materializados nos objetos. A diferença entre o tipo de experiência estará dada, neste sentido, segundo o tipo de interação, e por tanto, de apropriação cultural, podendo transitar entre a recepção passiva e epidérmica ou a construção intersubjetiva centrada na atenção e o cuidado (BAPTISTA, 2013, p. 175).

As noções de experiência ótima, e em especial de estado de fluxo, desenvolvidas por Csikszentmihalyi; Csikszentmihalyi (1988) e seu equipe de pesquisadores, têm-se infiltrado nas discussões contemporâneas sobre o ócio e o lazer (*leisure*). O

¹¹ Tradução própria, grifos do autor.

desenvolvimento consciente do eu está no fundo da proposta do autor: é o fim das experiências ótimas e do estado de fluxo. A partir deste ponto de vista, o autor também tem trabalhado com as relações que as pessoas estabelecem com as coisas, em especial a formação da identidade através dos objetos cotidianos do ambiente doméstico. Desta maneira, os trabalhos de Csikszentmihalyi (1988, 1991, 1993, 2001) permitem-nos estabelecer uma ponte entre estas duas esferas que jogam um papel fundamental nesta pesquisa: a experiência ociosa das coordenadas espaço-temporais de um lado e a experiência das coisas do outro.

Csikszentmihalyi (1993) chama nossa atenção do perigo de colocar aos objetos como projeções de nossos desejos, em detrimento de uma construção consciente do eu (self). Situação que encontra um paralelo com o presente impróprio que vivem as pessoas, um tempo-espaço imposto onde o ócio é subcontratado e consumido de maneira intensa e efêmera, limitando a ação autêntica. A proposta inversa é recuperar o papel dos objetos como instrumentos para um bem viver no mundo, e o ócio como a possibilidade de viver uma temporalidade autêntica: um estar no mundo que permanece na escuta para recuperar a voz própria (BAPTISTA, 2013, 174). Uma voz que não é pura nem originária e sim uma construção híbrida a partir da tradução de elementos culturais heterogêneos. Uma construção cotidiana de si mesmo onde o ócio e a criatividade fazem parte da estratégia para dar sentido à perplexidade da vida e para desenvolver as habilidades necessárias para transformar o mundo exterior e a realidade interna.

A partir dos usos da rede, considerando o viés comercial dos porta-vozes e das colocações teóricas acima discutidas, podem ser sublinhados alguns aspectos que ajudam a compreender a experiência de estar na rede para quem a comprou na internet,

e a forma em que esta está influenciada pela informação disponível nos sites e, conseqüentemente, a influência sobre o tipo de ócio que nela se possa experimentar.

As empresas de comércio eletrônico anunciam a rede ressaltando seus valores estéticos, culturais e utilitários, todos eles entrelaçados. A escolha e compra de uma rede em particular estará em função do equilíbrio entre esses valores atribuídos pelas empresas, suportados ou não pela história do objeto e dos usuários pretéritos, e das próprias buscas, desejos e práticas do comprador, de sua identidade e sentido de pertença a determinados grupos sociais. Sendo provável que sua escolha misture as frustrações e desejos de um “tempo de qualidade” e a expectativa de viver experiências autênticas. A rede imaginada e comprada no ambiente virtual deve corresponder com a experiência final no mundo físico. É possível que as características físicas coincidam, mas a concretização das promessas idealizadas de descanso, relaxamento e prazer exibidas pela publicidade dos sites dependera da relação que se estabeleça entre o usuário e a rede e do local onde ela aconteça.

Para alguém que usa uma rede pela primeira vez, a experiência pode resultar desafiante por algumas horas ou até dias, mas caso consiga dar um jeito, a experiência deixará de ser exigente para se tornar uma garantia de conforto. Segundo a visão de Csikszentmihalyi; Csikszentmihalyi (1988), a partir deste ponto as habilidades (deitar na rede) serão maiores que os desafios (saber como se deitar numa rede) e o estado de fluxo, aquele em que a experiência é ótima, deixará de estar presente para dar passo a um estado de tédio. O estar sem fazer nada não é tão simples como aparenta e precisa de anos de treinamento, portanto alguma coisa tem que ser feita para se sobrepor ao sentimento de tédio: ficar dormir levado pelo balanço da rede, pensar num projeto que está dando voltas na cabeça ou tirar o telefone do bolso para uma *selfie*. Usar a rede não

é garantia da qualidade da experiência, mas também não é que não faça diferença: estar na rede é estar em movimento constante, estar levantado do chão, é aprender a viver ociosamente no meio de pontos opostos e fixos.

