

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**A EXPANSÃO DA ECONOMIA COLABORATIVA E A  
NECESSIDADE DE UMA  
ECONOMIA SUSTENTÁVEL: UM PANORAMA DO  
DEBATE ATUAL**

EDUARDO BACIL MONTEIRO DIAS  
Matrícula nº: 111364963

ORIENTADOR(A): Prof.<sup>a</sup> Valéria Vinha

AGOSTO 2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**O SURGIMENTO DA ECONOMIA COLABORATIVA E  
A NECESSIDADE DE UMA  
ECONOMIA SUSTENTÁVEL: UM PANORAMA DO  
DEBATE ATUAL**

---

EDUARDO BACIL MONTEIRO DIAS  
Matrícula nº: 111364963

ORIENTADOR(A): Prof.<sup>a</sup> Valéria Vinha

AGOSTO 2016

*As opiniões expressas neste trabalho são da exclusiva responsabilidade do autor*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus familiares: Sônia Gonçalves Bacil, Luiz Felipe Monteiro Dias, André Bacil Monteiro Dias, Mara Regina Flores, Ana Paula Carajurú Teixeira, Théó Carajurú Monteiro Dias, Alice Carajurú Monteiro Dias, Bruna Ohana e Valentim Ohana Bacil. Agradeço também a todos os meus amigos, à minha namorada Mila de Choch e à professora Valéria Gonçalves da Vinha, minha orientadora na elaboração desse trabalho.

## **RESUMO**

O presente trabalho busca discorrer a respeito do surgimento da economia colaborativa no período recente. Entendida como um tipo de economia possibilitada a partir dos últimos avanços tecnológicos, ou seja, a internet e os smartphones, ela vem mostrando um crescimento surpreendente. Junto com ela surge a promessa da construção de uma economia verdadeiramente sustentável e democrática. Dessa forma, ao longo dessa monografia se buscará discorrer a respeito do ressurgimento da economia colaborativa nos anos recentes, bem como do debate acerca da sua regulamentação e da alegada sustentabilidade promovida pela mesma.

# ÍNDICE

## INTRODUÇÃO

CAPÍTULO I- O QUE É A ECONOMIA COLABORATIVA.....	4
--	---

I.1 INTRODUÇÃO.....	4
---------------------	---

I.2 DEFININDO A ECONOMIA COLABORATIVA.....	6
--	---

I.2.1 <i>Os diferentes tipos de economia colaborativa</i> .....	6
---	---

I.2.2 <i>A economia P2P vs B2P e o viés lucrativo da colaboração</i> .....	12
--	----

I.3 UMA NOVA FORMA DE INTERAÇÃO VIA MERCADO: A IMPORTÂNCIA DA CONFIANÇA E DA COOPERAÇÃO.....	13
--	----

I.4 A REVOLUÇÃO DIGITAL E O RESSURGIMENTO DA COLABORAÇÃO.....	16
---	----

CAPÍTULO II- A REGULAÇÃO DA ECONOMIA COLABORATIVA.....	19
--	----

II.1 INTRODUÇÃO.....	19
----------------------	----

II.2 AS DIFICULDADES REGULATÓRIA DA ECONOMIA COLABORATIVA.....	21
--	----

II.3 A ECONOMIA COLABORATIVA E A INFRAÇÃO DE NORMAS JÁ EXISTENTES: OS CASOS DO AIRBNB E UBER.....	25
---	----

II.3.1 <i>O caso do Airbnb</i> .....	25
--------------------------------------	----

II.3.2 <i>O caso da Uber</i> .....	27
------------------------------------	----

CAPÍTULO III- A ECONOMIA COLABORATIVA COMO SOLUÇÃO PARA A CRISE DE SUSTENTABILIDADE.....	34
--	----

III.1 INTRODUÇÃO.....	34
-----------------------	----

III.2 A ECONOMIA COLABORATIVA É SUSTENTÁVEL?.....	36
---	----

III.2.1 <i>O impacto ambiental da redistribuição de bens</i> .....	40
--	----

III.2.2 <i>O impacto ambiental da mutualização de bens</i> .....	41
--	----

III.2.2 <i>O impacto ambiental da mobilidade compartilhada</i> .....	42
--	----

III.3 PASSOS NECESSÁRIOS PARA CONSTRUÇÃO DE UM MUNDO SUSTENTÁVEL A PARTIR DE UM VIÉS COLABORATIVO.....	43
--	----

## CONCLUSÃO

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO I: EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO DO E-COMMERCE NO BRASIL.....	5
---	---

## ÍNDICE DE TABELAS

TABELA I: DESCRIÇÃO DOS TIPOS DE VIDA COLABORATIVOS.....	10
TABELA II: RENDIMENTOS OU SALÁRIOS POR HORA DE MOTORISTAS DA UBER X TÁXIS E CHOFERS.....	19

## INTRODUÇÃO

No início do século XXI, uma forma de organização econômica distinta do modelo tradicional começa a se expandir. Chamada de economia colaborativa, ela aparece com promessas de revolucionar o mercado de bens e serviços e a forma como os consumimos. Operando a partir de sites e aplicativos para smartphone, a economia colaborativa foi capaz de criar novos nichos de mercado onde antes, sem a tecnologia necessária, não era possível trocar.

Contudo, uma falta de definição única do movimento dificulta sua assimilação por parte do meio acadêmico, que ainda reluta em aceitá-la como uma força a ser reconhecida. A economia colaborativa é uma de muitos nomes e definições, uns a chamam de economia compartilhada, devido à divisão de bens que ela promove, outros focam no lado do consumo, denominando essa mesma prática de consumo colaborativo. Nesse trabalho, para fins de simplificação, foi escolhido o termo economia colaborativa, outra das muitas definições para o movimento, no entendimento de que ela promove não apenas o compartilhamento dos bens, mas, também, o sentimento intrínseco ao ser humano de auxiliar o próximo na medida do possível, especialmente no que diz respeito às práticas não-lucrativas.

A falta de uma conceituação desse movimento tem como resultado uma definição do mesmo através das iniciativas que o compõem. Nesse sentido, se empresas como a Uber e o Airbnb podem ser consideradas por alguns como a vitrine da economia colaborativa e, de fato, apontam uma tendência para os mercados de transporte e hotelaria, elas não devem ser vistas como o conjunto do movimento.

Diversas iniciativas menores, não-lucrativas, ajudam a diversificar a prática colaborativa e a colocá-la em um lugar de destaque frente à forma tradicional do mercado. Plataformas como *Skillshare*, *Getaround* e *Couchsurfing* são bons exemplos do potencial da colaboração em criar sistemas as quais não têm como objetivo o crescimento econômico ou a maximização de renda. Essas iniciativas buscam apenas o suprimento de demandas da sociedade, mas com um viés alternativo ao mercado capitalista.



Por isso, se por um lado a vitrine do movimento são empresas privadas que operam a partir da mentalidade econômica tradicional pró-lucro, muitas outras plataformas fazem um contraponto a esse modelo, mostrando que a verdadeira revolução ainda está para acontecer.

Nesse sentido, um debate mais do que necessário é a regulamentação da economia colaborativa, com o intuito de impedir que o movimento seja capturado de uma vez por todas pela iniciativa privada e que consumidores e trabalhadores ao redor do mundo saiam lesados com essa transição na organização econômica.

Na academia esse debate aparece colocando de um lado aqueles que defendem a autorregulação (ou até mesmo a não-regulação) como solução para o problema e, de outro lado, pesquisadores que entendem haver uma real necessidade de normatizar a colaboração. No entanto, esse segundo grupo ainda não conseguiu formular o modo pelo qual isso seria feito.

Afinal, a economia colaborativa opera de um modo nunca antes visto, pois facilita o compartilhamento de bens pessoais que de outra forma não entrariam novamente no mercado. Como taxar o aluguel de um quarto via Airbnb da casa da própria pessoa? Ou ainda, como regulamentar a iniciativa do *couchsurfing*, semelhante ao Airbnb, mas sem transação econômica envolvida?

Outro ponto de dificuldade é a regulamentação de empresas como a Uber e Lyft, que promovem maneiras de pessoas entrarem no mercado de transporte coletivo sem a necessidade de licença (como no táxi) e como forma de renda complementar. Os defensores da não-regulação argumentam que qualquer tentativa de regulação teria como consequência o fim dessas plataformas. No entanto, o que fazer se a maioria dos trabalhadores do setor resolverem transitar para essas empresas, as quais não têm nenhuma obrigação de pagar nenhum direito aos seus trabalhadores?

O presente trabalho buscará discorrer, também, a respeito da sustentabilidade alegada pelos defensores da colaboração. Segundo eles, a redistribuição e o compartilhamento de bens ajudam a reduzir a pegada ecológica, contribuindo para a manutenção do meio ambiente. Nesse sentido, buscou-se fazer uma análise do que vem sendo debatido na academia. No entanto, faltam estudos que comprovem essas alegações,

dado que apenas um pequeno número foi publicado até o momento em que essa monografia estava sendo escrita.

Dessa forma, esse trabalho contará com três capítulos, além desta introdução, que contém uma breve contextualização do debate acerca da economia colaborativa, isto é, suas origens e configuração atual, a necessidade regulatória e a sustentabilidade da mesma.

O capítulo I visa apresentar as origens e evolução da economia colaborativa, com ênfase na forma que assumiu contemporaneamente, bem como suas diversas definições. Para isso, realizar-se-á uma análise do pensamento de diferentes autores e das diversas subdivisões da economia colaborativa, que variam a depender do foco dado pela plataforma.

Em seguida, no capítulo II, buscar-se-á identificar as principais dificuldades regulatórias e o surgimento da autorregulação como solução para o setor. Ao fim do capítulo, foi feita uma análise diferenciada das barreiras regulatórias do Airbnb e da Uber e dos diversos problemas decorrentes da falta de regulação.

O capítulo III contemplará o debate e as críticas de diferentes autores em torno da sustentabilidade das práticas de colaboração, analisando se realmente a redistribuição e o compartilhamento de bens promovem um modelo econômico sustentável.

Finalmente, a conclusão se propõe a realizar uma reflexão sobre as principais visões deste debate, bem como sobre a contribuição dos diversos autores abordados anteriormente.

# **CAPÍTULO I - O QUE É A ECONOMIA COLABORATIVA?**

## **I.1 INTRODUÇÃO**

No período recente, uma forma de organização econômica chamada economia colaborativa tem atraído a atenção de inúmeros pesquisadores. Fruto dos recentes avanços tecnológicos na área digital, como a internet e os aplicativos para smartphone, este modelo de organização econômica, que não é novo, mas cresceu significativamente nos anos recentes, ainda não deu origem a um intenso debate acadêmico. Não obstante, diversos pesquisadores ao redor do mundo estão acompanhando os rumos deste movimento, que já constitui como uma realidade mundo afora.

Os crescentes impactos sociais e ambientais causados pelo hiperconsumo desenfreado do último século, baseado em estilos de vida que acarretam o uso intensivo de recursos, chamaram a atenção de governos, organizações não-governamentais, universidades e, também, da sociedade civil (MENEZES, 2015). Por conta disso, antigas e novas formas de se relacionar com o consumo e a produção de bens começaram a expandir. Conceitos como consumo sustentável, consumo consciente, consumo verde, consumo responsável e consumo colaborativo passaram a ser cada vez mais empregados no cotidiano, alertando para a necessidade de se mitigar os impactos sociais e ambientais gerados pelos altos níveis de consumo da sociedade (MENEZES, 2015).

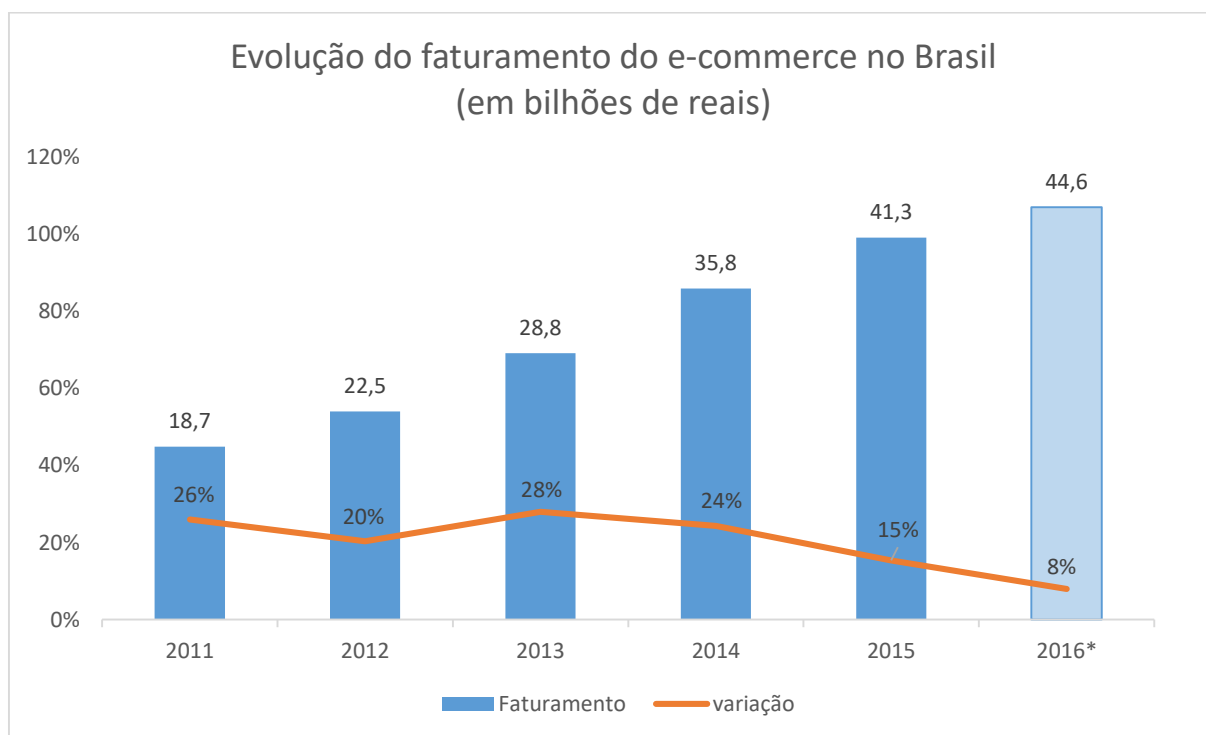
Por mais que sejam diferentes entre si, esses novos conceitos chamam atenção para a necessidade de mudarmos nossos hábitos, atitudes, crenças e, principalmente, nosso modelo de organização econômica. Diante desse contexto, cada vez mais, diversas camadas da população tomam consciência da sua parcela de contribuição nos níveis de degradação ambiental e passam a se comportar de forma diferente diante do mercado, preferindo consumir produtos com menor impacto ambiental. (MENEZES, 2015).

Do lado dos produtores, novos mercados foram se abrindo, em particular o de recirculação de mercadorias. A supracitada revolução digital permitiu a criação de mercados secundários de bens via internet, nos quais as pessoas ofertam todos os tipos de produtos, que podem ser bem recebidos ou não pelos consumidores. A criação de mecanismos de avaliação da reputação de produtores e consumidores estimulou uma

relação de confiança entre ambas as partes e permeou o caminho para o fortalecimento do varejo eletrônico (conhecido como *e-commerce*), que mantém crescimento contínuo.

