

**Análise das plataformas de compartilhamento online e de suas práticas colaborativas**

**Análisis de las plataformas de compartir en línea y sus prácticas de colaboración**

**Analysis of online sharing platforms and their collaborative practices**

**Sergio Amadeu da Silveira**

Professor Doutor da Universidade Federal do ABC - Brasil  
Contato: samadeu@riseup.net

**Joyce Ariane de Souza**

Doutoranda em Ciências Humanas e Sociais na Universidade Federal do ABC - Brasil  
Contato: joyce.souzaa@gmail.com

**Debora Franco Machado**

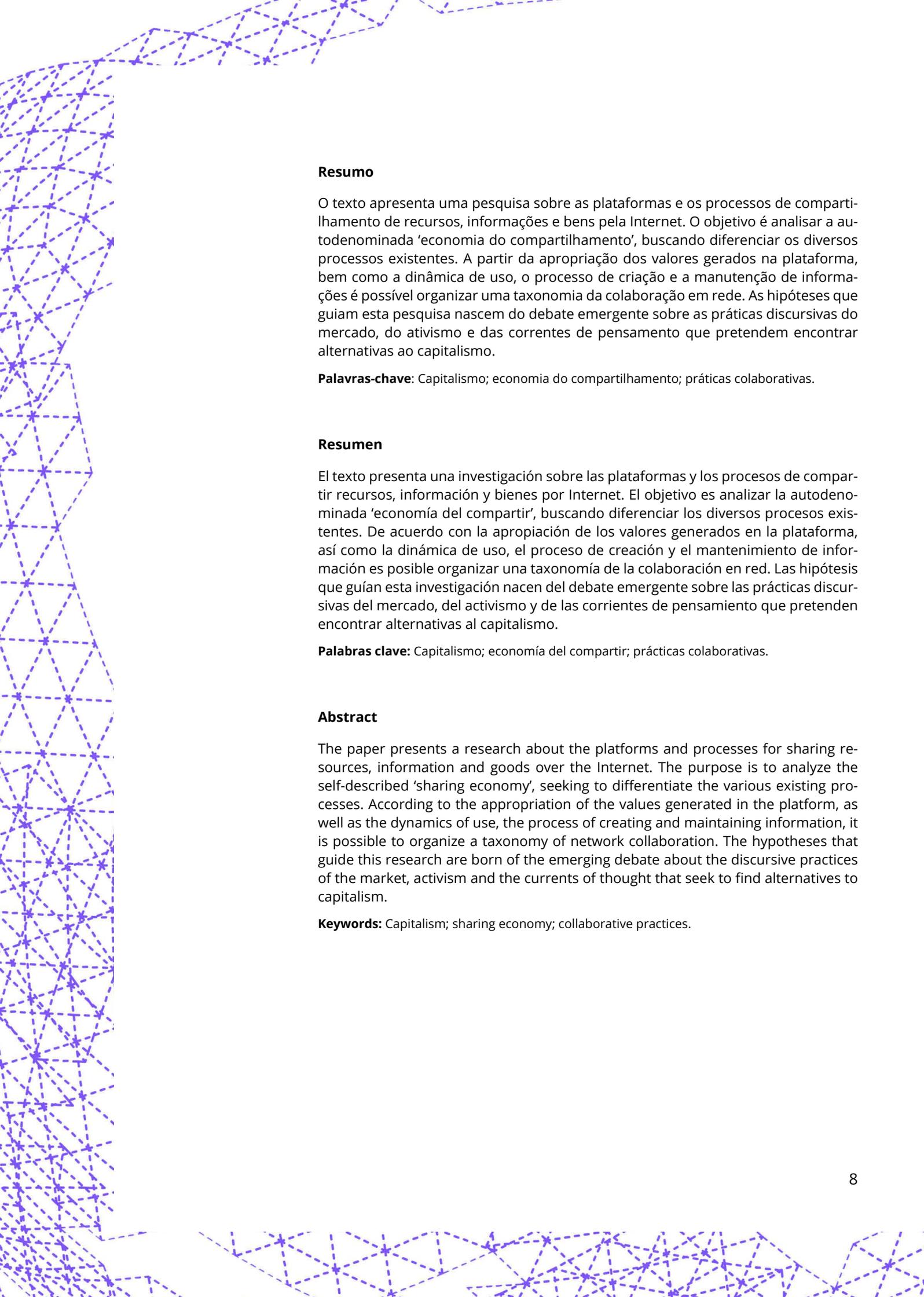
Mestranda em Ciências Humanas e Sociais na Universidade Federal do ABC- Brasil  
Contato: deborafmachado@gmail.com

