

Sobre a economia da partilha e o mercado da partilha: uma análise do Uber como pseudocompartilhamento

Eduardo Valente

Mestre em Administração pela PUC Minas. Egresso do Programa de Pós-graduação em Administração da PUC Minas.

edu-valente@hotmail.com

Roberto Patrus

Doutor em Filosofia pela Universidad Complutense de Madrid. Professor do Doutorado e Mestrado em Administração da PUC. Professor adjunto IV da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

robertopatrus@pucminas.br

Editor Científico: José Edson Lara
Organização Comitê Científico
Double Blind Review pelo SEER/OJS
Recebido em 16.02.2018
Aprovado em 25.10.2018



Este trabalho foi licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição – Não Comercial 3.0 Brasil

Resumo

A partilha é uma ação em que as pessoas compartilham de bens, serviços e também sentimentos, experiências, conhecimento e informação. No entanto, uma nova geração de negócios, como o Uber, tornou a delimitação deste conceito mais difícil. A ideia de que os novos negócios da economia da partilha não sejam de fato representações de compartilhamento já está presente na literatura sobre o tema. Ainda assim, são escassos os trabalhos sobre os negócios definidos como pseudocompartilhamentos. Sobre o Uber, em particular, não há registro de trabalhos publicados nas revistas brasileiras de Administração. Diante dessa lacuna teórica, problematizamos o Uber no contexto da economia da partilha. Sem dúvida, trata-se de um caso exemplar para compreender diversos dos principais desafios da atual era do acesso, como a descreve Rifkin. Enfim, o Uber é um negócio da economia da partilha ou um falso compartilhamento para ganhar o mercado da partilha? Nesse trabalho, procuramos responder a essa pergunta sustentando a posição de que o Uber não é compartilhamento, mas um negócio que explora um mercado da partilha. Como produto dessa reflexão, oferecemos uma contribuição teórica para a análise de negócios que atuam no mercado da partilha.

Palavras chave: Uber, Economia da Partilha, Acesso, Sustentabilidade, Mobilidade.

On sharing economics and the sharing market: an analysis of Uber as pseudo sharing

Abstract

Sharing is an action in which people share goods, services and also feelings, experiences, knowledge and information. However, a new generation of businesses, such as Uber, has made the delimitation of this concept more difficult. The idea that the new businesses of the sharing economy are not actually representations of sharing is already present in the literature on the subject. Still, there is scarce work on the businesses defined as pseudo-shares. About Uber, in particular, there is no record of published works in the Brazilian magazines of Administration. Faced with this theoretical gap, we problematize Uber in the context of the sharing economy. Undoubtedly, it is an exemplary case to understand several of the major challenges of the current era of access, as described by Rifkin. Anyway, is Uber a sharing economy business or a fake sharing to win the sharing market? In this paper, we seek to answer this question by holding the position that Uber is not sharing, but a business that exploits a sharing market. As a product of this reflection, we offer a theoretical contribution to the business analysis that operates in the sharing market.

Key words: Uber, Share Economy, Access, Sustainability, Mobility.

Sobre la economía del reparto y el mercado del reparto: un análisis del Uber como pseudo-compartición

Resumen

El compartir es una acción en la que las personas comparten bienes, servicios y también sentimientos, experiencias, conocimiento e información. Sin embargo, una nueva generación de negocios, como el Uber, ha convertido la delimitación de este concepto más difícil. La idea de que los nuevos negocios de la economía del reparto no sean de hecho representaciones de compartir ya está presente en la literatura sobre el tema. No obstante, son escasos los trabajos sobre los negocios definidos como pseudo-compartición. Sobre el Uber, en particular, no hay registro de trabajos publicados en las revistas brasileñas de Administración. Ante esta laguna teórica, problematizamos el Uber en el contexto de la economía del compartir. Sin duda, se trata de un caso ejemplar para comprender diversos de los principales desafíos de la actual era del acceso, como la describe Rifkin. En fin, el Uber es un negocio de la economía del compartir o ¿se trata un falso compartir para ganar el mercado del reparto? En ese trabajo, tratamos de responder a esta pregunta sosteniendo la posición de que Uber no es compartir, sino un negocio que explora un mercado del reparto. Como producto de esta reflexión, ofrecemos una contribución teórica para el análisis de negocios que actúan en el mercado del reparto.

Palabras clave: Uber, Economía del reparto, Acceso, Sostenibilidad, Movilidad.

1- Introdução

Em 2009, o Uber foi lançado para explorar o mercado de transportes de passageiros e o discurso do seu representante traz muitos dos argumentos presentes na literatura sobre *carsharing*. Trata-se de uma empresa global, avaliada em cinquenta bilhões de dólares (Forbes, 2016), que conecta motoristas a pedestres através de seu aplicativo móvel *peer-to-peer*, P2P (Uber, 2016). Seu fundador é um empreendedor conhecido por ter sido protagonista de uma das primeiras plataformas de compartilhamento online da história, o Scour, que a lado do Napster deu origem à primeira geração de redes centralizadas em P2P (Wang, Zhu & Li, 2006). Deixou um legado de diversas outras iniciativas em que se compartilham músicas, livros, filmes e programas e similares. Seu legado também é o da (i) legalidade: legisladores ao redor do mundo debatem-se entre como permitir, legalizar e legitimar a inovação trazida.

O ato de compartilhar é uma ação em que as pessoas partilham entre si bens, serviços e também sentimentos, experiências, conhecimento e informação. Sua instituição pode ser tão antiga quanto a própria evolução do homem (Belk, 2010). Dentre diferentes tipos de

compartilhamento, os mais puros só existem nos círculos de relacionamentos mais íntimos (Belk, 2007; Benkler, 2005). No entanto, uma nova geração de negócios, como o Uber, tornou mais difícil a definição do que é e do que não é partilha (Belk, 2010; 2014). Fora dos círculos mais íntimos das pessoas, a mistura de atributos entre partilha e mercado aponta para o conceito de pseudocompartilhamento.