Segundo dados coletados pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, de 2001 a 2015, o crescimento médio anual do e-commerce foi de 37%, totalizando um aumento de 7.509% em 15 anos<sup>1</sup>. Mesmo com um cenário econômico desfavorável para todos os setores da economia brasileira em 2015, o comércio eletrônico manteve crescimento de dois dígitos. Conforme mostra o gráfico abaixo, no ano passado, o setor movimentou R\$ 41,3 bilhões – 15% a mais que em 2014. Enquanto isso, o total do varejo caiu 8,6%. Os efeitos da crise para o e-commerce, no entanto, devem ter maior impacto nos resultados de 2016, quando o crescimento deve ficar na casa dos 8%, atingindo R\$ 44,6 bilhões, mas a tendência é que continue a crescer.

**GRAFICO 1**



Fonte: elaboração própria a partir de dados da E-Bit/Buscapé

<sup>1</sup> Fonte: <http://camara-e.net/2016/03/16/e-commerce-fatura-r-413-bi-em-2015-153-a-mais-que-no-ano-anterior>

Afinal, o comércio eletrônico proporciona inúmeras vantagens, tanto para quem compra como para quem vende, em relação ao varejo tradicional. O comprador tem a opção de pesquisar, comparar preços e montar o produto de acordo com o seu gosto, sem a necessidade de sair de casa. Já o vendedor reduz elevados custos como os de estoque, funcionários e de loja física.

Outro ponto que contribui para a crença de que o comércio eletrônico aumentará é o fato de que cada vez mais pessoas têm acesso à internet. De acordo com a Nielsen IBOPE, até julho de 2015 o número de pessoas com acesso à internet no Brasil chegou a 103,4 milhões, o mesmo que 52% da população brasileira. No que diz respeito ao número de pessoas com acesso à internet por meio de smartphones, no mesmo período, foi de aproximadamente 70 milhões, ou seja, 35% da população<sup>2</sup>. Segundo a mesma fonte, o ritmo de posse de smartphones em 2015 foi de mais de 1 milhão de pessoas por mês<sup>3</sup>. E esses números se refletem no aumento do consumo via economia colaborativa. Conforme expõe Menezes (2015):

Apesar do baixo percentual de sete por cento dos brasileiros praticarem alguma forma de economia colaborativa, 20% já sabem do que se trata, e a tendência é de crescimento, de acordo com a consultoria Market Analysis (Roseblum, 2015). Em tempos de inovações tão disruptivas, como o surgimento do Uber, Airbnb, cabe entender mais sobre o fenômeno da economia colaborativa, que tende a movimentação global de US\$ 335 bilhões, em 2025, de acordo com projeções Price Waterhouse Coopers (Drska, 2015).

Nesse contexto, é possível afirmar que o consumo colaborativo tem ganhado força em todo mundo. Muitas das práticas promovidas por esse modelo não são exatamente novidades, como, por exemplo, arranjos baseados no aluguel de um imóvel. Entretanto, a internet multiplicou e ampliou as formas com que isso pode ser feito (MENEZES, 2015). A partir da inserção de mecanismos que estimulam a confiança entre as partes, novos mercados via web tem se popularizado. “Se ainda ocorrem em escala pequena em relação ao consumo tradicional baseado no mercado, o movimento dos consumidores para o compartilhamento das suas posses e habilidades através de mercados alternativos é um passo para a criação de conexão sociais e comunidades” (MENEZES, 2015, p.5).

---

<sup>2</sup> Fonte: <http://www.b2wdigital.com/institucional/comercio-eletronico-no-brasil>

<sup>3</sup> Fonte: <http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-ja-sao-mais-de-70-milhoes.html>

## I. 2 DEFININDO A ECONOMIA COLABORATIVA

### *1.2.1 Os diferentes tipos de economia colaborativa*

Por mais que esteja em ascensão do ponto de vista do consumo, a falta de uma definição clara do movimento é uma das maiores dificuldades para assegurar um espaço para a economia colaborativa na academia (SCHOR, 2014). Schor (2014) entende que a grande diversidade entre as atividades, bem como uma dificuldade do próprio movimento em definir o que pode ser considerado colaborativo ou não, são os maiores motivos pelos quais a criação de uma definição sólida ainda não conseguiu ser estabelecida. Se por um lado plataformas como Airbnb são praticamente sinônimo da economia colaborativa, as pousadas tradicionais (que inclusive utilizam do site para se promoverem), já não são consideradas parte desse meio.

Schor (2014) comenta que ao perguntar para algumas pessoas do meio o motivo dessa falta de uma definição coerente, capaz de delimitar de forma intuitiva o conceito de economia colaborativa, a resposta deles foi pragmática: o que é considerado ou não como colaborativo é definido pela própria plataforma e pela mídia. De qualquer forma, uma vez definido que uma plataforma faz parte do escopo da economia colaborativa (mesmo que seja apenas uma auto-definição), resta saber em qual das quatro grandes categorias essa plataforma será incluída. Conforme coloca Schor (2014), as plataformas existentes na economia colaborativa podem se dividir entre: recirculação de bens, aumento da utilização de bens duráveis, troca de serviços e compartilhamento de bens produtivos.

O primeiro tipo tem sua origem traçada na fundação do eBay (que foi importado para o Brasil na forma do MercadoLivre) e da Craigslist nos idos de 1995 (SCHOR, 2014). Apesar de atualmente a recirculação de bens já ter assumido um escopo muito maior e diversas plataformas promoverem essa prática, o surgimento desses dois *marketplaces* foi uma grande inovação para a época.

O diferencial dessas plataformas foi a utilização de softwares sofisticados que permitiram uma grande redução nos custos de transação, comuns nos mercados secundários (SCHOR, 2014). Além disso, no caso do eBay, informações acerca de reputação dos compradores e vendedores se tornou um diferencial na redução dos riscos de se transacionar bens com pessoas desconhecidas.

Dado o sucesso dessas plataformas, dez anos depois, diversos outros sites semelhantes já haviam surgido mundo afora. No Brasil, o MercadoLivre inaugura o mercado de recirculação de bens via internet em 1999. Outro exemplo de sucesso nessa área é o antigo BomNegócio, cujo lema era “A cada um minuto, quatro coisas vendem”, indicando a velocidade que opera o mercado de recirculação de bens e o peso que ele possui dentro da economia nacional.

Em 2015, o BomNegócio se fundiu com a OLX para criar um grande site de revenda de produtos. O interessante é que o site não cobra nada pelo anúncio de até dois produtos, e divulga a mercadoria, automaticamente, para vários estados do Brasil, o que aumenta as chances de venda. Diferente do MercadoLivre, ele funciona como um classificado e não media transações financeiras. Com a criação dos smartphones ficou ainda mais fácil comprar e vender bens usados, em uma verdadeira expansão do mercado secundário via internet. Atualmente, aplicativos como o Skina (que faz parte do grupo OLX), Uzlet, Tadr, Enjoei e outros conseguem cumprir muito bem esse papel.

O segundo tipo de economia colaborativa busca facilitar a utilização de bens duráveis ou imóveis de forma intensiva (SCHOR, 2014). Não é incomum em países relativamente ricos onde muitas famílias possuem produtos ou propriedades cuja capacidade ociosa poderia ser melhor utilizada, caso o bem fosse compartilhado. Segundo Schor (2014), o exemplo inovador nesse caso foi o Zipcar, uma companhia que disponibiliza o aluguel de veículos localizados em diferentes partes da cidade para facilitar a locomoção dos indivíduos.

O Zipcar fez tanto sucesso que, em 2013, a companhia foi comprada pela Avis por R\$ 500 milhões de dólares<sup>4</sup>. Nessa categoria outras plataformas como a Uber e Getaround, no universo automobilístico, e iniciativas como a do BikeRio têm se popularizado muito nos últimos anos.

A terceira categoria de plataformas colaborativas é uma que ainda não conseguiu deslançar até hoje. A troca de serviços, que se originou nos Estados Unidos, nos chamados Bancos de Tempo, durante a década de 1980 (SCHOR, 2014). Os Bancos de Tempos funcionavam a partir da troca de serviços, baseada na quantidade de horas

---

<sup>4</sup> Fonte: <http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/zipcar-mostra-que-compartilhar-carros-vale-us-500-milhoes>

despendidas na sua realização. A dificuldade de se manter uma taxa de troca justa entre os serviços fornecidos foi uma grande barreira para sua popularização. Não obstante, diversos sites surgiram apresentando essa proposta.

Um deles, e o mais famoso, é o Skillshare, uma plataforma online em que os usuários podem se inscrever em vídeo-aulas que outros usuários se propuseram a lecionar (por um preço pago pelo site) e, assim, desenvolver novas habilidades. Algumas das aulas devem ser pagas para ser vistas, contudo o site disponibiliza diversas outras gratuitamente. Segundo a plataforma, já são mais 1,7 milhões de “estudantes” inscritos e mais de cinco milhões de dólares foram pagos aos professores por um total de 6.111 aulas desde a sua criação, em 2010<sup>5</sup>.

A última categoria proposta por Schor (2014) consiste no compartilhamento de bens produtivos ou de espaço. Diferente dos outros tipos, que eram focados no consumo, o objetivo do compartilhamento nesse caso tem um viés de permitir que a produção aconteça. Quando ele é feito através da divisão do espaço é chamado de *co-working* e são mais comuns no meio criativo. A possibilidade da divisão dos custos de locação de um mesmo espaço torna esse modelo de organização de trabalho atrativo para muitos produtores independentes. Segundo o site “Coworking Brasil”<sup>6</sup>, atualmente existem mais de 100 espaços de *co-working* no país e mais 4.000 em funcionamento no mundo.

Botsman & Rogers (2010), por sua vez, classificam a economia colaborativa em três principais segmentos: sistemas de serviços de produtos (SSP), mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos. O primeiro deles é ditado pelo que os autores chamam de “mentalidade de uso”, na qual paga-se “pelo benefício de um produto – o que ele faz por elas (as pessoas) – sem ter de possuir o produto definitivamente” (BOTSMAN & ROGERS, 2010).

Em um SSP, um serviço permite que vários produtos de propriedade de uma única pessoa ou empresa sejam compartilhados. O efeito social e ambiental dessa prática é semelhante àquele do aumento da utilização de bens duráveis proposto por Schor (2014) anteriormente: um produto de propriedade individual passa a ganhar um uso muito mais intensivo a partir de um serviço de compartilhamento que otimiza sua utilidade. Botsman

---

<sup>5</sup> Fonte: <https://www.skillshare.com/about>

<sup>6</sup> Fonte: <https://coworkingbrasil.org/como-funciona-coworking/>



& Rogers (2010) apontam ainda mais duas vantagens da troca da “mentalidade de consumo” para a “mentalidade de uso”:

Para os usuários existem dois benefícios principais. Em primeiro lugar, eles não precisam pagar completamente pelo produto. Ele remove os encargos da propriedade, como manutenção, conserto e seguro, e nos permite aproveitar ao máximo os ativos que são efetivamente nossos. E, em segundo lugar, quando nosso relacionamento com as coisas passa da propriedade para o uso, as opções para atender nossas necessidades, seja para viagens, lazer, trabalho, alimentação ou filhos, mudam e aumentam.

No caso dos mercados de redistribuição, sua conceituação segue essencialmente igual à classificação definida anteriormente por Schor (2014) para recirculação de bens. Já a questão dos estilos de vida colaborativos merece uma atenção maior. Ao tratar da ascensão do consumo colaborativo, Botsman & Rogers (2010) buscam trazer para o debate a ideia de que diversas práticas colaborativas que estão surgindo não supõem apenas uma mudança na organização econômica da sociedade, mas também no modo como o dia a dia de cada um é vivido. Afinal, não são apenas bens tangíveis como carros, bicicletas, ferramentas de trabalho, etc. que podem ser trocados ou compartilhados. Experiências, tempo, habilidades e espaço são bens igualmente valiosos e que compõem essa categoria intitulada “estilos de vida colaborativos”. A tabela abaixo resume diferentes iniciativas que compõem essas categorias.

**TABELA I**

**Descrição dos tipos de estilos de vida colaborativos**

Tipo de estilo de vida	Descrição
<i>Crowdsourcing</i>	Modelo de negócio, baseado na web, que utiliza as soluções criativas de uma rede distribuída de indivíduos que atuam através de um convite aberto, ou seja, é uma ferramenta de co-criação a partir da participação online.
<i>Crowdfunding</i>	Financiamento coletivo, a partir de redes de pessoas e/ou instituições que investem em projetos criativos, ou seja, várias pessoas contribuem, com pequenas quantias, de maneira colaborativa, para viabilizar uma ideia, um negócio, um projeto.
<i>Crowdlearning</i>	Proporciona o aprendizado colaborativo, onde as pessoas compartilham os conhecimentos que detêm com quem tem o interesse de aprender
<i>Couchsurfing</i>	Compartilhamento de hospedagem para pessoas que viajam a passeio ou a negócios. É uma rede mundial para fazer conexões entre viajantes e as comunidades locais que visitam.
<i>Coworking</i>	Compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas em escritórios de trabalho coletivo.

Ademais, Botsman & Rogers (2010) afirmam que essas três categorias se encontram regidas por quatro princípios básicos fundamentais: a massa crítica, a capacidade ociosa, a crença nos bens comuns e a confiança entre desconhecidos. O primeiro deles descreve um conceito da sociologia utilizado para definir a existência de um impulso suficiente em um sistema capaz de torn-lo autossustentável. No caso do consumo colaborativo, a massa crítica se relaciona ao fornecimento de atrativos suficientes para convencer pessoas, acostumadas a seguir o modelo tradicional de consumo, a mudar seus hábitos para um estilo mais colaborativo.

Dessa forma se seu interesse for abrir uma rede de redistribuição de roupas, por exemplo, um elemento fundamental para se estabelecer a “massa crítica”, ou seja, a característica decisiva para atrair seu público, é a possibilidade de escolha. Afinal, para o consumo colaborativo competir com as compras convencionais, deve haver escolhas suficientes para que o consumidor se sinta satisfeito com o que está disponível (BOTSMAN & ROGERS, 2010).

No cerne da economia colaborativa, encontra-se a superação da capacidade ociosa, ou seja, o cálculo de como podemos otimizar o uso de bens a partir da sua redistribuição para outras pessoas ou lugares. Nesse princípio fundamental, encontram-se os mercados de redistribuição abordados anteriormente, mas não só eles. Iniciativas como a de *co-working* também são utilizadas como meio de se aproveitar da melhor forma um espaço ocioso.

Dessa forma, é possível observar que a capacidade ociosa não está relacionada apenas a produtos físicos, como bicicletas, carros ou ferramentas, mas também com ativos menos tangíveis como o espaço ou até mesmo o tempo e as habilidades pessoais (BOTSMAN & ROGERS, 2010). Em outras palavras, em se tratando de economia colaborativa a noção de capacidade ociosa ganha outra dimensão: ela passa a ser tudo aquilo que está sendo subutilizado.