**Carla Oliveira Santos**

Mestranda em Ciências Humanas e Sociais na Universidade Federal do ABC- Brasil  
Contato: carla.olivei@gmail.com

**Artigo submetido em 28/09/2017**

**Aprovado em 25/10/2017**



### Resumo

O texto apresenta uma pesquisa sobre as plataformas e os processos de compartilhamento de recursos, informações e bens pela Internet. O objetivo é analisar a autodenominada 'economia do compartilhamento', buscando diferenciar os diversos processos existentes. A partir da apropriação dos valores gerados na plataforma, bem como a dinâmica de uso, o processo de criação e a manutenção de informações é possível organizar uma taxonomia da colaboração em rede. As hipóteses que guiam esta pesquisa nascem do debate emergente sobre as práticas discursivas do mercado, do ativismo e das correntes de pensamento que pretendem encontrar alternativas ao capitalismo.

**Palavras-chave:** Capitalismo; economia do compartilhamento; práticas colaborativas.

### Resumen

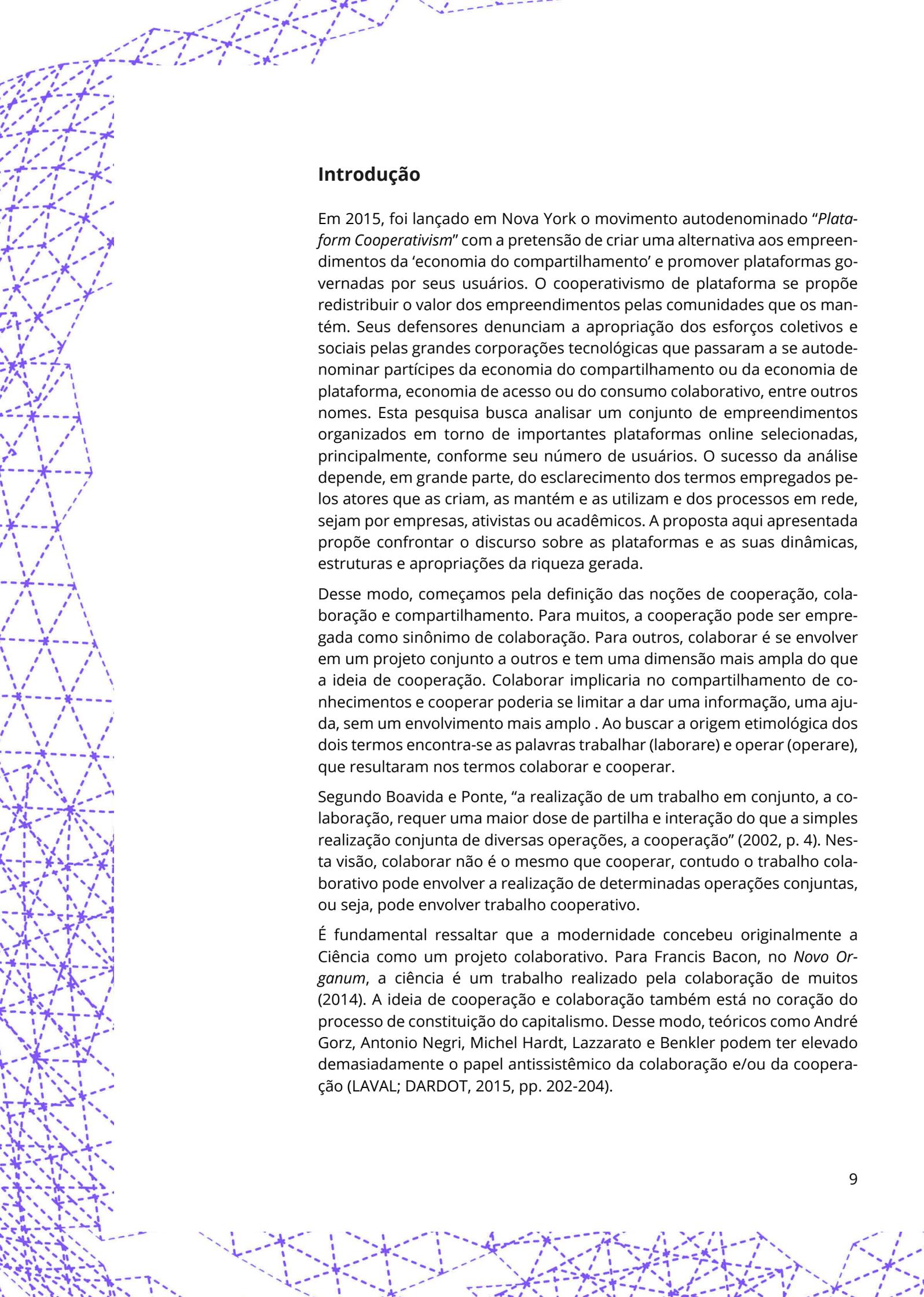
El texto presenta una investigación sobre las plataformas y los procesos de compartir recursos, información y bienes por Internet. El objetivo es analizar la autodenominada 'economía del compartir', buscando diferenciar los diversos procesos existentes. De acuerdo con la apropiación de los valores generados en la plataforma, así como la dinámica de uso, el proceso de creación y el mantenimiento de información es posible organizar una taxonomía de la colaboración en red. Las hipótesis que guían esta investigación nacen del debate emergente sobre las prácticas discursivas del mercado, del activismo y de las corrientes de pensamiento que pretenden encontrar alternativas al capitalismo.