A ideia de que os novos negócios da economia da partilha não sejam de fato representações de compartilhamento está presente em Benkler (2005), Belk (2010 e 2014) e Bardhi & Eckhardt (2012). Ainda assim, são escassos os trabalhos sobre os negócios definidos como pseudocompartilhamentos. Sobre o Uber, em particular, não há registro de trabalhos publicado nas revistas de Administração, segundo busca feita na base de dados Spell em abril de 2016. Na produção nacional sobre economia da partilha, vale apenas o registro da obra de Abramovay (2012). O estudo de negócios que exploram o mercado da partilha se justifica pelo fato de tomar parcelas de mercado cada vez mais expressivas, cada vez mais presentes na vida das pessoas, e por causarem rupturas nos mais diversos mercados, tornando-se tópico crítico para agentes reguladores por todo o mundo (Cannon & Chung, 2015).

Diante dessa lacuna e dessa justificativa, procuramos relacionar o Uber com a economia da partilha. Sem dúvida, trata-se de um caso exemplar para compreender diversos dos principais desafios da atual era do acesso (Rifkin, 2000). Para Benkler (2014) “2014 foi o ano da economia da partilha, ou a “uberificação” de todos os serviços (...). Em recente conversa com um alto executivo de uma empresa de um setor em crise, ele afirmou a necessidade de a sua empresa descobrir o seu jeito Uber de fazer negócios. Enfim, o Uber é um negócio da economia da partilha ou um falso compartilhamento para ganhar o mercado da partilha? Nesse trabalho, procuramos responder a essa pergunta sustentando a posição de que o Uber não é compartilhamento, mas um negócio que explora um mercado da partilha. Como produto dessa reflexão, pretendemos oferecer contribuição teórica para a análise de negócios que atuam no mercado da partilha.

2- Conceito e caracterização de Economia da Partilha

De acordo com Belk (2007) compartilhar é uma forma de distribuição (econômica) distinta do mercado e da dádiva porque nela não há reciprocidade. A reciprocidade é oculta na dádiva, explícita no mercado e ausente na partilha (Belk, 2010). Parte dos bens localizados

dentro das casas são utilizados entre os membros da família sem a necessidade de se pedir para usá-lo, ou mesmo de agradecer após seu uso, chama-se isto de “partilha interna” (*sharing in*). Outra variação é a “partilha externa” (*sharing out*) – que ocorre quando se convida alguém de fora da família para usufruir temporariamente de seus bens, ou do lar, como um hóspede ou convidados para jantar em casa (Belk 2010). Nestes casos o senso de comunidade e confiança são fundamentais e tendem a estender a relação entre os compartilhadores (Belk, 2010). Por outro lado, esses sentimentos e valores de colaboração, confiança e comunidade não estão presentes em todas as recentes novas formas de compartilhar (Belk, 2014).

As mudanças nas formas de compartilhar online podem explicar o surgimento de uma nova safra de negócios com o intuito de intermediar essas relações e, assim, ganhar dinheiro (Belk, 2010, 2013, 2014). Assim, nem todos esses negócios são de compartilhamento. A partir deles, define-se o “pseudocompartilhamento” (Belk, 2010, 2014). O dinheiro, fator intermediador nesse tipo de transação, aparece como elemento potencial para corromper os significados de compartilhamento (Belk, 2010; Benkler, 2005). Nessa linha, Bardhi e Eckhardt (2012), em pesquisa com usuários do site de compartilhamento de carros, Zipcar, afirmaram que os participantes parecem ser motivados primeiramente por paradigmas de interesse próprio, com ausência dos valores de comunidade, propriedade mútua ou confiança.

A abordagem do auto-interesse contradiz a visão romantizada da “Nova Era Paradisiaca do compartilhamento” (Badger, 2012, apud Belk, 2014, tradução nossa). Entre essas duas posições, verificam-se visões que atrelam o teor utilitarista, instrumental e comercial desse tipo de negócio a uma visão dos potenciais benefícios sociais e ambientais que eles acarretam. Riles (2015), por exemplo, descreve que há uma euforia ao redor da épica e gloriosa reinvenção do sistema econômico geradora de rupturas tanto no funcionamento de mercados consolidados quanto nas formas que pessoas acessam bens e serviços, com potencial de responder a problemas econômicos e ecológicos. Abramovay (2012) adiciona seu potencial de solucionar problemas relacionados ao consumismo e à produção. Cohen & Kietzmann (2014) apontam benefícios relacionados a sustentabilidade em um contexto atual urbano tanto para consumidores, quanto para empresas e governos. Hong & Vicdan (2015) expressam que as novas práticas de partilha são cruciais na ampliação do tema sustentabilidade. Belk (2014) aceita que mesmo nos pseudocompartilhamentos pode haver benefícios para consumidores e meio ambiente.

Para a maioria dos autores, a economia da partilha é um processo possibilitado pela internet (Riles, 2015; Matzler, Veider and Kathan, 2014; Lamberton & Rose, 2012;

Winterhalter, Wecht & Krieg, 2015; Consumano, 2015; Cohen & Munoz, 2015; Möhlmann, 2015), no qual há a interação de pessoas, de um lado o prestador, pessoa interessada em ganhar dinheiro extra (*make extra Money*) com um bem ocioso (Riles, 2015), de outro, o mutuário, pessoa disposta a pagar pelo acesso temporário aos bens na forma de serviço ao invés da compra na forma de propriedade (Matzler, Veider and Kathan, 2014; Botsman and Rogers, 2010; Lamberton & Rose, 2012; Consumano, 2015). Prestadores mantêm propriedade sobre os bens, mutuários pagam pela posse temporária, processo que é facilitado por um mercado digital, aproximando vendedores e compradores (Cannon, B. & Chung, H., 2015), com certa ética de amizade e pessoalidade um pouco maior do que as transações de mercado ordinárias (Riles, 2015).