O terceiro pilar fundamental para a colaboração é a crença nos bens comuns. Na literatura econômica, os bens comuns são aqueles que pertencem a todos e cuja segregação é impossível. Quando Botsman & Rogers (2010) aplicam esse conceito à

economia colaborativa, no entanto, ele ganha outro significado: os bens comuns nessa nova literatura econômica estariam ligados à ideia de que quanto mais pessoas utilizam esses bens, melhor eles são aproveitados em comparação ao seu uso isolado.

Pegando como exemplo a Wikipédia, é possível facilmente entender a que os autores estão se referindo. Afinal, por ser o Wikipédia uma enciclopédia online alimentada pelos seus usuários, quanto mais pessoas a estiverem utilizando, mais informações estarão disponíveis para consulta sobre os mais variados assuntos. Dessa forma, conforme colocam Botsman & Rogers (2010): “por meio de nossas experiências digitais, estamos reconhecendo que, ao fornecer valor para a comunidade, permitimos que o nosso próprio valor social se expanda em troca”. Ou seja, a partir da crença nos bens comuns, a sociedade molda seus hábitos na era digital de modo que um valor social seja gerado ao final do consumo.

Por fim, a maioria das formas de consumo colaborativo exige que confiemos em diversos graus em alguém que não conhecemos e é aí que entra o último princípio fundamental definido por Botsman & Rogers (2010): a confiança entre desconhecidos. Ao realizar uma compra através do MercadoLivre, o estabelecimento de uma relação de confiança entre as partes é essencial. Afinal, o consumidor não tem como saber se o produto comprado será de fato entregue na data correta ou até mesmo se o fornecedor possui como ele disse o tal produto. Outro exemplo que ilustra bem a necessidade da confiança entre estranhos é a utilização de aplicativos de organização de caronas. Nesse caso, é necessário que se confie que a pessoa que co-utilizará esse serviço com você não lhe causará nenhum mal.

Dessa forma, o único jeito desse aspecto da economia colaborativa funcionar é se forem criados mecanismos capazes de estimular a confiança entre as partes. No entanto, uma vez estabelecidos esses mecanismos, a confiança surgirá espontaneamente, como comprova o sucesso da economia colaborativa no período recente.

### ***1.2.2 A economia P2P vs B2P e o viés lucrativo da colaboração***

Outros tipos de categorização ainda são comuns quando se trata da economia colaborativa. Afinal, apesar de plataformas como o Airbnb e o Zipcar serem classificadas ambas como economia colaborativa e fazerem parte da mesma categoria

(compartilhamento de bens duráveis), o modo como os ofertantes e os usuários se relacionam, ou seja, a estrutura de mercado por trás de cada um é intrinsicamente diferente. No caso do Airbnb, a plataforma é responsável apenas pela mediação entre os usuários, que se dividem entre locatários e locadores. Esse tipo de estrutura de mercado é categorizada de *Peer to Peer* (P2P), que significa que a relação econômica é descentralizada e feita entre indivíduos. Outros exemplos de plataformas que utilizam essa estrutura são: Uber, Skina, Getaround, Skillshare e Taskrabbit.

O outro tipo de estrutura de mercado, na qual se encaixa o Zipcar, é chamada de *Business-to-Peer* (B2P). Ela possui esse nome, pois sua estrutura não busca promover o contato entre indivíduos, que realizam tanto o papel de compradores e vendedores, mas entre clientes e a empresa. No caso do Zipcar, os carros ficam à disposição de qualquer pessoa que queira acessar o sistema da empresa e alugá-lo da empresa. Da mesma forma opera a BikeRio, em cujas bicicletas ficam estampadas a logomarca do Itaú, evidenciando que a diferença não só forma da abordagem mercadológica, mas, também, nos valores e nas relações de poder entre aqueles presentes: em um formato, indivíduos com igual poder transacionam bens e serviços entre si, em outro, empresas disponibilizam seus produtos para o deleite de seus clientes.

No entanto, apesar de, na superfície, parecer que todas as plataformas P2P possuem um viés transformador, no sentido de causar uma ruptura na tradicional estrutura capitalista de mercado, a verdade não é bem assim. Existe outra categorização na economia colaborativa que ajuda a desmistificar essa questão: a orientação da plataforma entre lucrativa e não-lucrativa (SCHOR, 2014). Essa distinção é, provavelmente, a que evidencia melhor a dualidade presente na economia colaborativa.

Plataformas cuja orientação é pró-lucro tendem a ter um modelo de negócios pensado de forma a maximizar sua receita. Dessa forma, esse tipo de plataforma tende a reproduzir o modelo tradicional de mercado e, muitas vezes, adota as mesmas práticas de grandes empresas tradicionais de viés não-colaborativo. Diversos relatos apontam que a Uber, por exemplo, que é financiada por gigantes como a Google e o Goldman Sachs<sup>7</sup>,

---

<sup>7</sup> Fonte: <https://www.crunchbase.com/organization/uber#/entity>

vem adotando práticas anticompetitivas, como a contratação de motoristas de empresas competidoras.

Além disso, muitos motoristas reclamam das baixíssimas taxas pagas pela empresa, mostrando que o preço só é atrativo para os clientes (um grande diferencial mundial do Uber em relação aos tradicionais taxis) devido ao baixo salário pago<sup>8</sup>. Em contrapartida, iniciativas como Skillshare, Getaround e Couchsurfing são plataformas não-lucrativas, as quais não têm como objetivo o crescimento econômico ou a maximização de renda. Essas iniciativas buscam apenas o suprimento de demandas da sociedade, mas com um viés alternativo ao mercado capitalista. Interessante pontuar, também, que alguns dos usuários dessas plataformas alternativas, em muitos casos, recorrem a ela justamente pelo seu caráter alternativo, pois acreditam que elas não fazem parte da forma tradicional de organização econômica do mercado capitalista.

### **I.3 UMA NOVA FORMA DE INTERAÇÃO VIA MERCADO: A IMPORTÂNCIA DA CONFIANÇA E COOPERAÇÃO**

Para entender mais sobre a economia colaborativa, dois aspectos relevantes devem ser levados em consideração: a confiança e a cooperação (MENEZES, 2015). Na literatura é possível encontrar diversos autores que argumentam que ambos os conceitos derivam de comportamentos intrínsecos ao ser humano. Segundo Price (1975), por exemplo, o compartilhamento é a forma mais universal de comportamento econômico humano. Afinal, durante milhares de anos, a distribuição dos bens foi feita apenas dessa forma, revelando que ambas as noções citadas acima são intrínsecas a todos nós. Além disso, conforme argumentam Botsman & Rogers (2010, p.59):

“A empatia e os comportamentos cooperativos não são aprendidos com os adultos ou feitos por uma expectativa de recompensa. As crianças são sociáveis e cooperativas por natureza. Mas aos 3 anos de idade, as crianças começam a aderir a “normas sociais” moldadas pela cultura. Nessa fase, preocupações de como os outros em um grupo as julgarão poderão incentivar ou desestimular a colaboração. A probabilidade de reciprocidade orienta as suas escolhas de com quem elas compartilham, e elas compartilharão de maneira mais generosa com uma criança que já tenha sido boa com elas”.

---

<sup>8</sup> Fonte: [http://www.huffingtonpost.com/entry/legal-problem-could-crash-uber\\_us\\_5718d485e4b0479c59d714f6](http://www.huffingtonpost.com/entry/legal-problem-could-crash-uber_us_5718d485e4b0479c59d714f6)

Em seu artigo intitulado “*Sharing*”, Belk (2009) argumenta ainda que o compartilhamento é um comportamento fundamental dos consumidores, confundido historicamente pela academia com a troca de mercadorias ou com as doações. O compartilhar, segundo o autor, é um comportamento distinto do consumidor que pode variar desde a partilha de recursos domésticos ao compartilhamento de arquivos de propriedade intelectual.

Essa avaliação teórica distingue o que o autor define como “*sharing in*” e “*sharing out*”. O primeiro conceito se constitui a partir de uma construção social promovida pela família e tem o efeito de dissolver fronteiras interpessoais colocados pelo materialismo e desejo de posse (BELK, 2009). Dado que a família é a camada mais íntima de relação social depois do indivíduo, é também onde a maior quantidade de partilha ocorre. No entanto, isso não quer dizer que o uso de espaços domésticos é puramente igualitário. O controle da casa e seus espaços “difere com o tempo, circunstâncias, propósitos, culturas e relações, nos quais os proprietários adultos geralmente têm mais acesso à casa e seu conteúdo do que as crianças, inquilinos, vizinhos, amigos, etc.” (BELK, 2009, p.725).

Mesmo assim, é nesse núcleo que as pessoas geralmente se formam como indivíduos e aprendem a compartilhar seus bens com outros indivíduos com os quais possuem alguma relação afetiva-emocional. Além disso, é desse núcleo que nasce o processo do “*sharing in*”, que consiste na expansão do grupo de pessoas que podem desfrutar dos benefícios dos recursos que compartilhamos para além da família. Os atos de compartilhar comidas, bens e prestar favores para amigos e vizinhos são exemplos claros de “*sharing in*”. Já o que o autor identifica como “*sharing out*” deve ser entendido como “a divisão de recursos com interesses econômicos discretos” que “não culmina na expansão do indivíduo para além da família e de pessoas agregadas a ela” (BELK, 2009).

Dessa forma, uma relação de trabalho baseada em *co-working*, por exemplo, deveria ser classificada como “*sharing out*” quando não houver vínculo afetivo entre as partes. Da mesma forma, compartilhar um carro com amigos ou familiares é geralmente um exemplo de “*sharing in*”, enquanto o compartilhamento feito através de uma empresa (como a ZipCar) é um clássico caso de “*sharing out*”. No entanto, em ambos os casos, exemplos de economia colaborativa podem ser encontrados, afinal, a expansão do círculo

peçoal do indivíduo é capaz de agregar um número cada vez maior de pessoas, a depender da sua disposição em se relacionar afetivamente. A partir daí, a adição de uma relação econômica pode vir naturalmente.

Um exemplo interessante de economia colaborativa via “*sharing in*” é aquele apontado por Johnson (2006), no qual uma organização de compartilhamento de carros que não possui nenhum funcionário foi crescendo ao ponto de unir 340 pessoas. Não entanto, preocupados que o grupo estaria ficando muito grande e que os membros já não se conheciam tanto quanto antes, algumas pessoas deixaram o grupo.

No que diz respeito à confiança, Botsman & Rogers (2010) elaboram bem o assunto. Conforme afirmam, a maior parte das formas de consumo colaborativo exige que confiemos em alguém que não conhecemos, em diferentes graus. Em programas de carona, como o supracitado, temos de acreditar que a pessoa seja confiável e inofensiva (o que explica a saída de alguns membros depois que o grupo cresceu). Em se tratando de sites ou aplicativos de recirculação de bens, como o E-bay, Mercado Livre e derivados, a confiança é fundamental, visto que não sabemos se, de fato, o item que a pessoa está vendendo, dando ou trocando está na condição que ela descreveu ou se até mesmo ela possui tal bem.

Fora da economia colaborativa, a presença de um intermediário, conectando produtores e consumidores, é normal. Não é necessário confiar uns nos outros, pois geralmente agentes legalmente definidos (comerciantes, distribuidores, etc), com quem estamos acostumados a lidar, costumam intermediar o consumo no âmbito do mercado. Na organização econômica colaborativa, um mercado infinito de trocas diretas entre pares, que se intercambiam entre produtores e consumidores, se abre, eliminando a necessidade de fiscalização do intermediário. Seu papel passa a ser o de fornecer a plataforma e, dentro dela, inserir mecanismos capazes de estimular a confiança entre os pares.

Esse mecanismo varia a depender do objeto para o qual a plataforma foi criada. Pode envolver a criação da melhor galeria possível para mostrar as fotos de um espaço para alugar, ou uma forma de busca que permita que as pessoas encontrem o que elas querem, ou um sistema de reputação bem projetado que nos permita obter conhecimento – interesses, quem os usuários conhecem, preferências pessoais, ações passadas – sobre

estranhos, eliminando, assim, o anonimato das transações (BOTSMAN & ROGERS, 2010). O papel desse novo intermediário é, portanto, o de criar as ferramentas certas e um ambiente propício para que as trocas ocorram.

#### **I.4 A REVOLUÇÃO DIGITAL E O RESSURGIMENTO DA COLABORAÇÃO**

Estabelecidos os motivos humanos para o ressurgimento da economia colaborativa, resta definir o porquê de uma expansão dessa magnitude apenas nos dias de hoje. Afinal, se a humanidade sempre possuiu essa propensão a compartilhar, porque apenas recentemente o movimento veio a acontecer com essa intensidade? A resposta é simples: até o momento não tínhamos a tecnologia necessária para construir algo desse porte.

O compartilhamento de bens sempre esteve presente na sociedade em certa medida. Na época em que as pessoas viviam em pequenos vilarejos ou burgos era comum contar com a ajuda de seus vizinhos, caso precisasse, sendo a recíproca verdadeira. No entanto, na medida em que a sociedade se modernizou e permitiu que grandes quantidades de pessoas vivessem todas em uma mesma região, a relação interpessoal foi se transformando. Atualmente, ainda é comum ter algum nível de relação com seus vizinhos mais próximos, que dividem um mesmo prédio, no entanto, o conceito de “vizinhos de rua” se perdeu para a maioria das pessoas.

Na medida em que as cidades foram crescendo, passaram a ter cada vez mais estranhos convivendo em um mesmo espaço. A partir daí, uma crescente individualização foi surgindo, a qual tem relação direta com o modo como a sociedade passou a se organizar economicamente. Conforme Ropke (1999):

Essa tendência de individualização tem profundo impacto indireto sobre a demanda de consumo de produtos. O desprendimento dos laços e restrições sociais implica que a identidade de uma pessoa já não é dada pela sua participação em uma comunidade e por seus papéis sociais. Com o declínio histórico dos laços tradicionais, a individualidade surge como um problema. A identidade de uma pessoa torna-se um projeto, então ela se sente agora mais responsável pela sua própria vida e auto identidade. No processo de construção e sustentação de uma autoidentidade, o consumo desempenha um papel importante. As pessoas usam bens como um dos meios para se definir, bem como para transmitir mensagens aos outros. Até certo ponto, o projeto do eu é, assim, traduzido num projeto de possuir bens desejados. A manutenção da autoidentidade é um processo



interminável, por isso implica um persistente e forte impulso psicológico para consumir (Ropke, 1999, p. 410).

Dessa forma, a individualização trouxe consigo uma perda da noção de comunidade, na qual a cultura do consumo e seus produtos de marca substituíram as commodities e a publicidade substituiu a venda pessoal. Não obstante, entre as classes mais baixas, é possível ainda observar o compartilhamento sendo uma ferramenta fundamental de interação entre as pessoas. Não é incomum em favelas do Brasil, as mães e os pais deixarem seus filhos com vizinhos para ir trabalhar, ou ainda, pegar emprestado uma ferramenta que esteja precisando naquele momento, dar carona para o vizinho que trabalha na mesma região, entre outros exemplos.