**Palabras clave:** Capitalismo; economía del compartir; prácticas colaborativas.

### Abstract

The paper presents a research about the platforms and processes for sharing resources, information and goods over the Internet. The purpose is to analyze the self-described 'sharing economy', seeking to differentiate the various existing processes. According to the appropriation of the values generated in the platform, as well as the dynamics of use, the process of creating and maintaining information, it is possible to organize a taxonomy of network collaboration. The hypotheses that guide this research are born of the emerging debate about the discursive practices of the market, activism and the currents of thought that seek to find alternatives to capitalism.

**Keywords:** Capitalism; sharing economy; collaborative practices.



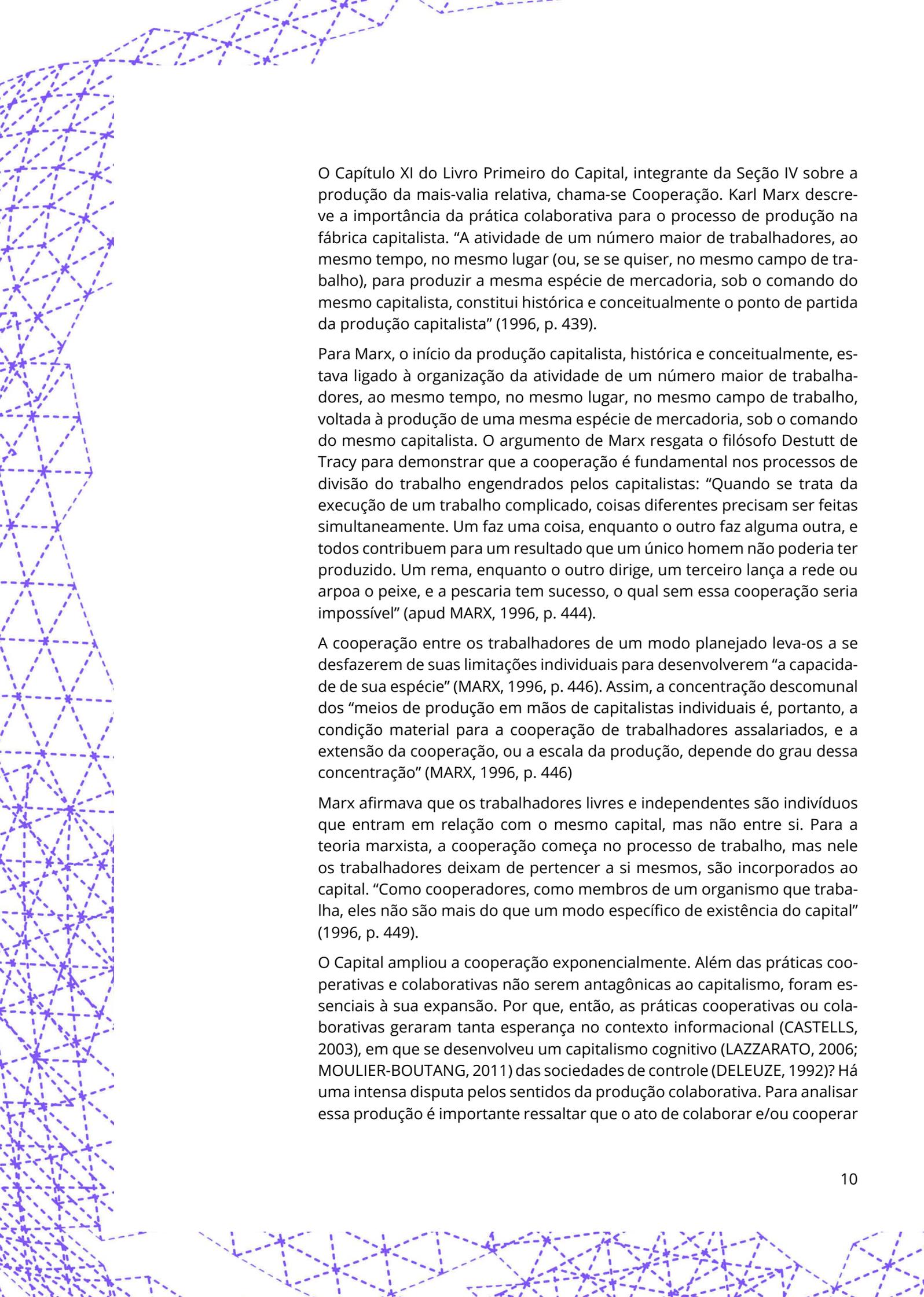
## Introdução

Em 2015, foi lançado em Nova York o movimento autodenominado "*Platform Cooperativism*" com a pretensão de criar uma alternativa aos empreendimentos da 'economia do compartilhamento' e promover plataformas governadas por seus usuários. O cooperativismo de plataforma se propõe redistribuir o valor dos empreendimentos pelas comunidades que os mantêm. Seus defensores denunciam a apropriação dos esforços coletivos e sociais pelas grandes corporações tecnológicas que passaram a se autodenominar partícipes da economia do compartilhamento ou da economia de plataforma, economia de acesso ou do consumo colaborativo, entre outros nomes. Esta pesquisa busca analisar um conjunto de empreendimentos organizados em torno de importantes plataformas online selecionadas, principalmente, conforme seu número de usuários. O sucesso da análise depende, em grande parte, do esclarecimento dos termos empregados pelos atores que as criam, as mantêm e as utilizam e dos processos em rede, sejam por empresas, ativistas ou acadêmicos. A proposta aqui apresentada propõe confrontar o discurso sobre as plataformas e as suas dinâmicas, estruturas e apropriações da riqueza gerada.