Desde sua origem como móvel total dos indígenas, inserido nas suas cosmologias e em um cotidiano que não distingue entre trabalho e ócio, a biografia da rede tem oscilado entre extremos, passando pela representação como espaço da preguiça aos olhos dos europeus, crentes da ideia mistificada do trabalho como forma de adorar a deus; pelo móvel típico do passado indígena que deve ser escondido na fazenda do colono; como espaço para se relaxar e descansar no ambiente de estresse e falta de tempo das cidades e chegando, de novo, a ser pendurada na fazenda como objeto sofisticado de decoração na época da “fascinação com a diferença” e da “mercantilização da etnia” (HALL, 2005).

Por outro lado o ócio também há passado por diversas de compreensão: das concepções gregas do ócio como construção de sentido da existência e arte de se conhecer a se mesmo, passando pelas ideias latinas de possibilidade de realização dos talentos próprios a partir da criação e a contemplação, as ideias de imoralidade e inutilidade na idade meia, até as concepções modernas do ócio como tempo livre e diversão (SALIS, 2016).

A partir destes movimentos, pode-se incluir à rede nas mesmas considerações que Martins (2016, p. 54-56) traz sobre a necessidade de “repensar sobre as possibilidades de novas construções sobre o ócio numa contemporaneidade consumista, apressada e acelerada”. Pois tanto a rede quanto o ócio têm passado por mudanças gradativas e lentas nas representações como lugares “dos vícios e pecados, da preguiça, da vadiagem e de toda sorte de liberdade marginal” para outras representações (em

potencia) como lugares “de criação, âmbito do pensamento criador e transformação subjetiva e social”.

Olhando para os passados indígenas e gregos, poder-se-ia pensar que a rede e o ócio, respectivamente, sofreram uma simplificação decorrente da mercantilização de vida cotidiana. Mas esta simplificação não é total. Aceitando que diversos usos da rede deixaram de ser praticados e que alguns sentidos do ócio deixaram de ser vivenciados, também se observa uma diversidade de formas, usos e sentidos que se reinventam: o algodão utilizado volta a ser orgânico, a rede para camping acompanha o retorno à natureza e ultrapassa os fronteiras geográficos chegando até a antártica, usuários criam outras formas de usar a rede e correm a espalhar os achados pela internet e não há de faltar alguém que, deitado numa rede, desenvolva seus próprios talentos em equilíbrio com o entorno.

A rede de dormir consegue disponibilizar um lugar para estar no mundo e mediar experiências que oscilam entre a complexidade psicológica por desenvolver e a trivialidade já existente, participando da perplexidade da vida e da incerteza cotidiana que abre as portas para novas histórias por viver.

REFERÊNCIAS

BAÑOS, Othón. Hamaca y cambio social en Yucatán. Chetumal: **Revista Mexicana del Caribe**, México, n. 15, p. 169-214, 2002.

BAPTISTA, Maria Manuel. Ócio, temporalidade e existência: uma leitura à luz da fenomenologia e hermenêutica heideggerianas. Aveiro: **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, v. 1, n. 2, p. 173-182, 2013.

BHABHA, Homi K. Dissemination: time, narrative, and the margins of the modern nation. In: BHABHA, Homi K. (ed.). **Nation and Narration**. London and New York: Routledge, 1990. p. 291-322.

BHABHA, Homi K. Cómo entra lo nuevo al mundo. Espacio posmoderno, tiempos poscoloniales y las pruebas de la traducción cultural. In: **El lugar de la cultura**. Buenos Aires: Manantial, 1994. p. 257 -284.

BROUGÈRE, Gilles. **Brinquedo e Cultura**. São Paulo: Cortez, 1994.

CAMPOS, Roberto. Hamacas, erotismo y medicina: una visión histórica y antropológica. Distrito Federal: **Revista de la Universidad de Yucatán**, México n. 208-211, p. 43-56. Ene-Dic, 1999.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Rede de dormir**. Uma pesquisa Etnográfica. São Paulo: Global, 2003.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; CSIKSZENTMIHALYI, Isabella Selega (ed.). **Optimal experience**: psychological studies of flow in consciousness. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

_____. **Design and Order in Everyday Life**. Cambridge: Design Issues, The MIT Press, v. 8, n. 1, p. 26-34, (Autumn) 1991. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1511451>. Acesso em: 08 ago. 2016.

_____. Why We Need Things. In: LUBAR, Steven; KINGERY, W. David (ed.). **History from Things, essays on Material Culture**. Washington, DC: Smithsonian Institution Press, 1993. p. 20- 29.