O que a economia colaborativa tem feito é popularizar esse tipo de prática para outras classes sociais, enquanto expande o número de formas em que se pode praticá-las, adaptando-as para as mídias existentes. Por isso, a tecnologia cumpre papel fundamental na constituição da economia colaborativa: é a partir dela que se consegue construir as ferramentas necessárias para estabelecer uma organização econômica baseada na colaboração entre indivíduos em escala global.

A Revista Uno, em matéria sobre a economia colaborativa, aborda a questão de forma interessante. Ela ressalta o potencial da internet, dos sistemas de geolocalização, da portabilidade e sociabilidade das novas tecnologias, de iniciativas de *crowdsourcing*, da cultura do *open-source* e do surgimento de uma nova geração de cidadãos com maior capacidade e alcance para impactar seu ambiente através do computador como “alguns dos componentes técnicos e culturais que lançaram as bases para a consolidação de um novo modelo de troca”<sup>9</sup>.

O site Co-labore, por sua vez, afirma que a economia colaborativa vai além e que “o verdadeiro potencial deste modelo reside na integração de várias pessoas no processo de geração de valor, tanto econômico quanto social”<sup>10</sup>. Em sua argumentação, ressalta que “ao estabelecer novas áreas de especialização no processo produtivo, descobre-se que existe um potencial infinito de possibilidades de criação, inovação e, inclusive, empoderamento financeiro de pequenos, médios e grandes projetos”. Tudo isso é possível

---

<sup>9</sup> Fonte: <http://www.revista-uno.com.br/economia-colaborativa-a-revolucao-do-consumo-mundial/>

<sup>10</sup> Fonte: <http://co-labore.net/economia-colaborativa-a-revolucao-do-consumo-mundial/>

devido à mudança cultural pressuposta na economia colaborativa, interpretada aqui como “uma economia de acesso na qual podemos encontrar desde motoristas particulares e trabalhadores domésticos até alojamento e quartos de hotel ao redor do mundo”.

Um argumento muito favorável para os consumidores dessa nova economia é o benefício econômico decorrente da queda nos custos. Particularmente em sites P2P, o valor consegue ser redistribuído ao longo da cadeia de produção entre os consumidores e os produtores ao se excluir o intermediário tradicional. Uma pessoa que oferta uma casa no Airbnb, por exemplo, consegue fornecer um quarto por um valor inferior àquele de um hotel. Um dos motivos para isso é o fato de que a taxa cobrada pelas plataformas costumam ficar abaixo das taxas de lucro estabelecidas em modelos de negócio tradicionais (SCHOR, 2014). Além disso, essas plataformas ainda permitem que as pessoas arrecadem dinheiro sem encargos de uma forma que nunca antes lhes foi permitida. No entanto, a economia colaborativa é sustentável?

Entusiastas desse meio costumam argumentar que ela vem como solução para a crise de sustentabilidade vivida pelo capitalismo moderno. Através da recirculação de bens promovida pela colaboração, a era do hiperconsumo chegaria ao fim, dando luz a uma nova era do capitalismo, na qual o uso de bens secundários seria a regra. A questão da sustentabilidade será melhor abordada no capítulo três desse trabalho, no entanto, é importante ressaltar que um estudo feito a respeito da emissão de CO<sub>2</sub> a partir dos chamados “*carsharings*” apontou um aumento na concentração do gás, causado pela facilitação ao acesso aos veículos (SCHOR, 2014). Esse exemplo ajuda a mostrar que o debate a respeito da sustentabilidade da economia colaborativa é muito mais complexo do que aponta o senso comum.

# CAPÍTULO II: A REGULAÇÃO DA ECONOMIA COLABORATIVA

## II.1 INTRODUÇÃO

Na medida em que parte da economia mundial transita para um modelo colaborativo, que envolve trocas entre agentes, facilitadas pelo meio digital, um debate acerca da regulamentação desse tipo de prática se faz cada vez mais necessário. Afinal, muitos dos serviços hoje promovidos pela economia colaborativa são objeto de regulação quando promovidos pela forma tradicional, tais como aqueles fornecidos pelo Airbnb, Uber, Lyft, Zipcar, entre outros.

Os operadores históricos que se opõem a entrada de competidores colaborativos em setores tradicionais argumentam que eles enfrentam encargos regulatórios dos quais os novos operadores estão isentos, tais como: a necessidade de requisitos de licenciamento, o controle de preços, as limitações de marketing, entre outros. Em teoria, isso poderia colocar os operadores históricos em desvantagem em relação aos novos *players* do consumo colaborativo, que não enfrentam os mesmos regulamentos.

Importante ressaltar que a regulação deve ser entendida aqui como a criação, pelo poder público, de normas, regras ou leis capazes de coordenar e garantir segurança jurídica às partes interessadas, de modo que nenhuma delas saia lesada no processo de troca. Grandes autores da literatura econômica, como Joseph Stiglitz e Richard Posner, defendem que a regulação deve ser introduzida de forma a corrigir eventuais falhas de mercado, ou seja, situações em que o funcionamento espontâneo do mercado não é capaz de corrigir por conta própria.

Essas regras servem para reduzir a incerteza associada ao cumprimento de contratos, à assimetria de informação entre os usuários e os fornecedores do serviço/bem, à racionalidade limitada dos agentes e, também, mitigar eventuais externalidades negativas que possam surgir no processo de produção, estabelecendo, assim, os parâmetros pelos quais devem operar o mercado.

Afirmam os teóricos da regulação que, na ausência de normas e regras de comportamento, os indivíduos tendem a agir de forma oportunista e predatória, uma vez que entendem que um mercado sem regras seria equivalente a um sistema anarquista, no qual prevalece a lei do mais forte. No entanto, conforme argumentam Sundararajan & Cohen (2015) a regulação da economia colaborativa não é um tema simples, pois fica na tênue linha entre negócios pessoais e profissionais, além de envolver uma forma inteiramente nova de organização econômica para a qual, em muitos casos, não há um conjunto de leis específicas.

Além disso, especialistas na temática da regulamentação argumentam que a implementação de barreiras regulatórias pode diminuir a taxa de crescimento do emprego promovida por este tipo de prática colaborativa e inibir a inovação (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015). Um argumento contrário a este é o de que a regulação não aparecia como necessária quando do surgimento da economia colaborativa, pois as iniciativas eram, de modo geral, de pequenos *players* do mercado e se davam de forma pulverizada, ou seja, muitas pequenas iniciativas somadas geravam, no todo, a colaboração. Mas, agora, esses agentes cresceram em tamanho e, também, em patrocínio. No final de 2014, o presidente do Airbnb anunciou que a companhia já possuía mais de um milhão de casas cadastradas em seu banco de dados e estava adicionando novas moradias a uma taxa de 3.000 por dia (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015).

Outro ponto que deve ser mencionado quando se fala de regular a economia colaborativa é o de como ela tem impactado o trabalho. Muitas críticas têm sido feitas, alertando para um aumento da precarização e da falta de segurança econômica no trabalho e argumentando que o que atrai as pessoas para colaboração é o desespero e não a vontade de compartilhar (SCHOR, 2015). Além disso, em artigo publicado pelo jornal *The Guardian*, Dean Baker fala sobre o lado negativo da colaboração, chamando especial atenção às constantes quebras das leis já existentes<sup>11</sup> e mostrando que o problema é muito maior do que se pensa.

Há aqueles ainda que defendem a autorregulação como mecanismo de ajuste na economia colaborativa. Os defensores desses argumentos entendem que, diferentemente do mercado tradicional, onde isso não era possível, a existência de plataformas de

---

<sup>11</sup> Fonte: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/may/27/airbnb-uber-taxes-regulation>

terceiros que servem de intermediários para troca, altera fundamentalmente o que o mercado é capaz de fornecer por si próprio (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015). Ressalta-se, no entanto, que a autorregulação não deve ser entendida como sinônimo da não-regulação, mas como uma realocação das responsabilidades governamentais para os agentes privados envolvidos no processo econômico (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015).

Sendo assim, esse capítulo buscará expor o debate acerca da necessidade de um sistema regulatório para a economia colaborativa, bem como o modo como essa regulação deve ser realizada. Como será possível observar, apesar das divergências existentes entre diversos autores, a maior parte tende a acreditar que a autorregulação é a melhor solução para a economia colaborativa, dadas as particularidades mencionadas acima. Não obstante, outros pontos serão levados em consideração, na expectativa de ilustrar o debate existente.

## **II.2 AS DIFICULDADES REGULATÓRIAS DA ECONOMIA COLABORATIVA**

A regulação de um novo tipo de mercado por si só já é difícil. Afinal, toda criação de lei ou regra se dá a partir da previsão dos possíveis cenários em que pode haver perda para alguma das partes envolvidas. No caso da produção de alimentos, por exemplo, é necessária a criação de uma regulação capaz de avaliar os tipos de agrotóxicos que podem ser usados, levar em consideração todas as formas em que um trabalhador pode se ferir, etc. No caso da economia colaborativa, no entanto, a situação é um pouco mais complexa. Pelo seu caráter dual, ou seja, parte profissional e parte pessoal, adiciona-se uma complicação à temática. Passa-se a ter que criar um sistema de regras capaz de regular o uso comercial de bens que, até hoje em dia, eram usados apenas para uso doméstico (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015).

Dessa forma, se uma pessoa se integra a uma rede de aluguel ou venda de ferramentas domésticas, por exemplo, a furadeira que até então usava para sua própria casa passaria a ter, também, um uso comercial. Nesse caso, a taxação poderia vir em cima do site ou do aplicativo que se utiliza para comercializar esses bens. Contudo, pensando que muitas pessoas usam esse tipo de mecanismo apenas como renda complementar, será que a adição de barreiras a esse tipo de prática seria, de fato, benéfica aos usuários?

Para entender melhor essa questão, um olhar para a forma de geração de valor dentro da economia colaborativa é importante. Koopman (2015) lista cinco diferentes formas através das quais o valor é gerado dentro desse sistema:

- I) Dando às pessoas uma oportunidade de usar os carros dos outros, suas cozinhas, apartamentos e outros bens, ele permite que ativos subutilizados tenham seu uso otimizado.
- II) Reunindo vários compradores e vendedores e induzindo níveis maiores de competição, o que permite uma maior especialização dos produtores.
- III) Diminuição dos custos de transação devido à maior facilidade de se encontrar comerciantes dispostos e à maior agilidade de se transacionar bens, como resultado de uma expansão do alcance do comércio que, agora, engloba todas as regiões ao alcance da rede de internet.
- IV) Ao agregar as opiniões de consumidores e produtores e colocá-los ao alcance de novos participantes no mercado, o problema da assimetria de informação diminui consideravelmente entre produtores e consumidores
- V) Ao oferecer uma solução à captura dos reguladores pelos produtores, ela permite que fornecedores criem valor para os clientes no lugar de empresas que se tornaram ineficientes e sem resposta por causa de suas proteções regulamentares e formas de contorná-las.

Sendo assim, se por um lado a quebra da linha que separa o profissional do pessoal possa ser vista como uma dificuldade na regulação da economia colaborativa, alguns pesquisadores consideram justamente este ponto um dos aspectos que alerta para a falta de necessidade de regulação, visto que é um dos elementos principais pelo qual se gera valor na economia colaborativa. Conforme argumenta Koopman (2015), a falta de diferenciação entre usuário e fornecedor do serviço na economia colaborativa auxilia na quebra da assimetria de informação presente em todas as relações de troca.

Sundararajan & Cohen (2015) também tratam disso ao falar das opiniões de consumidores e produtores, que agora são postas como uma ferramenta para ambas as partes, o que diminui o problema da assimetria de informação entre os ofertantes e demandantes. A partir da introdução de mecanismos, intrínsecos aos sistemas colaborativos, de avaliação e de construção de reputação, os comerciantes e os

demandantes passam a ter as mesmas informações a respeito um do outro e passam a possuir meios de recorrer a eventuais injustiças dentro da própria plataforma.

Como foi abordado no primeiro capítulo, a introdução de um intermediário, conectando produtores e consumidores, é normal na economia colaborativa. Diversos atores desse novo sistema funcionam através desse modelo como o Airbnb, a Uber, o MercadoLivre, entre outros. Tomando como exemplo o caso do Airbnb, é a empresa que atua de mediadora entre locadores e locatários, corrigindo eventuais desentendimentos entre as partes, como no caso de um cancelamento inesperado por parte do locador. Nesse caso, a pessoa que estava com um acordo firmado para alugar o espaço ganha um crédito no site que a ajuda a conseguir pagar seu novo aluguel, caso ela ainda se interesse.

Em casos como esse a própria empresa funciona como um tipo de reguladora, criando um sistema de regras próprio que rege o comportamento de todos os usuários, ofertantes e demandantes. Dessa forma, se no passado a solução primária para falha de mercado era a intervenção de uma agência governamental, hoje a existência de plataformas que medeiam a troca altera fundamentalmente os limites de atuação do mercado (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015). Não obstante, não é possível garantir que os interesses dessas plataformas estarão perfeitamente alinhados com os da sociedade e, por isso, é provável que algum envolvimento governamental se mantenha necessário (SUNDARARAJAN & COHEN, 2015).

É justamente nesses casos em que entra a autorregulação, que pode assumir formas distintas de acordo com seus diferentes níveis de voluntariedade, prestação de contas, fiscalização e intervenção do governo. Sundararajan & Cohen (2015) chama atenção para quatro diferentes tipos, que variam de acordo com os itens acima:

- **Autorregulação imposta:** ocorre quando um setor formula e impõe regras a partir da ameaça da regulação governamental.
- **Autorregulação sancionada:** o setor indústria formula regras, que então ficam sujeitas à aprovação governamental.
- **Autorregulação voluntária:** situação que não envolve diretamente o aparelho estatal.

- **Autorregulação delegada:** ocorre quando o governo exige que o setor estabeleça em linhas gerais como seria feita a regulação.

Sendo assim, se a autorregulação voluntária pode, em muitos casos, não ser a opção desejada, outras formas de autorregulação podem entrar no seu lugar. No entanto, para que mesmo algum desses exemplos de autorregulação venha a ser implementado, é necessário primeiro um posicionamento governamental no sentido de reconhecer a economia colaborativa como uma nova força, algo que poucos governantes fizeram até o momento.

Atualmente, se há alguma regulação nesse sistema, ela é feita sem o envolvimento estatal, dado que poucos agentes do governo conseguiram, até o momento, resolver as disputas existentes com a própria introdução de iniciativas colaborativas, como ocorre no caso da Uber. Essa própria falta de envolvimento do poder público, que atualmente ainda não sabe como regular a economia colaborativa, faz com que ela caminhe cada vez mais por um modelo de gestão autorregulado.

Contudo, vale ressaltar aqui o caso da regulação da Uber no estado de São Paulo, o único do Brasil a caminhar nesse sentido, até o momento. Através do decreto 56.891 de 10 de maio de 2016<sup>12</sup>, empresas de transporte viário urbano via aplicativo, denominadas de Operadoras de Tecnologia de Transporte Credenciadas (OTTCs), podem buscar autorização do poder público municipal para operar na cidade.