A ociosidade dos bens, fator motivador para o seu compartilhamento, está relacionada com a ideia de capacidade excedente. Devido ao desenvolvimento tecnológico e aos fatores de viabilidade de produção industrial, alguns bens só são produzidos em pacotes mínimos de capacidade, que leva a uma produção do excedente. Uma das formas de aproveitar essa capacidade excedente é através da partilha (Benkler, 2005), que ocorre de forma descentralizada. Tal partilha, realizada por meio de pagamento (uma motivação extrínseca) pode ser conflitante (Frey, 1997, 2001) com a ideia de uma ação culturalmente esperada como gratuita (motivação intrínseca) (Benkler, 2005).

Mesmo assim, o conceito permite reunir diferentes formas de compartilhamento, como Benkler (2005) aponta que a partilha de carros, em larga escala, tem caráter mais instrumental. Isso concorda com outros autores, como, Cohen & Kietzman (2014) sobre como a maioria dos esquemas de partilha de carros é associada a proprietários de veículos que buscam o lucro, ao passo que, para Huwer (2003) as soluções mais altruístas são voltadas somente a nichos que querem contribuir ativamente para o desenvolvimento sustentável.

Concluindo, podemos dizer, que, em princípio, “compartilhar é uma alternativa à propriedade privada através da qual duas ou mais pessoas gozam dos benefícios e/ou dos custos de posse. Ao invés de distinguir o que é “meu” do que é “seu”, compartilhar define algo como “nosso” (Belk, 2007). Tal definição nos leva à distinção entre propriedade e posse, que veremos a seguir.

2.1- Propriedade, posse e acesso na economia da partilha

Para Proudhon (1886/1975, p. 50), “teu e meu (...) aplicados às coisas externas indicam posse, função, uso, nunca propriedade”. Para esse clássico autor, a propriedade é uma faculdade legal, de direito, enquanto a posse é um fato (Proudhon, 1886/1975). De acordo com Belk, como vimos, a economia do compartilhamento permite que duas ou mais pessoas partilhem da posse de um bem e não da sua propriedade. Essa mudança no uso da propriedade (posse) por quem não é dono dela alimenta proposições como a de Rifkin (2000), de que estamos vivendo uma mudança de era. A ideia antiga, em que a propriedade estava no centro das preocupações consumistas, preconizava a ideia de “ter, guardar e acumular” (Rifkin, 2000, p. 4). Mas para Rifkin, esse lema faz cada vez menos sentido na nova era, onde “tudo são serviços” (Rifkin, 2000, p. 10).

Quando a posse é compartilhada por meio de pagamento, pode-se falar em uma mudança da era da propriedade para a era do acesso. Rifkin (2000) a caracteriza como a transformação das relações humanas em *commodity*; Muito do que agora acessamos com pagamento, antes era cultura e gratuito. Reforça-se que a transformação dos relacionamentos em *commodities* tem uma natureza instrumental, baseada em um compromisso de honrar obrigações em um exercício pecuniário de poder entrar e sair facilmente, sem ter obrigação alguma com os valores compartilhados no grupo (Rifkin, 2000). É exatamente o que Sandel (2012) postula ao afirmar que nas relações contemporâneas o dinheiro tem comprado quase tudo, até lugar em fila ou um ingresso gratuito para assistir a um evento cultura público com restrição de público por questão de segurança.

De um lado, a era do acesso trata da transformação de bens culturais em *commodities* e os negócios de partilha pura são impactados pela inovação disruptiva das pseudopartilhas e vice-versa. Inovação disruptiva é tema comum na explicação de como empresas tradicionais podem se adaptar à economia da partilha (Consumano, 2015) e como as recompensas monetárias causam rupturas nos relacionamentos de partilha (Belk, 2014; Benkler, 2005) e também como bens culturais, antes gratuitos, agora são cada vez mais acessados com pagamento (Rifkin, 2000).

Uma das formas de compartilhamento atual mais comum na nossa cultura é a “carona”. Pessoas próximas com rotas e horários similares se organizam, fazem agendas e as modificam como convier, para o ir e vir diário em carros compartilhados. No entanto é consenso entre os pesquisadores que com os avanços da internet o compartilhamento com desconhecidos rompeu com os laços de personalidade na escolha dos compartilhadores (Belk, 2007; Benkler, 2005). Por meio da internet informações de bens e serviços são ofertados e

precificados, assim expande-se o processo de pessoal para impessoal (Cannon & Chung, 2015). Criam-se mercados (Cannon & Chung, 2015) onde tudo pode ser alugado ou emprestado (Belk, 2007). Com isso, passou-se a incluir pessoas que não compreendem os valores coletivos e de colaboração daquele grupo. Com uma nova racionalidade de escolha entre o acesso temporário ou a aquisição tradicional, a motivação externa de compartilhar pode ser comprada. Inaugura-se a ideia de que juntar mercado e partilha é bom negócio. Chamamos esse processo de mercado da partilha.

Pode-se ampliar, o que Belk (2010) chamou de pseudopartilha, para mercado da partilha. São duas as características principais na comparação entre o mercado tradicional e o mercado da partilha: (1) as pessoas não mais compartilham apenas com seus próximos, mas também com desconhecidos em nível global com objetivos instrumentais; (2) há uma profunda mudança no ciclo de vida dos produtos, uma vez que diversos bens podem ser alugados ou emprestados ao mesmo tempo em que se mantém posse sobre eles (Winterhalter, Wecht & Krieg, 2015).