_____. Ocio y creatividad en el desarrollo humano. In: CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; *et al.* **Ocio y desarrollo**. Potencialidades del ocio para el desarrollo humano. Bilbao: Universidad de Deusto, 2001. p. 17-32.

CUENCA CABEZA, Manuel; CUENCA AMIGO, Macarena. O encontro entre o ócio e a cultura: reflexões sobre ócio criativo desde a investigação empírica. In: BAPTISTA, Maria Manuel; VENTURA, Anne. (org.) **Do ócio- debates no contexto contemporâneo**. Coimbra: Grácio, 2014. p. 11-32.

FLOOD, Finbarr B. **Objects of Translation**: Material Culture and Medieval "Hindu-Muslim" Encounter. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

FONSECA, Raphael. Redes de dormir. **Revista Carbono**, n. 3, 2013. Disponível em: <http://revistacarbono.com/artigos/03redes-de-dormir-raphael-fonseca> Acesso em: 13 jul. 2016.

GOMES, Christianne. Mapeamento histórico do lazer na America Latina: em busca de novas abordagens para os estudos sobre o tema. In: ISAYAMA, Hélder F.; SILVA, Ricardo. (orgs.). **Estudos do lazer**: um panorama. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011. p. 146-164.

GONZÁLEZ, J. Sebastián Restrepo. **Ao vaivém do ócio**. Circulação e Tradução da Rede de Dormir no Comércio Eletrônico. 2017. 113 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, 2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

HOUAISS, Antônio. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

INGOLD, Tim. **Being alive: essays on movement, knowledge and description**. New York: Routledge, 2011.

_____. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun. 2012.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

_____. **Reagregando o social**. USC/ Salvador, BA: EDUFBA, 2012.

LEMONNIER, Pierre. The study of material culture today: Toward an anthropology of technical systems. **Journal of Anthropological Archaeology**, v. 5, n. 2, 1986.

MARTINS, José Clerton de Oliveira. Lazeres e tempos livres, entre os ócios desejados e os negócios necessários. São Paulo: **Revista do centro de pesquisa e formação SESC**, n. 02, p. 51-58, maio, 2016.

MELLO, Antônio da Silva. O uso da rede, do berço e da cadeira de balanço e as suas vantagens. In: CASCUDO, Luís da Câmara. **Rede de dormir**. Uma pesquisa Etnográfica. São Paulo: Global, 2003.

MONTEIRO, Vicente do Rego. A rede, a grande inimiga da Civilização Nordestina. Fronteiras; Recife, Ano VII, n. 11, nov. 1938. In: CASCUDO, Luís da Câmara. **Rede de dormir**. Uma pesquisa Etnográfica. São Paulo: Global, 2003.

OECD, Organisation for Economic Cooperation and Development. **Economic and Social Impact of E-commerce: Preliminary Findings and Research Agenda**, OECD Digital Economy Papers, No. 40, Paris: OECD Publishing, 1999. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/236588526334> Acesso em: 30 Abr. 2016.

SALIS, Viktor D. Ensaio de uma epistemologia do ócio. São Paulo, **Revista do centro de pesquisa e formação SESC**, n. 20, p. 30-38, maio, 2016.

SANTOS, Cristina. A dimensão simbólica do discurso publicitário. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã: UBI (Universidade da Beira Interior), 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-cristina-a-dimensao-simbolica-do-discurso-publicitario.pdf> Acesso em: 30 set. 2015.

SARAMAGO, José. **Objecto quase**. São Paulo: Companhia das letras, 1994, p. 78.

SAWYER, S., JARRAHI, M.H. The Sociotechnical Perspective. In: TOPI, Heikki, TUCKER, Allen (ed.). **Information Systems and Information Technology**, Volume 2 (Computing Handbook Set). Boca Raton: Taylor and Francis, 2014.

WARNIER Jean-Pierre. **A Mundialização da Cultura**. São Paulo: EDUSC, 2003.

WOLFE, Audra J. **Nylon: A Revolution in Textiles**. Philadelphia: Chemical Heritage v.26, n.3, Fall, 2008. Disponível em: <http://www.chemheritage.org/discover/media/magazine/editions/26-3-fall-2008.aspx>
Acesso em: 13 jul. 2016.

Endereço dos Autores:

Juan Sebastián Restrepo González
Chácara do Ipê 4570, Paraíso,
Viçosa – MG – 36.578-970
Endereço eletrônico: jsrestre@gmail.com

José Alfredo Oliveira Debortoli
EEFFTO/UFMG
Av. Antônio Carlos 6627 – Pampulha
Belo Horizonte – MG – 31.270-901
Endereço eletrônico: dbortoli@eeffto.ufmg.br