Além de formalizar uma série de normas de operação já praticadas pela empresa antes da regulação, como, por exemplo, a utilização de mapas digitais para acompanhamento do trajeto e do tráfego em tempo real, avaliação da qualidade do serviço pelos usuários, entre outras, o decreto estipula uma nova forma de tributação para essas empresas. A partir da publicação do decreto, as OTTCs deverão pagar uma outorga, ou seja, uma taxa para o uso das vias da cidade) de R\$ 0,10 por km rodado.

Em teoria, os recursos gerados seriam convertidos pelo poder público para melhorias nas vias urbanas. No entanto, ao adotar um sistema de regulação por preço, a prefeitura de São Paulo abriu uma brecha para essas empresas repassarem este custo aos

---

<sup>12</sup> Fonte: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=320363>



consumidores, uma deturpação do objetivo da regulação, que é taxar a empresa pela possibilidade de operar e auferir lucros.

Voltando à autorregulação, Goldman (2011) propõe uma forma interessante de avaliar a autorregulação na economia colaborativa, que, segundo ele, deve ser entendida como uma “segunda mão invisível”. Para Goldman (2011), se as informações sobre produtores e fornecedores são caras demais, a introdução de um sistema de reputação pode melhorar o funcionamento da mão invisível, ajudando os consumidores a tomarem melhores decisões.

Neste caso, a informação de reputação funciona como uma mão invisível da mão invisível (a segunda mão invisível), visto que as informações de reputação podem orientar os consumidores a fazer escolhas de mercado, que no seu conjunto permitem o funcionamento da mão invisível tradicional. Assim, em uma economia da informação com custos de transação, as informações de reputação podem desempenhar um papel essencial para recompensar bons produtores e punir os ruins (GOLDMAN, 2011).

Nessa perspectiva, conforme coloca John C. Moorhouse (2003), “se a regulamentação baseia-se na alegação de que os consumidores carecem de informação adequada”, quando comparado com os produtores, “o poder sem precedentes da internet para fornecer informações ao consumidor em tempo útil de fato enfraquece o argumento da necessidade da intervenção governamental”. Por este raciocínio, já que a tecnologia gerada a partir da internet alivia a necessidade de regulamentação no seu sentido tradicional, e tendo em conta as deficiências associadas aos mecanismos de regulação tradicionais, o bem-estar do consumidor pode vir a ser melhor protegido pelo afrouxamento de regulamentos tradicionais (KOOPMAN, 2015).

Em outras palavras, a presença de uma maior concorrência, de inovação e de melhor informação elimina a necessidade da regulamentação tradicional. Afinal, partindo do pressuposto de que as próprias plataformas estariam se autorregulando, uma outra forma de regulamentação partindo do poder estatal correria o risco de “sobreregular” a economia colaborativa, eliminando sua viabilidade econômica.

A partir de argumentos como os expostos acima, diversos pesquisadores acreditam que não há necessidade de uma regulação econômica no modelo tradicional,

visto que uma vigilância interna já é feita pela própria empresa. Variações a respeito do modo como a autorregulação deve ser realizada (em qual dos quatro arquétipos ela se encaixaria) ainda estão presentes na academia, visto que nenhum consenso foi estabelecido até o momento. Contudo, diversos relatos apontando problemas e infrações com trabalhadores da Uber e com moradias do Airbnb geram questionamentos a respeito do funcionamento da autorregulação.

## **II.3 A ECONOMIA COLABORATIVA E A INFRAÇÃO DAS NORMAS JÁ EXISTENTES: OS CASOS DO AIRBNB E UBER**

### ***II.3.1 O caso do Airbnb***

Diversas cidades do mundo sobrevivem a partir da renda proveniente de impostos pagos por hotéis e pelos turistas que neles se hospedam. Esses impostos são uma importante receita fiscal para os governos dessas cidades, que podem converter essa renda em melhorias para as pessoas que ocupam esse espaço em tempo integral: os residentes. Além disso, para garantir a manutenção do serviço, os hotéis devem passar regularmente por inspeções realizadas por agentes do governo, que verificam se o estabelecimento está cumprindo com os regulamentos. Essas inspeções são realizadas para garantir que o local não represente nenhum risco para os visitantes.

Quando trazemos o setor dos hotéis para a perspectiva da economia colaborativa, o melhor paralelo que encontramos é o do Airbnb. No entanto, nesse caso, as exigências regulatórias são inexistentes, o que coloca esta empresa em uma posição econômica muito vantajosa em relação ao modelo tradicional de hospedagem. No entanto, além da não existência de normas regulatórias e, por conta disso, da não realização de inspeções nos apartamentos, muitos dos clientes da plataforma não estão pagando os impostos já previstos por lei ao utilizar o site como ferramenta de geração de renda<sup>13</sup>. Afinal, sem nunca ter realizado esse tipo de operação comercial, muitas das pessoas que alugam suas residências não sabem quais são os impostos que devem pagar por isso, e muito menos, os possíveis novos impostos, caso essa prática seja regulamentada.

---

<sup>13</sup> Fonte: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/may/27/airbnb-uber-taxes-regulation>

Aqueles a favor da plataforma argumentariam que há, sim, exigências normativas, no entanto, elas são cobradas pela própria plataforma. Ao entrar no site do Airbnb, no entanto, as comprovações pedidas são apenas aquelas relacionadas à verificação do usuário, locador e locatário, para impedir situações em que um usuário se hospedaria em uma residência que nada se assemelha à descrição feita pelo locador ou que ele pudesse estar em perigo, como no caso de o proprietário do local não ser o mesmo descrito na plataforma.

As exigências regulatórias cobradas quando se fala na criação de normas para a economia colaborativa vão muito além daquelas postas pela própria empresa. Os vizinhos de apartamentos em condomínio, em cooperativas ou prédios residenciais, podem pensar que têm o direito a não viver ao lado de um hotel, cuja circulação de pessoas é muito mais frequente e não se sabe muito bem que tipo de pessoa estará se hospedando ali. Justamente por motivos como esses, muitas cidades adotam restrições de zoneamento, de modo que certas áreas sejam exclusivamente residenciais.

Outro ponto interessante que mostra a ruptura criada no sistema de hospedagens a partir da introdução de iniciativas como o Airbnb é o fato de que nem todos aqueles que alugam seus imóveis são realmente os donos daquele espaço. Em muitos casos, os locadores do Airbnb são locatários de alguma outra pessoa e estão utilizando o espaço para conseguir uma renda extra, ou seja, são pessoas que estão sublocando esses apartamentos.

No entanto, a Lei do Inquilinato<sup>14</sup> prescreve que se não estiver prevista no contrato de aluguel ou obtiver a autorização expressa do locador, a prática da sublocação é ilegal. Como a maioria dos contratos veda expressamente a sublocação, contratos informais surgem a cada vez que o locatário quer sublocar seu apartamento<sup>15</sup>. Sendo assim, é possível afirmar que o Airbnb está de fato estimulando a sublocação ilegal ao criar um modo de formalizar a prática da sublocação através dos contratos feitos pelo site e, também, ao massificá-la.

---

<sup>14</sup> Fonte: [http://www.wsol.com.br/lei/lei\\_inquilinato.htm](http://www.wsol.com.br/lei/lei_inquilinato.htm)

<sup>15</sup> Fonte: <http://www.gazetadopovo.com.br/imoveis/sublocacao-depnde-de-autorizacao-expressa-3paj717jkzyhwd8dz2tjxypn2>

Diversos relatos apontam para a criação de esquemas de sublocação de imóveis a partir do site. Nesses casos, os locatários alugam o apartamento do locador original e logo o colocam para aluguel no site, alcançando um lucro de até 150% em cima do valor original<sup>16</sup>. Práticas de sublocação parcial, na qual apenas certos cômodos são sublocados é ainda mais comum no site. Importante mencionar que, por situações assim, o Airbnb foi chamado em 2015 para comparecer ao tribunal em Nova Iorque. Segundo matéria divulgada no jornal Reuters, aproximadamente dois terços dos apartamentos na cidade americana recentemente anunciados via Airbnb estavam sendo sublocados ilegalmente<sup>17</sup>.

Na medida em que o Airbnb permite que pessoas fujam dos impostos e regulamentos existentes, a empresa deixa de ser considerada um incremento para a economia e para a sociedade e passa a ser um problema a ser lidado pelos governantes. Afinal, apesar da empresa condenar a prática da sublocação ilegal, até o momento, pouco se viu que ela esteja tentando combatê-la. Existem, sim, recomendações por parte da companhia aos anfitriões para que consultem sua convenção de condomínio para certificar se sublocações são proibidas ou que haja alguma restrição em relação à hospedagem.

Contudo, sem nenhum sistema de verificação ou nenhuma forma de punição por parte do Airbnb ou do governo sobre a empresa para cobrar esse tipo de atitude, essa prática deverá continuar a ocorrer. Outro cenário possível seria a mudança da legislação vigente a respeito da sublocação de imóveis de modo adequar e legalizar a sublocação dentro do sistema.

### ***II.3.2 O caso da Uber***

As mesmas questões se colocam no caso da Uber, feitos os devidos ajustes. A empresa está atualmente em disputas com reguladores sobre se seus carros atendem aos requisitos de segurança e de seguros vigentes para táxis convencionais. Além disso, muitas cidades impõem certas restrições a respeito do número de táxis em circulação, na esperança de assegurar um nível mínimo de rendimento para os motoristas, bem como para garantir a fluidez do trânsito automobilístico urbano. Mas se a Uber e serviços

---

<sup>16</sup> Fonte: <http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/usuarios-causam-polemica-ao-repassar-imoveis-para-aluguel-no-airbnb-09092015>

<sup>17</sup> Fonte: <http://br.reuters.com/article/businessNews/idBRSPEA3K00O20140421>

relacionados (como o Lyft, Cabify, etc.) inundarem o mercado e as ruas com seus carros, eles podem prejudicar a capacidade de todos os motoristas de ganhar até mesmo um salário mínimo.

Segundo levantamento realizado com motoristas de três cidades americanas (Denver, Houston e Detroit) no final de 2015<sup>18</sup>, as promessas oferecidas pela empresa, como o alto rendimento, não descontam os altos custos de manutenção dos carros, combustível e outros investimentos, tornando questionável a propaganda de autonomia econômica que a empresa utiliza para recrutar novos motoristas. Em 2013, a empresa disse ao Wall Street Journal que o motorista de Uber “típico” ganha 100.000 dólares brutos a mais em tarifas de transporte por ano<sup>19</sup>, o equivalente a 52 dólares por hora, considerando uma jornada de 40 horas semanais. Outra consideração duvidosa foi a afirmação feita pelo conselheiro-chefe da empresa, que propagandeou a plataforma “como um caminho para um sonho americano mais modesto e acessível”<sup>20</sup>.

No entanto, de acordo com dados internos vazados referentes a tabelas de preços e com os cálculos da própria Uber fornecidos ao jornal de notícias americano BuzzFeed, os motoristas em alguns mercados não ganham muito mais do que trabalhadores de grandes redes varejistas, como o Walmart, quando se trata de ganhos líquidos. Em Denver, foi calculado que 22% dos ganhos dos motoristas são gastos em média com custos gerais, restando assim ao motorista o lucro de 13,17 dólares por hora. Em Houston, o valor chega a 24% da receita e o lucro real médio do motorista da cidade foi de 10,75 dólares por hora. Detroit foi a cidade com menor rendimento médio, descontando os custos fixos, restou ao motorista da Uber o lucro médio de 8,77 dólares por hora<sup>21</sup>.

Contudo, estudo feito pelo pesquisador de políticas da Uber em parceria com um economista da universidade de Princeton, em 2015, mostra que a realidade para muitos motoristas não é exatamente essa<sup>22</sup>. Conforme colocam Hall e Krueger (2015), autores

---

<sup>18</sup> Fonte: [https://www.buzzfeed.com/carolineodonovan/dados-e-documentos-do-uber-vazados-mostram-o-quant?utm\\_term=.dyMMwvQJAW#.tvAbNB4wkp](https://www.buzzfeed.com/carolineodonovan/dados-e-documentos-do-uber-vazados-mostram-o-quant?utm_term=.dyMMwvQJAW#.tvAbNB4wkp)

<sup>19</sup> Fonte: <http://blogs.wsj.com/digits/2013/11/25/uber-cuts-deals-to-lower-car-costs/>

<sup>20</sup> Fonte: <https://newsroom.uber.com/1776/>

<sup>21</sup> Fonte: <http://www.hypeness.com.br/2016/06/documentos-vazados-mostram-o-quanto-ganham-de-fato-motoristas-do-uber-nos-eua/>

<sup>22</sup> Fonte: <http://venturebeat.com/2015/01/22/inside-ubers-staggering-u-s-growth-40000-drivers-joined-in-december-and-average-19-per-hour/>

do estudo intitulado “Uma análise do mercado de trabalho para motoristas-sócios<sup>23</sup> da Uber no Estados Unidos”, 24% dos motoristas entrevistados na pesquisa conseguem viver bem tendo a Uber como única fonte de renda. Outros 16% têm uma fonte de renda secundária, mas a Uber é a que mais contribui para o total. Além disso, 38% dos motoristas disseram que a renda gerada através do aplicativo é utilizada para suplementar sua outra fonte de renda, mas não é significativa diante do total arrecadado por mês.

Outro dado interessante levantado pelo estudo é a evolução da quantidade de motoristas ativos na empresa desde meados de 2012 nos Estados Unidos. Segundo apontam Hall e Krueger (2015), o número de motoristas cresceu de forma exponencial, saindo de praticamente zero em julho de 2012 e chegando a mais de 160 mil motoristas ativos em janeiro de 2015. No que diz respeito ao rendimento desses motoristas, a tabela abaixo mostra dados diferentes daqueles divulgados pela mídia. Segundo a tabela, nas seis cidades estudadas, o rendimento dos motoristas da Uber foi muito superior àquele gerado por taxistas e chofers.

**TABELA II**

<b>Rendimentos ou salários por hora dos motoristas da Uber x Táxis e chofers (em US\$)</b>		
	<b>Motoristas sócios da Uber</b>	<b>Motoristas de taxi e chofers</b>
Boston	20,29	12,92
Chicago	16,20	11,87
DC	17,79	13,10
Los Angeles	17,11	13,12
Nova Iorque	30,35	15,17
São Francisco	25,77	13,72
Média	19,19	12,90

Fonte: Hall e Krueger (2011). *An Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners in the United States*

Mas, atrativo ou não, a Uber tem causado uma ruptura no serviço tradicional de taxi. Protestos localizados em diversas partes do mundo mostram a insatisfação das redes de taxi com o surgimento da plataforma, que atrai cada vez mais clientes e motoristas. A partir da natureza dos protestos, marcados, em alguns casos, pelo uso da violência por

<sup>23</sup> Essa é a nomenclatura usada pela própria empresa ao se referir ao seus motoristas.

parte dos taxistas<sup>24</sup>, fica claro o sentimento de revolta que se instaurou no setor com a entrada da nova plataforma de transporte.