Para Winterhalter, Wecht & Krieg, 2015 e Consumano, 2015, é possível que qualquer empresa se adapte e se aproxime da economia da partilha. Uma forma de adaptação é facilitar o acesso temporário, os negócios deverão vender serviços, *leasing* ou aluguel de seus produtos (Winterhalter, Wecht & Krieg, 2015). Outra adaptação tem a ver com a digitalização dos produtos (Winterhalter, Wecht & Krieg, 2015). Essa ideia vem do final da década de 1990 e desde então muito foi digitalizado, como, enciclopédias e músicas. Há outros negócios que também podem explorar o mercado do produto digital em seu lugar, como acontece com o uso do Uber no mercado dos taxistas.

Cada vez mais os objetos estarão conectados à internet enviando e recebendo informações comunicando-se com outros objetos (Winterhalter, Wecht & Krieg, 2015). Diferente de outros setores, a indústria automotiva ainda não foi forçada a se reinventar fundamentalmente (Swan, 2015). No entanto, com novos modelos de serviço de transporte (*carsharing*) e inovações energéticas, poderão empurrar a indústria automotiva para profundas mudanças estruturais (Swan, 2015).

A discussão sobre o que realmente é a economia da partilha se tornou essencial nos dias atuais do ponto de vista da resistência das indústrias impactadas por ela e também dos modelos regulatórios necessários em respeito aos benefícios e inconveniências que ela pode

trazer sob diferentes interpretações (Cohen & Munoz, 2015). A prevalecente sociedade do desperdício foi desafiada (Cohen & Munoz, 2015).

Estes impactos podem ser considerados disruptivos e compreendidos como externalidades, pois têm implicações tanto econômicas quanto regulatórias, positivas e negativas (Cannon & Chung, 2015). Em teoria, economias de compartilhamento em bom funcionamento facilitam melhor alocação de recursos pela redução do consumo excessivo, pela reciclagem de bens e de mão-de-obra não utilizados e reduz preços por uma melhor gestão dos recursos escassos (Cannon & Chung, 2015). Na seção seguinte, aprofundamos a questão das externalidades e sua relação com a sustentabilidade.

2.2 Externalidades e sustentabilidade na economia da partilha

Os negócios da economia da partilha são criados e desenvolvidos sem consonância com os planejadores públicos. Cohen & Kietzman (2014) apontam que esses negócios normalmente “vão sozinhos” (tradução nossa¹). Cannon & Chung (2015) sugerem que eles “agem primeiro e pedem perdão depois”. Em outras palavras, eles violam regras estabelecidas do *status quo* por causa da novidade tecnológica ou da falta de regulação. E depois que os problemas vão ser resolvidos e integrados ao planejamento público (Cohen & Kietzman, 2014; Cannon & Chung, 2014). Existe, portanto, uma dualidade dos negócios de partilha, são de interesse privado na produção, mas de interesse híbrido (bens de mérito) quanto ao consumo (Cohen & Munoz, 2015).

A economia da partilha aparece como de relevância para se avançar no sentido do decrescimento, necessário para redução do materialismo pela impossibilidade de crescimento econômico infinito (Latouche, 2010). Pela partilha, é possível reduzir de 13 veículos (Cohen & Munoz, 2015; Martin et al, 2010, apud Cohen and Kietzman, 2014) a 20 veículos nas ruas (Abramovay, 2012) ou mesmo, reduzir a necessidade de se ter um carro individual (Steininger, Vogl & Zettl, 1996; Teubner & Flath, 2015; Firnkorn & Müller, 2011; Martin et al, 2010, apud Cohen & Munoz, 2015), conteúdo presente nas palestras do representante do Uber.

Em larga escala, o resultado é o decrescimento na produção de itens novos, reduz o consumo de recursos finitos, reduz a poluição proveniente da produção, quanto mais se compartilha menos recursos são extraídos da terra com direta relação com preocupações

ecológicas e consumo sustentável (Hamari et al, 2013, apud Möhlmann, 2015 – por outro aspecto, o decrescimento sozinho seria catastrófico se não for conduzido por uma sociedade do decrescimento, entre desemprego e abandono dos programas sociais e culturais necessários para a uma qualidade de vida mínima (Latouche, 2010).

Em defesa da sociedade do decrescimento, parte dos bens e serviços que os consumidores mais valorizam hoje são oferecidas em plataformas colaborativas e não remuneradas e ainda se preocupam em reduzir seu impacto (Abramovay, 2012). Por outro lado, alguns chamam a economia da partilha de “neoliberalismo bombado” (Morozoy, 2013, apud Cohen & Munoz, 2015) em uma comparação renovada do que ocorreu quando o empresariado se vestiu de verde para defender a sustentabilidade (Layrargues, 2000).

Apontam-se que as intenções dos novos participantes da proliferada partilha não ingressam com consciência e intenção ecológica, mas por preferirem os baixos custos que os negócios de partilha provêm (Matzler, Veider & Kathan, 2014). A ideia é que essas formas de compartilhamento podem ser simplesmente “vendidas” como novos processos para aqueles que não embarcaram nas novas tecnologias (Ellingstad & Love, 2013).

A partir dessa contextualização conceitual acerca da economia da partilha, problematizamos a questão do Uber. Como se trata de um objeto relacionado com o tema da mobilidade urbana, em particular, do carro, aprofundamos esse assunto na próxima seção.

2.3 Carro compartilhado e Mobilidade Urbana

O compartilhamento de carros é tão antigo quanto o próprio carro (Taubner & Flath, 2015) e é frequentemente encorajado por empregadores e cidades para redução do congestionamento (Cohen & Munoz, 2015). Dentre os diversos termos utilizados, *carsharing* pode designar de forma genérica a partilha de carros, enquanto *carpooling* já foi descrito tanto como carona (com motorista) quanto como empréstimo de carros. *Ridesharing*, por sua vez, é utilizado somente como carona (com motorista). Independentemente do termo utilizado, os bens podem ser de co-propriedade/coletivos, individuais (pessoais) ou privados (empresariais), porém, priorizando os processos de compartilhamento através de plataformas digitais ao invés de informais (Kohen & Kietzman, 2015).