Afinal, ao redor do mundo o serviço de taxi funciona como um monopólio regulamentado pelo poder público. Com a entrada da Uber, que promove um serviço similar, mas sem a necessidade de autorização específica das prefeituras, as redes de taxi se uniram na expectativa de conseguir barrar a empresa através de projetos de lei proibindo serviços de taxi alternativos.

Paulo Springer de Freitas (2015) faz uma análise interessante do mercado de táxis no Brasil<sup>25</sup>. Segundo ele, o serviço de táxi brasileiro é regulado pela Lei de Mobilidade Urbana (Lei nº 12.587, de 2012) que, em seus artigos 12 e 12<sup>a</sup>, estabelece que qualquer interessado poderá explorar os serviços de táxi, desde que cumpra certos requisitos de segurança, higiene e outros que determinam a qualidade dos serviços, estipulados pelo poder público municipal. De modo a coordenar a busca pelo fornecimento do serviço de taxi, a maioria dos grandes centros urbanos do Brasil adota o sistema de permissão, ofertando número limitado de licenças.

Nesse caso, a prefeitura abre um edital, que estabelece os critérios a partir dos quais serão oferecidas as licenças. Aqueles que forem aprovados obtêm a placa gratuitamente e, na prática, por tempo indeterminado (FREITAS, 2015). No entanto, essa não é a única forma de designar as placas: um leilão pode ser realizado e aquele que oferecer o maior valor pela licença ou o menor preço para a corrida sai como vencedor (FREITAS, 2015).

Há ainda a opção de liberar o serviço de taxi de forma ampla a toda a sociedade. A Cidade do Panamá e Lima fizeram isso, recentemente, e qualquer indivíduo que satisfaça determinados pré-requisitos (como bons antecedentes, dispor de carro com condições de segurança e higiene, etc.), paga uma taxa para a prefeitura e obtém a licença para dirigir (FREITAS, 2015). Os defensores da manutenção do monopólio dos serviços de taxi argumentam que o seu fim acarretaria muitos danos para os taxistas. No entanto,

---

<sup>24</sup> Fonte: <http://www.dailymail.co.uk/wires/afp/article-3503845/Indonesian-drivers-stage-violent-anti-Uber-protest.html>

<sup>25</sup> Fonte: <http://www.brasil-economia-governo.org.br/wp-content/uploads/2015/07/quem-ganha-e-quem-perde-com-a-liberacao-dos-taxis.pdf>

evidências mostram que grandes cooperativas de taxi controlam a maior parte dos carros em circulação e que a maioria dos motoristas, na realidade, alugam os carros da cooperativa para executar sua função.

Segundo matéria publicada no jornal O Globo em agosto de 2015, apenas três grupos controlam 55,8% dos taxis de empresas na cidade do Rio de Janeiro<sup>26</sup>. Do total de 1.671 veículos, 934 pertencem a esses três grandes grupos. Apesar da alta concentração de veículos nas mãos de poucos, os números em si não são muito expressivos quando se compara com o total de 30.661 motoristas autônomos que circulam na cidade, ou seja, de motoristas que não fazem parte de nenhuma empresa controlada por esses grupos. Contudo, a mesma reportagem afirma que, desse total, 25.538 trabalham como taxistas auxiliares, alugando carros licenciados de outras pessoas, o mesmo que 83% do total de motoristas autônomos.

Voltando aos taxis empresariais, segundo a mesma matéria, estimativas do Sindicato dos Motoristas de Empresas e Auxiliares de Táxi do Estado mostram que as companhias controladas por esses três grandes grupos chegam a movimentar pelo menos R\$ 7,3 milhões por mês. Para chegar a esse valor, o sindicato toma como base uma diária de R\$ 200 cobrada dos taxistas por 22 dias ao mês, visto que a maioria das empresas não exige esse mínimo durante os fins de semana. Para conseguir o dinheiro da diária, muitas vezes os motoristas chegam a trabalhar mais de 12 horas por dia.

Com a introdução da Uber no mercado de transporte urbano é possível que o volume de trabalho necessário para pagar a diária tenha aumentado ainda mais, o que explica a revolta desses profissionais. No entanto, dada a quantidade de trabalho abusiva a que eles anteriormente já precisavam se sujeitar, o seguinte questionamento merece ser feito: não deveriam os motoristas aproveitar essa oportunidade da entrada de uma competidora no mercado para inverter esse cenário desfavorável a eles frente às grandes cooperativas e exigir melhores taxas?

Olhando de outra perspectiva, é possível compreender a frustração dos taxistas quando se considera as baixíssimas exigências regulatórias demandadas pela Uber. Em primeiro lugar, os regulamentos de táxis costumam delimitar as condições de entrada no

---

<sup>26</sup> Fonte: <http://oglobo.globo.com/rio/apenas-tres-grupos-controlam-558-dos-taxis-de-empresas-na-cidade-17179697>



mercado, licenciando prestadores de serviços qualificados, a partir de pré-requisitos relacionados à formação e aparência pessoal dos condutores e à certificação de veículos.

Um documento divulgado pelo Fórum Internacional de Transporte (ITF), uma entidade ligada à OCDE, intitulado *App-Based Ride and Taxi Services: Principles for Regulation* (2016), para avaliar as disparidades regulatórias entre o serviço de taxi tradicional e o fornecido por aplicativos com a Uber, afirma que, “quando a supervisão de táxi não é centralizada, pelo menos a nível regional, os operadores têm que lidar com um cenário regulatório complexo que restringe a maneira pela qual operam os seus serviços através de múltiplas jurisdições” (p.11). Além disso, fala que “o nível de regulamentação do setor de táxi ou, mais precisamente, uma regulação eficaz do setor, difere em todo o mundo” (p.11).

O relatório afirma também que, em alguns países, a regulação promovida pelo Estado é indiscutivelmente eficaz, no entanto, em muitos outros, o setor é levemente regulado ou o controle regulatório é tão frouxo que a captura da agência reguladora fica evidente. Em todo caso, uma tentativa de regulação existe em todas as partes do mundo para o serviço de taxi, cenário que difere da regulação para a Uber, onde na maioria das vezes o poder público está ausente.

Discorrendo a respeito do regime tradicional de regulação do serviço de transporte, o estudo publicado pelo ITF elenca quatro grandes motivações que levaram ao seu surgimento. A primeira delas diz respeito às regras de segurança pública, que incluem a verificação de antecedentes criminais, inspeção nos veículos, etc. A ideia por trás dessa motivação é a criação de regras que possibilitem ao passageiro confiar nos motoristas de taxi e nos veículos usados por eles, além de, em alguns casos, proteger os motoristas de eventuais ações penais que possam ser movidas pelos passageiros.

A segunda motivação é o cumprimento da exigência da utilização de seguro por parte do taxista. Serviços de transporte regulamentados, como o de taxi, devem fornecer níveis adequados de seguro de modo a que os custos relacionados às falhas e outros percalços não sejam pagos pelos clientes. Dada essa necessidade, apólices de seguro são criadas especialmente para serviços de transporte, por levar em consideração a exposição mais elevada por seus agentes em termos de quilômetros percorridos.

O terceiro motivo que levou a criação de uma política regulatória para os serviços de taxi, segundo o ITF, está relacionado à regulação da tarifa. Motivado pelo desejo de evitar a manipulação de preços por parte dos operadores do mercado devido à assimetria natural de informações sobre a oferta, foram criados mecanismos de regulação da tarifa cobrada que, além de tudo, proporcionam segurança aos passageiros sobre o que será cobrado em um ambiente monopolista como o do serviço de taxis.

Aliás, essa é uma diferença importante entre muitos mercados de táxi regulamentados e os serviços fornecidos por empresas como a Uber. No primeiro, as tarifas são fixas e variam de acordo com a legislação vigente, que determina quando serão feitos os reajustes. No segundo caso, utilizam-se da tarifa como forma de equilibrar a oferta e a procura.

Já o último motivo vem relacionado à criação de barreiras para restringir a entrada de novos motoristas no mercado. Essa restrição se encontra ligada ao controle do volume de veículos em operação, com o objetivo tanto de limitar o número de carros nas ruas quanto de garantir um rendimento médio mínimo para todos os motoristas. Segundo o estudo, existem quatro grandes tipos de regimes regulatórios que controlam o acesso ao mercado para os táxis.

No primeiro regime, as autoridades emitem um determinado número de licenças, conforme determinado por meio de regulamentação ou por lei do poder público municipal. Somente aqueles que detêm o licenciamento ficam autorizados a operar. Quando essas autorizações são negociáveis, a oferta e demanda regulam seu valor. Um ponto interessante abordado pelo estudo é que, para os titulares de licenças individuais, o alto valor da licença pode servir como um estoque monetário que pode ser resgatado a qualquer momento.

No segundo regime, o de sistemas de certificação, um número específico de veículos fica autorizado a operar através de empresas, as quais recebem a autorização para fornecer serviços de táxi. Esse número é sujeito a mudanças e as empresas podem requerer as autoridades para que a quantidade seja reavaliada. O estudo afirma que, nesse modelo, os certificados não podem ser negociados entre as empresas. Contudo, empresas de táxi podem ser compradas e vendidas, o que abre a porta para a criação de um mercado secundário de empresas de taxi certificadas.

Em sistemas de franquia, o terceiro regime, no âmbito do processo de licitação, uma franquia é concedida por um período de tempo definido, o que permite que o titular opere serviços de táxi em uma área geográfica específica. Com regimes de entrada aberta, o último a ser citado pelo estudo, nenhum limite é colocado no número de táxis que operam, de modo que os motoristas podem entrar e sair do mercado livremente.

A partir desses quatro pontos levantados, o estudo conclui afirmando ser fundamental a criação de um sistema regulatório que normatize a prática de empresas como a Uber. No entanto, para isso acontecer será necessária uma modernização das leis de transporte, no intuito de incluir esse tipo de serviço na legislação específica do setor.

# CAPÍTULO III: A ECONOMIA COLABORATIVA COMO SOLUÇÃO PARA A CRISE DE SUSTENTABILIDADE

## III.1 INTRODUÇÃO

O mundo passa, atualmente, por uma grave crise ambiental, o que tem levado diversos segmentos da sociedade a buscar caminhos para a transição para um modelo econômico mais sustentável (MARTIN, 2015). Dessa forma, a exploração de novas possibilidades de produção energética, com a busca por sistemas de baixo carbono, de modelos de locomoção alternativos e de novos paradigmas de consumo tem sido uma constante no período recente (MARTIN, 2015).

Certamente diversos avanços foram alcançados nesse processo. Conforme coloca Heinrichs (2013, p.1), “após 40 anos de ambientalismo moderno e 20 anos de discurso e prática do desenvolvimento sustentável” muitas conquistas foram alcançadas e “que não devem ser desmerecidas: o desenvolvimento da política ambiental, a institucionalização da burocracia ambiental, a difusão da gestão ambiental no setor privado, o aumento da consciência ambiental dos cidadãos e a criação de uma sociedade civil ativa, representada por organizações não governamentais (ONGs)”.

Nesse sentido a economia colaborativa surge como um "potencial novo caminho para a sustentabilidade" (HEINRICHS, 2013). Um interesse crescente é dado a essa iniciativa, descrita por Botsman e Rogers (2010) como “uma inovação que interromperá as práticas insustentáveis de hiperconsumo prevaletentes nas economias capitalistas” (MARTIN, 2015). Segundo Martin (2015, p.3), “seu argumento central é que a economia colaborativa permite uma mudança de uma cultura em que os ativos são do consumidor (desde carros a furadeiras) em direção a uma cultura onde os consumidores compartilham acesso aos bens. Esta mudança é impulsionada por plataformas *peer-to-peer* da internet que conectam os consumidores e permitir-lhes fazer um uso mais eficiente dos ativos subutilizados”.

Por exemplo, plataformas *peer-to-peer* de compartilhamento de carro capacitam os indivíduos a alugar diretamente seus veículos para outros, permitindo, portanto, uma utilização mais eficiente dos veículos parados. Além disso, Botsman e Rogers (2010) argumentam que, ao reduzir as barreiras a partir das quais é possível se alcançar os benefícios dos produtos – o custo do aluguel de automóveis em uma plataforma P2P é menor do que valor do automóvel em si; e ao reduzir a demanda por recursos graças ao seu compartilhamento, as *peer-to peer* promovem uma distribuição mais equitativa e sustentável dos recursos (MARTIN, 2015).

Devido à essa nova interação entre a sociedade e a economia privada, Abramovay (2014) chama a colaboração de “economia híbrida do século XXI”. No seu entendimento, ela altera a própria maneira de funcionar das empresas, seus objetivos, seus valores, métodos e, também seus protagonistas (ABRAMOVAY, 2014). Comenta ainda que parte crescente da prosperidade do século XXI virá de uma organização social marcada pela descentralização, pela cooperação e pela partilha. No entanto, alerta para a apropriação da colaboração pelo sistema capitalista, comentando que seu potencial revolucionário já vem sendo usurpado por grandes empresas, como Airbnb e Uber, o que pode gerar impactos adversos no meio social e ambiental (ABRAMOVAY, 2014).

Juliet Schor (2014) também faz questionamentos a respeito da real validade ambiental da economia colaborativa. Apesar de realçar os benefícios ecológicos diretos da colaboração, como a já mencionada redução da demanda por novos bens, o que resulta na diminuição da pegada ecológica, Schor (2014) chama atenção para uma armadilha dentro do setor, que não necessariamente impulsiona a sociedade em direção à sustentabilidade.

A crença geral é de que a economia colaborativa ajuda a reduzir as emissões de carbono, no entanto não há praticamente nenhum estudo que evidencie seu impacto no meio ambiente, seja ele, positivo ou negativo (SCHOR, 2014). No entanto, um levantamento feito da emissão de CO<sub>2</sub> com a introdução das iniciativas de *carsharing* mostrou que, na realidade, houve um aumento da emissão de gás carbônico no meio ambiente devido ao aumento do acesso a carros. Esse exemplo evidencia a urgência da realização de estudos sobre a sustentabilidade do setor, uma das principais bandeiras da economia colaborativa.

Morozov (2013), ao criticar a inovação digital, argumenta que a colaboração é uma forma de "neoliberalismo em esteroides", que "comercializa os aspectos da vida anteriormente fora do alcance do mercado" (MARTIN, 2015). Além disso, as plataformas de acomodação e transporte colaborativas, que têm como modelo Airbnb e Uber, respectivamente, têm enfrentado críticas por parte de governos e empresas já estabelecidas por incentivarem a abertura de mercados não regulamentados que podem gerar impactos sociais adversos (MARTIN, 2015).

Dessa forma, dado que a busca por novos modos de produção e organização econômica são fundamentais, a questão passa a ser encontrar o modelo ideal para tanto resolver a crise ambiental quanto para garantir o desenvolvimento pleno e democrático de toda a sociedade. Esse capítulo buscará avaliar o debate presente na academia sobre a introdução da economia colaborativa como uma solução para a crise de sustentabilidade sofrida pelo mundo.