As primeiras ideias surgiram na década de 1950. Os primeiros projetos foram implantados no final da década de 1970 e os primeiros negócios viáveis são do final da

década de 1980 (Steininger, Vogl & Zettl, 1996). Como descreve Petersen (1995), os mais bem-sucedidos surgiram e se espalharam por toda Alemanha onde havia cerca de 20 mil membros e 1260 carros compartilhados (dados de 1996) (Steininger, Vogl & Zettl, 1996). Em 2002, também na Alemanha, havia cerca de 55 mil clientes compartilhando cerca de 2 mil carros (Huwer, 2003).

Outro fato histórico sobre *carpooling*, são campanhas de partilha de carros, mais especificamente de caronas, promovidas durante a Segunda Guerra Mundial e na crise do petróleo na década de 1970 com fins de reduzir o consumo de borracha e combustível (Benkler, 2005; Abramovay, 2012; Cohen and Kietzmann, 2014). Após a década de 1980, houve queda na partilha de carros de 19% para 12% (Benkler, 2005), acompanhada por fatores como o aumento das vendas de pick-ups individuais e a popularização de motores potentes altamente consumidores de combustíveis (Abramovay, 2012).

Após a década de 1980, a indústria automobilística inovou apenas para atender desejos privados (dos consumidores). O atendimento ao interesse público se deu apenas por força de lei americana, em 2007, com a imposição de metas de redução de consumo de combustível, emissão de poluentes e incentivos à partilha de veículos (Abramovay, 2012).

A inclusão de conceitos de sustentabilidade em temas de mobilidade urbana foi prevista por Seininger Vogl & Zelt (1996) baseado na definição da Comissão das Comunidades Europeias de 1992. No entanto, as tendências da mobilidade apontavam para o lado oposto (Nijkamp, 1994 *apud* Seininger Vogl & Zelt 1996), com aumento da frota individual, impacto ambiental, congestionamento e acidentes (Button, 1993 *apud* Seininger Vogl & Zelt 1996).

A mobilidade sustentável tem quatro objetivos. O primeiro é a redução de viagens, que pode ser alcançada facilitando o acesso dos cidadãos a compras *online*, por exemplo. O segundo objetivo é o transbordo (mudança de modal), que pode ser alcançado por estruturas de transição privilegiando hierarquicamente ir a pé, bicicleta, coletivo público e carro compartilhado, ao invés de veículos de ocupação individual. O terceiro objetivo é o aumento da densidade urbana para redução da distância das viagens dos residentes. E, finalmente, a redução do impacto ambiental, que pode se dar por meio da implantação de transporte público de maior eficiência energética e incentivos para redução do uso veículo pessoal (Banister, 2008, *apud* Cohen and Kietzmann, 2014).

Os problemas para implantação desses tipos de objetivos são vários. Os ônibus urbanos são concedidos às empresas privadas e devem ser economicamente viáveis e

lucrativos. Isso limita a expansão de rotas para zonas menos populosas, o que chamam Cohen e Kietzmann, (2014) de “primeiro quilômetro, último quilômetro”. Segundo esses autores, quando isso acontece, significa que o sistema colapsa, reduz-se a eficiência alocativa de recursos públicos e as pessoas optam por usar o carro particular em todas as suas viagens. É indiscutível que ônibus vazios elevam em muito a poluição *per capita* e, como o serviço deve ser mantido mesmo em horários de baixa demanda, a eficiência energética pode ser baixa (senão altamente variável) (Kriston, Szabo & Inzelt, 2010).

Em relação à eficiência energética, diversas pesquisas apontam que se a diferença fosse pequena, consumidores prefeririam pagar um pouco a mais por um veículo com tecnologia limpa (Kriston, Szabo & Inzelt, 2010). Sem embargo, Kriston, Szabo & Inzelt, (2010) apresentam análises de implantação de diferentes tipos de veículos movidos a hidrogênio ou eletricidade e concluem que através da partilha essas inovações são lucrativas com pequeno aumento para o consumidor.

Além disso, para avaliar a aderência de um programa de partilha de carros, Huwer (2003) apresenta a necessidade de localizar os pontos de coleta e devolução em conexão com outros modais. É consenso na literatura que *carsharing* é complementar aos meios de transporte tradicionais (Firnkorner & Müller, 2011) e sua implantação possibilita que usuários acessem carros sem necessidade de propriedade e assim complementem suas necessidades de mobilidade. Além disso, a transformação do carro em custo variável de transporte confere nova racionalidade na decisão entre os diferentes modais (Steininger, Vogl and Zettl 1996; Huwer, 2004).

A realidade, no entanto, pode ser outra. O *gap* apresentado tem duas origens aparentes. A primeira está nas diferentes necessidades de locomoção urbana ou por uma demanda enorme dos meios de transporte mais confortáveis (Abramovay, 2012, 77-78; Kriston, Szabo & Inzelt, 2010). A segunda está na dificuldade dos serviços coletivo-públicos de ampliar sua capacidade devido aos elevados investimentos necessários (Kriston, Szabo & Inzelt, 2010).

Basicamente, mobilidade, além do interesse público, também é um mercado privado no qual o automóvel individual compete com o transporte público pelo fato de não serem integrados, por faltarem alternativas de mobilidade pública de qualidade e também pela inexistência de veículos de baixo custo com tecnologia limpa (Cohen & Kietzmann, 2014). Cada vez mais pessoas recorrem a modais alternativos de transporte (Kriston, Szabo & Inzelt, 2010) e a isso emergem os negócios de partilha de carros e caronas.