### **III.2 A ECONOMIA COLABORATIVA É SUSTENTÁVEL?**

Durante a crise financeira e econômica mundial recente, diversas alternativas ao capitalismo e ao consumismo foram expressas (HEINRICHS, 2013). Variando desde aqueles que acreditavam em melhorias na regulamentação do sistema existente como solução às crises cíclicas do capitalismo e até os mais radicais, que acreditam não haver solução para esse sistema em si, uma terceira perspectiva chamou atenção: a da colaboração (HEINRICHS, 2013). Através de conceitos de "economia compartilhada" e de "consumo colaborativo" surge uma nova forma de organização do sistema, que promove a utilização da inteligência de mercado como forma de promover uma sociedade mais colaborativa e sustentável (HEINRICHS, 2013).

Com esses conceitos em mente, em outubro de 2014, os membros da *Urban Sustainability Directors Network* (USDN), da *Sustainable Consumption Research and Action Initiative* (SCORAI) e outros especialistas na temática reuniram-se na cidade de Eugene (Oregon, EUA) para explorar as ações que as cidades poderiam implementar para promover o consumo sustentável e o bem-estar na escala municipal. Desse encontro, saiu o Memorando de Eugene, a partir do qual nota-se a importância da economia colaborativa para a construção de um mundo sustentável, ressaltando o contexto urbano como

fundamental para o surgimento e afirmação do movimento (BRACHYA e COLLINS, 2016). Abaixo, segue um trecho do memorando que sintetiza o tema.

“As cities build toward more compact, cohesive, and livable communities, urban form must align with more collaborative patterns of human interaction, including consumption. People living in close proximity have more opportunities to share idle resources, to launch small-scale commercial ventures, and to build community engagement and cohesion. Sustainable urban form fosters both informal and commercial exchange, augments social capital, and builds stronger neighborhood networks and resilience in the process.” **Eugene Memorandum: The role of cities in advancing sustainable consumption, p. 3, 2014.**

A economia colaborativa tem muito mais facilidade de prosperar em um contexto urbano, uma vez que requer proximidade física (BRACHYA e COLLINS, 2016). Afinal, uma vez que as pessoas se acostumem com a ideia de acessar em vez de possuir determinado bem e de fato começarem a possuir menos objetos, elas serão capazes de viver em habitações menores e estarão mais dispostas a compartilhar um espaço conjunto (BRACHYA e COLLINS, 2016).

Brachya e Collins (2016, p.10) fazem uma observação interessante a respeito da prosperidade da colaboração em grandes centros urbanos, afirmando que “esse tipo de mudança comportamental é particularmente atraente para as pessoas que procuram estilos de vida nos centros urbanos, onde os valores de propriedade são elevados, o acesso a serviços são excelentes e é bem servido de meios de transporte”. Além disso, afirmam ser atraente para o emprego, que pode se aproveitar de espaços compartilhados para os locais de trabalho e reuniões (BRACHYA e COLLINS, 2016). Segundo as autoras, o Airbnb afirma que a possibilidade de gerar renda a partir do uso de salas subutilizados em propriedades privadas tem contribuído para a revitalização urbana em diversas cidades do mundo (BRACHYA e COLLINS, 2016).

Dubois (2014) acredita serem três os principais atrativos da economia colaborativa. Primeiramente, na atividade econômica, a economia colaborativa desloca valor dos intermediários para os consumidores e produtores, tornando estilos de vida alternativos possíveis. Dessa forma, ela se tornou particularmente interessante durante a crise financeira recente, pois com os altos níveis de subemprego e a queda ou estagnação dos salários, a colaboração passou a ser uma forma de viver bem com menos dinheiro ou até mesmo de ganhar dinheiro com ativos já em posse.

O segundo atrativo diz respeito à capacidade da economia colaborativa de conectar as pessoas. Muitos participantes adotam estilos de vida colaborativos pelo interesse em conhecer pessoas e aprofundar seus laços através das redes sociais (BELK, 2009). Segundo Dubois (2014, p.97), “a nostalgia de uma época anterior, quando as pessoas conheciam seus vizinhos e poderia contar com eles permeia a economia colaborativa”. Por isso, algumas iniciativas da colaboração, como os bancos de tempo, tentam recriar esses laços sociais informais há tempos perdidos por certas camadas da sociedade, tendo em vista que os segmentos mais pobres nunca perderam essa noção de comunidade (DUBOIS, 2014).

O terceiro atrativo vem conectado com a temática desse capítulo: o meio ambiente. Diversas iniciativas colaborativas visam reduzir a pegada de carbono, como, por exemplo, o compartilhamento do transporte, o aumento da utilização dos ativos existentes (que reduz a demanda para a produção de novos), e a reutilização de produtos que, de outra forma, seriam descartados (DUBOIS, 2014). Defensores da prática afirmam que essas iniciativas, combinadas com uma nova mentalidade da sociedade, serão transformadoras dentro do sistema, que agora operará através da colaboração.

De fato, uma mudança ocorreu nos últimos anos. Empresas representantes da economia colaborativa começaram a crescer a uma taxa significativa, atingindo valores comparáveis a grandes empresas não-colaborativas. O Airbnb, por exemplo, já possui uma taxa média de 450.000 hóspedes por noite, totalizando 155 milhões por ano, valor 22% superior que a rede de hotéis Hilton, que hospeda 127 milhões de hóspedes por ano, segundo estudo de 2015 da PwC intitulado “*The Sharing Economy*”. Isso mostra que a economia colaborativa é uma força a ser reconhecida, mas ela é, de fato, sustentável?

Um relatório publicado pelo Instituto de Desenvolvimento Durável e das Relações Internacionais (IDDRI) em 2014, intitulado *The sharing economy: make it sustainable*, de autoria de Damien Demailly e Anne-Sophie Novel, elenca diversas categorias de bens, buscando julgar sua relevância dentro da economia colaborativa, para então analisar seu impacto ambiental. Dessa forma, práticas de revenda, doação, troca e empréstimo são analisadas no âmbito da colaboração. Importante ressaltar que os produtos consumíveis, como alimentos ou energia se encontram excluídos dessa análise (DEMAILLY e NOVEL, 2014).



No entanto, nota o estudo que o impacto ambiental de bens compartilhados através da colaboração não pode ser medido apenas em termos dos resíduos gerados. Deve-se levar em conta o consumo energético vinculado à produção industrial e à utilização desses bens, especialmente no caso de produtos relacionados à transporte (DEMAILLY e NOVEL, 2014). Na verdade, o impacto ambiental do uso de tais produtos deve ser examinado de forma mais aprofundada, porque a colaboração pode levar a uma modificação na forma como eles são usados, como no caso do compartilhamento de carros (DEMAILLY e NOVEL, 2014).

Por exemplo, a introdução de práticas de redistribuição (revenda, troca, doação, etc.) dá uma segunda vida a muitos produtos que de outra forma seriam descartados. Esse reuso estende o tempo de uso de um bem para que fique mais perto de seu ciclo de vida técnico (DEMAILLY e NOVEL, 2014). Embora isso não valha para todos os produtos, como no caso do mercado dos automóveis, em que existe pouco espaço para um prolongamento do potencial de redistribuição deste bem, para equipamentos elétricos e eletrônicos (como máquinas de lavar roupa, televisões, computadores, telefones, aparelhos de som, entre outros) é possível haver um prolongamento de sua vida útil (DEMAILLY e NOVEL, 2014).

Afinal, conforme colocam Demailly e Novel (2014), 40% das geladeiras e congeladores são substituídos enquanto ainda estão em funcionamento, assim como 25% das máquinas de lavar louça e 14% de máquinas de lavar roupa. O tempo de vida técnico de uma televisão pode ser de até 80.000 horas, enquanto a sua duração de utilização não excede, em média, 60.000 horas. O tempo de vida técnico de um telefone móvel é estimada em mais de 10 anos, mas na França as pessoas mudam seus telefones a cada dois anos e meio (DEMAILLY e NOVEL, 2014).

Interessante notar que o estudo classifica os bens da economia colaborativa em três categorias distintas. Os primeiros são os já mencionados bens de redistribuição, a partir dos quais a colaboração pode elevar sua utilização até ficar mais próxima da sua vida útil. O segundo tipo, chamado pelo relatório de mutualização, diz respeito a um conjunto de bens com os quais a prática de empréstimo e de arrendamento de curto prazo é comum, mas que, no entanto, por sua especificidade, essa prática envolve um número limitado de bens compartilhados (DEMAILLY e NOVEL, 2014).

Não se aluga, atualmente, por tempo limitado, um celular, uma televisão ou até mesmo um sofá-cama extra, para receber visitas. No entanto, uma ferramenta doméstica, como uma chave de fenda, pode ser usada por dezenas de pessoas, em vez de apenas uma, assim como equipamentos de lazer, como prancha de surf, equipamento de esqui, entre outros, podem ser usados por diversas pessoas, da mesma forma que um carro em um esquema de *carsharing* pode substituir mais de quatro carros de propriedade privada. O mesmo se aplica a roupas, visto que é possível alugar ou pedir emprestado um vestido ou terno, por exemplo.

A terceira e última categoria define o que pode ser traduzido como “mobilidade compartilhada”. Nesse caso, inclui-se apenas sistemas de *carsharing* e de *carpooling*, mas não da forma como foi abordada acima. Aqui o propósito não é fazer melhor uso de um veículo que passa muito tempo sem uso, mas sim aumentar a sua taxa de ocupação, ou seja, lotar sua capacidade de transporte (DEMAILLY e NOVEL, 2014). Nesse sentido, plataformas como Carona Fácil, Carona Online, Tripda, entre outras, que facilitam a comunicação entre ofertantes e demandantes de carona, se encaixam nessa definição.

Uma vez postas essas diferenciações dentre os bens e serviços fornecidos de forma colaborativa, uma análise segregada de seus impactos é importante para avaliar as mudanças estruturais provocadas pela colaboração. Afinal, bens diferentes pressupõem formas de colaboração distintas, o que, por sua vez, implica em impactos ambientais e sociais distintos.

### ***III.2.1 O impacto ambiental da redistribuição de bens***

Intuitivamente pensa-se que se um bem está sendo redistribuído nenhum impacto foi ou será gerado, afinal deixou-se de produzir um bem a mais, dado que o consumo se efetivou por um bem já produzido e redirecionado a outra pessoa. No entanto, uma análise mais profunda a respeito da temática mostra que a situação não é exatamente essa e que para um bem redistribuído não gerar impacto uma série de condições precisam ser respeitadas, o que nem sempre é o caso.

Demailly e Novel (2014) assinalam quatro condições fundamentais para que a redistribuição seja plenamente eficiente do ponto de vista ambiental, enumeradas abaixo.

1. O provedor do bem não precisa mais do produto e não irá comprar outro para substituí-lo.
2. O receptor do bem não precisará comprar um bem semelhante após recebê-lo.
3. O impacto ambiental do bem redistribuído está ligado principalmente à sua produção e não ao seu uso, ou seja, a extensão do seu tempo de utilização deve ter impacto positivo do ponto de vista ambiental.
4. A redistribuição, tendo sido prevista no momento da compra, leva a compra e a produção de bens cada vez mais duráveis.

Como é possível observar, as condições estipuladas são bastante restritas e, por isso, a prática da redistribuição raramente cumpre todas os requisitos necessários que a tornariam completamente ambientalmente positiva (DEMAILLY e NOVEL, 2014). Afinal, as pessoas que se livram de certos produtos, muitas vezes ainda precisam usar esses itens, mas, simplesmente, querem substituí-los pelas versões mais recentes, como ocorre muitas vezes com carros, sofás e telefones celulares.

No entanto, isso não implica que o balanço ambiental da operação é negativo, pois a capacidade de dar ou vender produtos usados não necessariamente desempenha um papel fundamental na decisão de substituí-lo, dado que muitos bens são simplesmente descartados no momento em que se decide comprar outro melhor. Além disso, o próprio estudo afirma que essas são apenas condições gerais e que uma observação mais detalhada ainda precisa ser feita, dada a complexidade da análise.

### ***III.2.2 O impacto ambiental da mutualização de bens***

Da mesma forma que ocorre com a distribuição, a intuição afirma que arrendamentos de curto prazo e empréstimos são positivos do ponto de vista ambiental, dada a esperada redução na produção de bens que agora são compartilhados. Afinal, com o compartilhamento de ferramentas, por exemplo, muito menos pessoas precisam possuir esses bens, considerados essenciais, mas cujo uso é esporádico. Além disso, como no caso acima, espera-se que na medida em que essa prática for popularizada, bens de maior durabilidade deverão ser comprados, dada a intensificação de seu uso e a possibilidade de se auferir ganhos a partir do aluguel dos mesmos.

Outro benefício apontado por Demailly e Novel (2014) advém da escala geográfica do empréstimo desses bens: como a maioria será emprestada ou arrendada a nível local, a necessidade de transporte para a efetivação das transações será minimizada, o que reduz ainda mais a pegada ecológica, devido à redução no uso de combustível. No entanto, algumas questões precisam ser avaliadas antes de considerar a prática da mutualização como benéfica para o meio ambiente.

Na análise ambiental da mutualização é necessário distinguir entre o número de bens que precisam ser produzidos e a quantidade de recursos que serão utilizados. Afinal, se um sistema de mutualização divide pela metade a vida útil de um bem, devido a uma duplicação da intensidade do uso, não há redução na produção de bens (DEMAILLY e NOVEL, 2014). No entanto, em uma economia que recicla 100% dos seus produtos (e com um aproveitamento de 100% do bem reciclado), haveria uma redução pela metade da quantidade de recursos naturais que devem ser utilizados.

Dessa forma, o impacto ambiental da mutualização não depende apenas da durabilidade das mercadorias, no sentido da sua vida útil, mas também da durabilidade dos recursos utilizados e da reciclagem realizada pela sociedade. Será que os modelos de mutualização atuais, que foram desenvolvidos especialmente para livros, DVDs e ferramentas, cumprem estas condições? São modelos que coordenam localização geográfica, bens de boa durabilidade e reciclagem eficiente?

No quesito proximidade geográfico é possível afirmar que sim, dado que a maioria das plataformas atuais buscam justamente coordenar ações de empréstimo e aluguel entre vizinhos de rua ou, no máximo, de bairro. Contudo, no que diz respeito à reciclagem e a um aumento da propensão a comprar bens com maior durabilidade, na expectativa de auferir ganhos monetários com a colaboração, serão necessários outros estudos.

### ***III.2.3 O impacto ambiental da “mobilidade compartilhada”***

No que diz respeito ao impacto ambiental da introdução de práticas de compartilhamento de veículos, Demailly e Novel (2014) mencionam que, na Europa, um carro compartilhado a partir de esquemas de *carsharing* chega a substituir de 4 a 8 veículos particulares, significando que o uso colaborativo de veículos tem um peso relevante no tráfego urbano. Em termos ambientais, no entanto, caso isso signifique que

houve uma intensificação do uso de carros, essa substituição não significará necessariamente um impacto ambiental positivo. Demailly e Novel (2014) apontam duas condições necessárias para se fazer tal análise.

1. O carro compartilhado tem maior durabilidade, ou seja, se por um lado é usado quatro vezes mais, por outro ele tem uma vida útil quatro vezes maior.
2. Os usuários não usam o carro compartilhado para "consumir mais" o veículo, ou seja, viajar mais de carro.

Naturalmente, não se espera que a durabilidade dos carros compartilhados seja quatro vezes maior do que aquela dos carros particulares. Dessa forma, a primeira condição já não foi respeitada. No que diz respeito à segunda, um carro compartilhado, com efeito, não é usado da mesma maneira como um veículo particular. Segundo Demailly e Novel (2014), o perfil típico do usuário de *carsharing* é um morador urbano que, devido à existência do serviço, pode querer não possuir um carro e ir para o trabalho através de transporte público, utilizando um veículo compartilhado para viajar, por exemplo, reduzindo a pegada ecológica.

Uma pesquisa realizada na França sobre o compartilhamento de carros acusou uma diminuição no número de quilômetros percorridos de quase 50% após a introdução da prática. O motivo desse resultado é que, embora às vezes eles podem entrar em concorrência com o transporte público, sistemas de *carsharing*, em geral, o complementam (DEMAILLY e NOVEL, 2014). Contudo, reduzir para metade o número de quilômetros percorridos de automóvel por si só não garante um impacto ambiental positivo. Afinal, o próprio uso do carro já é danoso para o meio ambiente. Por isso, deve-se sempre objetivar uma melhoria do transporte público e o desenvolvimento de veículos mais amigáveis ao meio ambiente.

### **III.3 PASSOS NECESSÁRIOS PARA CONSTRUÇÃO DE UM MUNDO SUSTENTÁVEL A PARTIR DE UM VIÉS COLABORATIVO**

Como foi possível observar na seção anterior, o debate a respeito da sustentabilidade da economia colaborativa é muito mais complexo do que parece. Diversas das práticas tradicionalmente apontadas pelo setor como sustentáveis apenas o

são na sua superfície, dado que um olhar mais atento consegue perceber as dificuldades econômicas por trás dessas iniciativas que impedem um impacto ambiental positivo.

Para que muitas das práticas abordadas na seção anterior sejam consideradas sustentáveis, é necessário que elas sejam integradas com iniciativas de reciclagem e, também, com a circulação de bens com maior durabilidade. A primeira condição torna-se mais viável se uma integração com o poder público for articulada, dada a necessidade de uma reorganização da forma como geramos resíduo. Já o segundo ponto é mais difícil de acontecer, pensando em um mundo em que a obsolescência programada é regra<sup>27</sup>.

Enquanto o modo como a economia colaborativa se articula, ou seja, através do empreendedorismo e das iniciativas individuais, não mudar para incluir governos em uma articulação a nível global ou, no mínimo, nacional, uma real mudança em termos de sustentabilidade é difícil de acontecer. O foco permanece geralmente limitado à colaboração individual (*peer-to-peer*) e às iniciativas locais<sup>28</sup>.

Raramente os defensores da economia colaborativa discutem a criação de um sistema de colaboração e redistribuição que opere em uma escala de global ou nacional, usando dos governos para instituir formas mais transformadoras de colaboração econômica. Afinal, se a sociedade entende como necessário o apoio a diferentes modos de colaboração e deseja criar um sistema econômico mais equitativo e sustentável, é necessário ampliar significativamente a nossa compreensão e interpretação da economia colaborativa.

Essa necessidade fica evidente ao se considerar que mesmo que todas as empresas operem a partir de um sistema econômico colaborativo, é a política governamental que determina políticas de clima, meio ambiente, reciclagem, etc. No entanto, aceitar isso não é negar o potencial real da colaboração para ajudar a fortalecer as comunidades, reduzir a taxa de recursos que são consumidos e criar retornos financeiros a um baixo custo marginal, mas, sim, entender como ela pode ser mais eficiente.

---

<sup>27</sup> Fonte: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/obsolescencia-programada-os-produtos-sao-feitos-para-durar-pouco-778525.shtml>

<sup>28</sup> Fonte: <http://www.sharing.org/information-centre/articles/global-justice-sustainability-and-sharing-economy>

É evidente que a crise global de sustentabilidade não pode ser solucionada até o que os problemas estruturais, que são responsáveis por criar desigualdades, sejam totalmente superados. Uma série de reformas são necessárias para reconfigurar o modo como os países produzem, extraem, distribuem e consomem e, por isso, as soluções apresentadas pela economia colaborativa devem sair do escopo individual para atingir toda sociedade.

## CONCLUSÃO

Em suma, é possível observar que o debate acerca dos prós e contras da economia colaborativa é complexo. Afinal, ela se desdobra em diversas práticas distintas e de viés totalmente diferente. Algumas têm foco na redistribuição dos bens dos consumidores e, por isso, promovem uma nova forma de mercado secundário que opera via internet e aplicativos, valorizando a facilidade de se comunicar através dos mesmos.

Outras buscam estimular a utilização de bens duráveis ou imóveis de forma intensiva. A ideia por trás dessas plataformas é a facilitação do aluguel de bens desse gênero e o subsequente barateamento dos mesmos. O exemplo inovador nesse caso foi a Zipcar, que disponibilizou o aluguel de veículos de forma nunca antes vista.

Os chamados Bancos de Tempo constituem um terceiro gênero de plataformas colaborativas. Seu objetivo, não entanto, não se encontra ligado a qualquer tipo de redistribuição ou aluguel de bens, agindo sobre a troca de serviços e conhecimentos entre a sociedade e estimulando ainda mais a interconexão digital entre indivíduos.

A divisão de espaço proposta pela colaboração permite o surgimento de pequenas iniciativas que, antes, não possuíam os meios para existir. Quando aplicados no ambiente de trabalho, o compartilhamento de espaços é chamado de *co-working*, comum entre grupos do meio criativo.

As subdivisões acima propostas foram elaboradas a partir da perspectiva da autora americana Juliet Schor. No entanto, outra expoente do tema, Rachel Botsman, adiciona outra subclassificação da economia colaborativa que ajuda a entender a mudança que o movimento propõe: iniciativas que buscam a criação de verdadeiros estilos de vida colaborativos.

Argumenta ela que a ascensão do consumo colaborativo busca trazer para o debate a ideia de que as diversas práticas colaborativas que estão surgindo não supõem apenas uma mudança na organização econômica da sociedade, mas, também, no modo como o dia a dia de cada um é vivido. Afinal, não são apenas bens tangíveis como carros,



bicicletas, ferramentas de trabalho, etc. que podem ser trocados ou compartilhados. Experiências, tempo, habilidades e espaço são bens igualmente valiosos e que compõem essa categoria intitulada estilos de vida colaborativo.

No entanto, em meio a todas essas subclassificações, a distinção entre plataformas pró-lucro e aquelas não-lucrativas é a que mais ajuda a observar a diversidade de iniciativas dentro do escopo colaborativo. Se, de um lado, tem-se grandes empresas como Uber, Lyft e Airbnb (que até superou grandes redes de hotéis como o Hilton em número de hóspedes anual), de outro, diversas iniciativas de viés alternativo traçam um panorama do real potencial disruptivo da economia colaborativa frente à forma tradicional de organização do mercado.

Conforme coloca Abramovay (2014, p.2-3), “é bem verdade que a economia colaborativa contemporânea se apoia sobre dispositivos pertencentes a algumas das maiores corporações globais (Google, Amazon, Facebook, Tweeter, Alibaba, Baidu, entre outros). Não é menos certo também que grandes corporações globais estão obtendo lucros extraordinários com base na cooperação social impulsionada por empresas como as mencionados Airbnb, Uber e outros dispositivos de compartilhamento em rede pertencentes aos gigantes da internet”.

Existe uma preocupação crescente por parte da academia e de organizações não-governamentais com a mercantilização dos processos colaborativos que, entendendo sua impotência diante da expansão da colaboração, debatem sobre formas de se implementar medidas regulatórias (ABRAMOVAY, 2014). Enquanto os defensores da prática argumentam que a total desregulamentação é a solução, uma mudança maior da economia para o lado colaborativo, no sentido de um aumento da parcela econômica representada por iniciativas do gênero, pode colocar diversos trabalhadores em uma situação complicada.

Esta desvantagem da colaboração precisa ser levada a sério, mas isso não significa que a estrutura regulatória corrente seja capaz de dar conta dela. Muitos regulamentos existentes devem ser alterados, visto que o raciocínio através do qual eles foram originalmente concebidos e as questões para as quais se endereçavam se tornaram obsoletas. Contudo, não faz sentido isentar essencialmente segmentos inteiros de negócio

a partir de regras de segurança ou impostos só porque eles fornecem seus serviços através da internet.

Naturalmente, a solução também não é punir inovações através de regimes regulatórios antiquados. Por isso, a necessidade de se pensar em formas de normatizar a colaboração que consigam distinguir entre práticas que visam ao lucro das demais e, também, os diferentes tipos de colaboração possíveis, criando regras distintas para cada uma, é urgente.

Afinal, no cenário que se tem atualmente, grandes barreiras à entrada estão sendo criadas entre as práticas colaborativas e as demais. O fato de não haver regras de conduta e de impostos para a colaboração a coloca em um patamar de competição distinto das práticas tradicionais (com a presença do Airbnb, esses impostos podem fazer falta para determinadas cidades cuja coleta provém, principalmente, dos hotéis).

Os pesquisadores que defendem a desregulamentação da economia colaborativa argumentam que essa seria a melhor solução para seu estabelecimento definitivo como forma de organização econômica. Entendem que qualquer tentativa de normatizá-la poderia acabar com a colaboração, que é fundamental para se solucionar a crise de sustentabilidade enfrentada atualmente.

A crença de que a economia colaborativa é sustentável é comum entre as pessoas que atuam no meio. No entanto, como foi possível observar neste trabalho, essa alegação nem sempre reflete a realidade da colaboração. Se, por um lado, ela realmente promove a recirculação de bens, que de outra forma seriam descartados, e a utilização intensiva de espaços já constituídos, barateando o custo de ambos e garantindo uma redução no desperdício, por outro, a própria redução de custos pode ter como consequência um redirecionamento da renda para o consumo de outros bens.

Conforme comenta Juliet Schor (2014), para avaliarmos o real impacto ambiental da colaboração é necessário considerar seus efeitos em cascata. O que o vendedor ou o anfitrião faz com o dinheiro ganho? Ele pode usar o dinheiro para comprar produtos de alto impacto. Será que o aparecimento de um mercado de bens usados levará as pessoas a comprar mais coisas novas que pretendem vender mais tarde? Se a viagem torna-se menos cara, devido à possibilidade de se hospedar de forma menos custosa, as pessoas

viajam mais? Todos estes efeitos aumentam a pegada ecológica e distancia a colaboração da sustentabilidade.

Há também a questão dos impactos no nível da economia como um todo. As plataformas estão criando novos mercados que expandem o volume de comércio e aumentam o poder de compra. As empresas maiores, com fins lucrativos, estão reivindicando seu espaço para gerar negócios substanciais e renda para seus fornecedores. Se assim for, não estaria a economia colaborativa propensa à criação de atividade econômica que não teria existido de outra forma? Para responder a perguntas como essa, no entanto, novos estudos precisam ser realizados, dado que nenhum, até o momento, é capaz de contemplar o real impacto ambiental da colaboração.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo. *A economia híbrida do século XXI. De baixo pra cima*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

BELK, R. *Why not share rather than own?* The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611(1), 126-140, 2007.

BELK, R. *Sharing*. Journal of consumer research, 36(5), 715-734, 2009.

BOTSMAN, R. & ROGERS, R. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BRACHYA, V. E COLLINS, L. *The sharing economy and sustainability*. Urban Sustainability Project, 2016. Disponível em: <http://www.ukayamut.com/wp-content/uploads/2016/02/the-sharing-economy-and-sustainability-feb-7-2016.pdf>

Acesso em: 18/07/2016

DEMAILLY, D., NOVEL, A.-S. *The sharing economy: make it sustainable*, Studies N°03/14, IDDRI, Paris, France, 2014.

DUBOIS, A., SCHOR, J., CARFAGNA, L. *New Cultures of connection in a Boston time bank. Sustainable Lifestyles and the quest for plenitude. Case studies of the new economy*. Capítulo 3, Yale University Press, New Haven, p. 95-124, 2014. ISBN: 978-0-300-19232-2

FREITAS, Paulo S. *Quem ganha e quem perde com a liberação dos táxis?* Disponível em: <http://www.brasil-economia-governo.org.br/wp-content/uploads/2015/07/quem-ganha-e-quem-perde-com-a-liberacao-dos-taxis.pdf> Acesso em: 18/07/2016

GOLDMAN, E. *The reputation society: how online opinions are reshaping the offline world*, MIT Press, Massachusetts, 2011.

HALL, Jonathan V. e KRUEGER, Alan B. *An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States*. Working Paper (Princeton University. Industrial Relations Section) 587, 2015.

HEINRICHS, H. *Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability*. GAIA 22/4, p.228– 231, Munique, Alemanha, 2013.

JONSSON, P. *Capturing the Elusive Simplifier*. Goteborg: Goteborg University School of Business, Economics and Law, Center for Consumer Science, 2006.

KATARZYNA, G. *Framing the collaborative economy*. Institute for Ecological Economics. Vienna University of Economics and Business. Working Paper Series, N°11, 2016.

KOOPMAN, C. *The sharing economy and consumer protection regulation; the case for policy change*. The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law. Volume 8, Issue 2, 2015.

MARTIN, Chris, J. *The sharing economy: a pathway to sustainability or a new nightmarish form of neoliberalism?* Ecological Economics, volume 121, p.149–159, 2015.

MENEZES, U. *Consumo colaborativo: relação entre confiança e cooperação*. Revista Metropolitana de Sustentabilidade. Volume 5, número 2. ISSN: 2318-3233

MOORHOUSE, John C. Consumer Protection Regulation and Information on the Internet. *The Half-Life of Policy Rationales: How New Technology Affects Old Policy*, 139–40 (Fred E. Foldvary & Daniel B. Klein eds., Cato Inst.), New York, 2003.

MOROZOV, E. *The 'sharing economy' undermines workers rights*. Disponível em: <http://evgenymorozov.tumblr.com/post/64038831400/the-sharing-economy-undermines-workers-rights>. Acesso em: 17/07/2016

ORGANIZAÇÃO DE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE) FÓRUM INTERNACIONAL DE TRANSPORTE (ITF), *App-based ride and taxi services: principles for regulation*. *Corporate Partnership Board Report*, 2016.

PRICE, John A. *Sharing: The Integration of Intimate Economics*, Anthropologica, 17 (1), 3–27, 1975

ROPKE, I. *The dynamics of willingness to consume*. Ecological Economics, 28, 399-420, 1999.

SCHOR, Juliet. *Debating the sharing economy. A Great Transition Initiative Essay*, outubro de 2014. Disponível em: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> Acesso em: 17/06/2016

SUNDARARAJAN, A & COHEN, M. *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy*. The University of Chicago Law Review, Dialogue 116, 2015.

USDN, SCORAI, & One Earth. *Eugene Memorandum: The role of cities in advancing sustainable consumption*. Sustainability: Science, Practice, & Policy 11(1): 1-4. Disponível em: <http://archives/vol11iss1/editorial.eugene.html>. Acesso em: 19/07/2016