Dentro do tema mobilidade urbana, portanto, o carro como meio de transporte tradicional é composto pelos *lone commuters* (ocupações individuais), carros partilhados internamente (família, amigos, etc.) e os táxis. Conforme Huwer (2003), apesar das semelhanças, o taxi não compete no mesmo mercado do carro compartilhado, pois são utilizados de formas e com objetivos diferentes. Na verdade, a partilha de carros se tornou uma inovação disruptiva para a indústria dos taxis. Entre as diferenças, a partilha de carros quando bem gerida apresenta aspectos de sustentabilidade (Cohen & Munoz, 2015) e quanto mais o modelo do *carsharing* se parecer com o dos taxis, menor sua relação com a sustentabilidade (Cohen & Munoz, 2015).

Uma luta histórica entre lotações (ou perueiros) com as prefeituras e concessionárias de transporte público (Hirata, 2012), ocorreu em diversas cidades do Brasil e do mundo. As “vans” competiam com serviços de taxi, de locação de carros e coletivos (Hirata, 2012; Cohen & Munoz, 2015). São serviços acusados de explorar mão de obra infantil, de oferecer veículos em péssimas condições e principalmente, mesmo se o veículo estiver em ótimas condições, segurada, com motorista profissional, ela recai na ilegalidade baseado no conflito com as previsões de passageiros que impactam na viabilidade das concessões (Resende, 2014).

Da forma com que esses serviços são abordados na literatura, tais argumentos contrários seriam exceções (Benkler, 2005) e aponta-se que são uma forma de *carsharing*, chamada *Vanpooling* e se configura também como um serviço que quando integrados aos demais meios de transporte flexibilizam rotas, melhoram a entrega da mobilidade e reduzem custos (Firnkorn & Müller, 2011).

3- A economia da partilha e o Uber: um pseudocompartilhamento

Na primeira parte desse trabalho, procuramos rever a literatura sobre a economia da partilha. Ela teve sua origem na junção da cultura do compartilhamento externo com os avanços da tecnologia da internet e na produção de bens amplamente possuídos com características de indivisibilidade e granularidade. Essa fusão permitiu a emergência de negócios que intermediam formas de produção e distribuição descentralizada para compartilhar a capacidade excedente de forma impessoal, que ganham acesso temporário ao bem e com recompensas relativas à divisão dos custos ou aos benefícios envolvidos que pode resultar em algum lucro.

A economia da partilha promove externalidades, como vimos no desenvolvimento do tema, com impactos inclusive na sustentabilidade. Afinal, quando as iniciativas de compartilhamento são bem geridas, elas promovem economia de extração, produção, consumo e descarte. Tais iniciativas poderiam alimentar a ideia de decrescimento, tão cara que é para o conceito de sustentabilidade. Podem apresentar, também, um senso de comunidade, confiança e colaboração, na medida em que há um compartilhamento da posse, que pressupõe relações de confiança.

Não raramente, o Uber é associado ao conceito de *carsharing*, compartilhamento de carros, por representantes da empresa e por seu fundador, em palestras publicadas na internet. Nosso argumento é que o Uber não é compartilhamento de carros, mas um negócio que explora um mercado de intermediação de produção descentralizada, o mercado da partilha. Consideramos, com Benkler (2005) que não fazem parte da economia da partilha aqueles negócios que utilizam regras de mercado como precificação estabelecida pela oferta e demanda para atração dos participantes do compartilhamento, que é o caso do Uber. Ainda, excluem-se também negócios com processos através dos quais indivíduos proprietários dos bens compartilhados fazem dessa produção uma profissão ou um empreendimento, que também é o caso do Uber. Tais constatações podem ser demonstradas através do discurso do CEO da empresa, em suas palestras (Kalanick, 2014), tratou de conteúdos sobre as suas tecnologias para direcionar os motoristas para regiões das cidades onde há demanda reprimida e como suas estratégias para atrair motoristas se baseia no sistema de tarifa flutuante.

Entende-se por isto que a economia da partilha não é uma espécie de fortaleza protegida. “Essa cooperação não mercantil se mistura com atividades remuneradas, promovendo mudanças significativas no próprio sentido do que são os mercados para as sociedades contemporâneas” (Abramovay, 2012, p. 159). Ou seja, o Uber não aponta para uma economia onde não haja lucro ou um entrelaçamento com valores de mercado. A relação com os sentidos de comunidade, confiança e colaboração é ausente no discurso oficial do Uber.

O conceito de pseudopartilha (Belk, 2010) se aproxima muito do conceito de economia da partilha da maioria dos autores. Dentre as principais diferenças, resume-se (1) a intenção dos membros em partilhar, entre o utilitarismo e o altruísmo, (2) as formas de distribuição e precificação, entre geração de lucros e divisão de custos/benefícios e (3) as consequências desencadeadas pela transação com a possibilidade de gerar sentimentos e ações comunitárias de colaboração, confiança, propriedade mútua e de relacionamento pessoal.

Assim, parece-nos que o Uber explora um mercado cujo papel principal é de intermediar. Seu negócio administra transações *peer-to-peer*, tem pouca ou nenhuma relação com a motivação intrínseca dos usuários, apenas as extrínsecas ou instrumentais. O Uber propõe regras de utilização, segurança, implementa ferramentas de regulação, de pagamento e busca, o chamado “winner takes all” (Taubner & Flath, 2015, p. 319): o vencedor leva tudo, ou seja, quanto maior a rede (fatia de mercado), quanto mais participantes, mais bem-sucedida e mais atrativa, para os participantes e para atrair novos participantes, será a iniciativa.

Assim, conforme Rifkin (2000), com a ideia da “uberização de todos os serviços” (Benkler, 2014) podemos pensar que o Uber é uma iniciativa que transforma processos culturais gratuitos (a carona) em processos de mercado e pagos. A internalização por parte dos negócios tradicionais de processos de acesso ao invés da propriedade não modifica sua definição do mercado para a partilha. Baseados em uma atualização tecnológica (o aplicativo, que se vale do GPS nos telefones celulares) como causa de rupturas em estruturas diversas, o acesso permitiu uma atualização dos modos de consumo e de produção.

Ainda que o gozo seja modificado, mantém-se o fundo. A ideia de que a partilha possa ser integrada à economia através do argumento de que por ela é possível promover melhor gestão dos recursos escassos ao solucionar deficiências alocativas e indefinições de propriedade, a história do empresariado advogado do desenvolvimento sustentável (Layrargues, 2000) parece se repetir. O discurso de Kalanick (2014) contém diversos argumentos voltados à redução do número de carros nas ruas e que problemas de tráfego intenso podem ser resolvidos através de sua empresa. O modelo de sustentabilidade aqui utilizado como mobilidade sustentável e do decrescimento propõe que partilha de carros é apenas a penúltima opção na hierarquia de prioridades.

Não preconizamos a proibição do Uber. Assim como as lotações (*Vanpooling*) foram tão criticadas, esses serviços devem ser alternativas legais e viáveis que possibilitem a atualização do conceito de mobilidade sustentável integrante do planejamento urbano das cidades. A responsabilidade é do poder público e a proteção dos serviços tradicionais impede que as potencialidades de conscientização do consumo do transporte individual, renovação da frota com tecnologias limpas e de racionalização dos diversos custos e modais possíveis, sejam possibilitadas.

4- À guisa de conclusão: uma contribuição teórica

Com o propósito de elaborar uma contribuição teórica para o debate do mercado da partilha e a análise dos negócios que chamamos de pseudocompartilhamento, elaboramos dois quadros conceituais para orientar conceitualmente a discussão.

No Tabela 1, a seguir, apresentamos os elementos fundamentais de um mercado da partilha. Sua leitura é realizada a partir da classificação conceitual que estabelece o conjunto da análise realizada horizontalmente, assim, as demais colunas estabelecem os valores relativos a cada conjunto conceitual para examinar a intensão dos participantes (quaisquer atores envolvidos na transação incluindo o governo, consumidores, plataformas e etc), as recompensas para os participantes, o processo produtivo e o processo consumidor.

Tabela
Estrutura de análise do mercado da partilha

Classificação conceitual	Intenção dos participantes	Recompensas	Processo produtivo	Processo consumidor
Definição do mercado atuante	Cultura de compartilhamento externo transformada em serviço	Inovação tecnológica para proliferação do público	Disseminação e granularidade dos bens contemplados e descentralizada	Acesso aos bens na forma de serviços e atualização das formas tradicionais do mercado e da partilha
Instrumentos de precificação e de atração dos participantes	Tamanho da rede e potencial de receita	Meio de geração de renda, redução de custos ou serviço alternativo	Tecnologias de precificação e levantamento da demanda para suporte na prestação dos serviços descentralizados	Informação digitalizada do nível do serviço e dos preços
Consequências relativas ao compartilhamento	Efêmera, pecuniária e proliferada	Ethos de amistosidade, cordialidade e respeito. Poder público gerencia conflitos	Manutenção das propriedades privadas e geração de receita das capacidades excedentes ou sistemas de co-propriedade	Racionalização dos custos e avaliação dos serviços
Consequências relativas à sustentabilidade	Conscientização dos benefícios para sustentabilidade subsequente ao ingresso	Atualização para tecnologias limpas e apoio ao planejamento público	Intermediário e poder público intervêm em conjunto com regras e sistemas de incentivos para aumento das eficiências alocativas	Possibilidade de mudança no comportamento de consumo da propriedade para o acesso

Fonte: elaborado pelo primeiro autor.

No Tabela 2, orientado pela estrutura do Tabela 1, apresentamos o conteúdo relativo à análise do Uber como objeto de investigação.

Tabela 2

Estrutura de análise do mercado da partilha aplicada ao Uber

Classificação conceitual	Intenção dos participantes	Recompensas	Processo produtivo	Processo consumidor
Mobilidade Urbana	Acessar meios de transporte alternativos	Aplicativo móvel que possibilita melhor uso da informação para produção e consumo	Motoristas com carros próprios executam as operações	Pedestres acessam carros com motoristas.
Instrumentos de precificação e de atração dos participantes	Ter sempre um operador disponível e passageiros demandantes	Pode ser usado como fonte de renda e pode reduzir custos de transporte	Funções de geolocalização de previsão da demanda, tarifas flexíveis e baixas barreiras de entrada e pontuação do usuário	Funções de tempo de espera e previsão para racionalização do custo da viagem e da pontuação do operador
Consequências relativas ao compartilhamento	Redução dos custos com transporte e com a necessidade de ter carro individual	Novos meios de relacionamento impessoal, de produção e consumo regulado e mais cordial	Proprietários de carros podem gerar renda extra e utilizar parte de sua capacidade excessiva de produção	Pedestres informados da qualidade do serviço usufruem de parte da capacidade excessiva dos bens de outras pessoas
Consequências relativas à sustentabilidade	Melhoria do trânsito, redução da poluição dos carros	Possibilidade de uso de carros elétricos ou híbridos	Uso de vias exclusivas, possibilidade de transportar mais de um passageiro, locais de estacionamento prioritário	Racionalização do uso do transporte e possibilidade de redução da frota de automóveis por não ter que ser proprietário de um carro individual

Fonte: elaborado pelo primeiro autor.

Finalizamos este ensaio com uma palavra acerca da expressão elaborada, “mercado da partilha”, que traz consigo três mudanças na abordagem da economia da partilha em relação às demais pesquisas. Em primeiro lugar, propõe-se que independentemente da distinção entre os compartilhamentos mais puros daqueles mais parecidos com mercado, o fato é que a

ampliação dos públicos, tanto produtores quanto consumidores, para atores que discernem tais processos apenas como novas formas de participação social e econômica, o termo compartilhar deverá ser entendido como um fator decentralizador das capacidades produtivas de seus bens ou de bens alheios de forma proliferada, o que valida o progresso de iniciativas tanto do compartilhamento quanto do mercado.

Em segundo lugar, a premissa de adaptação de quaisquer mercados para a chamada era do acesso é somente parte da explicação, o que discorda dos argumentos de Bardhi & Eckhardt (2012) quando propõem que a economia da partilha deveria ser chamada de acesso baseado no consumo. A proposta desses autores inspirou essa elaboração teórica apenas do ponto de vista da distribuição, pois em relação à produção, a profundidade deve ser ampliada e reestruturada para possibilitar uma visão mais completa das mudanças que afetam não só as formas culturais mercantilizadas como as formas de mercado que se adaptam ao processo decentralizado das capacidades produtivas de propriedade individual.

Em terceiro e último, a junção dos dois construtos, mercado e partilha, permite tanto uma revalidação das propostas de economia da partilha como uma forma alternativa e inovadora de atender às mudanças tecnológicas, quanto de se considerar novos atributos necessários para potencializar a adaptação em todos os tipos de negócios e indústrias rumo à sustentabilidade e ao decréscimo. Assim é possível também aumentar a distância entre os tipos de economia da partilha para que a mercantilização cultural não absorva ou não se passe por aquelas ações gratuitas e mais puras do compartilhamento.

Referências

- Abramovay, R. (2012). *Muito além da economia verde*. Editora Abril.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881-898.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of consumer research*, 36(5), 715-734.
- Belk, R. (2014). *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), 7-23.
- Benkler, Y. (2005). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law Journal*, 273-358.

- Benkler, Y. (2014). Analyses the challenges and benefits of the sharing economy”, World Economic Forum, 2014, Palestra. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=mBF-GFDaCpE>. (Acesso em 28 de abril de 2016)
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours*. London: Collins.
- Cannon, B., & Chung, H. (2014). Framework for Designing Co-Regulation Models Well-Adapted to Technology-Facilitated Sharing Economies, *A. Santa Clara Computer & High Tech. LJ*, 31, 23.
- Cohen, B., & Muñoz, P. (2015). Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.
- Cusumano, M. A. (2015). How traditional firms must compete in the sharing economy. *Communications of the ACM*, 58(1), 32-34.
- Firnborn, J., & Müller, M. (2011). What will be the environmental effects of new free-floating car-sharing systems? The case of car2go in Ulm. *Ecological Economics*, 70(8), 1519-1528.
- Forbes (2016). America's Richest Entrepreneurs Under 40: Travis Kalanick. Recuperado de <http://www.forbes.com/forbes/welcome/>.
- Hirata, D. (2011). *Produção da Desordem e Gestão da Ordem: notas para uma história recente do transporte clandestino em São Paulo*. *Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social*, 4(3), 441-465.
- Hong, S., & Vicdan, H. (2016). Re-imagining the utopian: Transformation of a sustainable lifestyle in ecovillages. *Journal of Business Research*, 69(1), 120-136.
- Huwer, U. (2004). Public transport and car-sharing—benefits and effects of combined services. *Transport Policy*, 11(1), 77-87.
- Kalanick, T. (2014). Palestra proferida no London Annual Meeting 2014 do Institute of Directors. Recuperado de http://www.iod.com/connect_ing/annual-convention-2014-post-convention/travis-kalanick. Acesso em Abril de 2016.
- Kriston, A., Szabó, T., & Inzelt, G. (2010). The marriage of car sharing and hydrogen economy: A possible solution to the main problems of urban living. *International journal of hydrogen energy*, 35(23), 12697-12708.
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.
- Latouche, S. (2010). Degrowth. *Journal of cleaner production*, 18(6), 519-522.
- Layrargues, P. P. (2000). Sistemas de gerenciamento ambiental, tecnologia limpa e consumidor verde: a delicada relação empresa-meio ambiente no ecocapitalismo. *Revista de Administração de empresas*, 40(2), 80-88.
- Martin, C. J., Upham, P., & Budd, L. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. *Ecological Economics*, 118, 240-251.
- Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review*, 56(2), 71.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Proudhon, P. J., & Caeiro, M. (1975). O que é a propriedade?
- Resende, D. (2014). Passageiros arriscam a vida em transporte clandestino. Recuperado de <http://www.otempo.com.br/o-tempo-betim/passageiros-arriscam-a-vida-em-transporte-clandestino-1.881012>. Acesso em fevereiro de 2016.

- Rifkin, J. (2001). *A era do acesso*. Makron Books.
- Riles, A. (2014). From comparison to collaboration: experiments with a new scholarly and political form. *Law and Contemporary Problems*, 77, 14-35.
- Sandel, M. (2012). *O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado*. Rio de Janeiro: *Civilização Brasileira*.
- Steininger, K., Vogl, C., & Zettl, R. (1996). Car-sharing organizations: The size of the market segment and revealed change in mobility behavior. *Transport Policy*, 3(4), 177-185.
- Swan, M. (2015). Connected car: quantified self becomes quantified car. *Journal of Sensor and Actuator Networks*, 4(1), 2-29.
- Teubner, T., & Flath, C. M. (2015). The economics of multi-hop ride sharing. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 311-324.
- Uber (2016). Recuperado de <https://www.uber.com/pt/>. Acesso em Abril de 2016.
- Wang, X., Zhu, B., & Li, S. (2006). A novel privacy and copyright protection enforced peer-to-peer network. In *Digital Rights Management. Technologies, Issues, Challenges and Systems* (pp. 298-310).
- Winterhalter, S., Wecht, C. H., & Krieg, L. (2015). *Keeping Reins on the Sharing Economy: Strategies and Business Models for Inc.*