Desse modo, começamos pela definição das noções de cooperação, colaboração e compartilhamento. Para muitos, a cooperação pode ser empregada como sinônimo de colaboração. Para outros, colaborar é se envolver em um projeto conjunto a outros e tem uma dimensão mais ampla do que a ideia de cooperação. Colaborar implicaria no compartilhamento de conhecimentos e cooperar poderia se limitar a dar uma informação, uma ajuda, sem um envolvimento mais amplo. Ao buscar a origem etimológica dos dois termos encontra-se as palavras trabalhar (*laborare*) e operar (*operare*), que resultaram nos termos colaborar e cooperar.

Segundo Boavida e Ponte, "a realização de um trabalho em conjunto, a colaboração, requer uma maior dose de partilha e interação do que a simples realização conjunta de diversas operações, a cooperação" (2002, p. 4). Nesta visão, colaborar não é o mesmo que cooperar, contudo o trabalho colaborativo pode envolver a realização de determinadas operações conjuntas, ou seja, pode envolver trabalho cooperativo.

É fundamental ressaltar que a modernidade concebeu originalmente a Ciência como um projeto colaborativo. Para Francis Bacon, no *Novo Organum*, a ciência é um trabalho realizado pela colaboração de muitos (2014). A ideia de cooperação e colaboração também está no coração do processo de constituição do capitalismo. Desse modo, teóricos como André Gorz, Antonio Negri, Michel Hardt, Lazzarato e Benkler podem ter elevado demasiadamente o papel antissistêmico da colaboração e/ou da cooperação (LAVAL; DARDOT, 2015, pp. 202-204).



O Capítulo XI do Livro Primeiro do Capital, integrante da Seção IV sobre a produção da mais-valia relativa, chama-se Cooperação. Karl Marx descreve a importância da prática colaborativa para o processo de produção na fábrica capitalista. “A atividade de um número maior de trabalhadores, ao mesmo tempo, no mesmo lugar (ou, se se quiser, no mesmo campo de trabalho), para produzir a mesma espécie de mercadoria, sob o comando do mesmo capitalista, constitui histórica e conceitualmente o ponto de partida da produção capitalista” (1996, p. 439).

Para Marx, o início da produção capitalista, histórica e conceitualmente, estava ligado à organização da atividade de um número maior de trabalhadores, ao mesmo tempo, no mesmo lugar, no mesmo campo de trabalho, voltada à produção de uma mesma espécie de mercadoria, sob o comando do mesmo capitalista. O argumento de Marx resgata o filósofo Destutt de Tracy para demonstrar que a cooperação é fundamental nos processos de divisão do trabalho engendrados pelos capitalistas: “Quando se trata da execução de um trabalho complicado, coisas diferentes precisam ser feitas simultaneamente. Um faz uma coisa, enquanto o outro faz alguma outra, e todos contribuem para um resultado que um único homem não poderia ter produzido. Um rema, enquanto o outro dirige, um terceiro lança a rede ou arpoa o peixe, e a pescaria tem sucesso, o qual sem essa cooperação seria impossível” (apud MARX, 1996, p. 444).

A cooperação entre os trabalhadores de um modo planejado leva-os a se desfazerem de suas limitações individuais para desenvolverem “a capacidade de sua espécie” (MARX, 1996, p. 446). Assim, a concentração descomunal dos “meios de produção em mãos de capitalistas individuais é, portanto, a condição material para a cooperação de trabalhadores assalariados, e a extensão da cooperação, ou a escala da produção, depende do grau dessa concentração” (MARX, 1996, p. 446)

Marx afirmava que os trabalhadores livres e independentes são indivíduos que entram em relação com o mesmo capital, mas não entre si. Para a teoria marxista, a cooperação começa no processo de trabalho, mas nele os trabalhadores deixam de pertencer a si mesmos, são incorporados ao capital. “Como cooperadores, como membros de um organismo que trabalha, eles não são mais do que um modo específico de existência do capital” (1996, p. 449).

O Capital ampliou a cooperação exponencialmente. Além das práticas cooperativas e colaborativas não serem antagônicas ao capitalismo, foram essenciais à sua expansão. Por que, então, as práticas cooperativas ou colaborativas geraram tanta esperança no contexto informacional (CASTELLS, 2003), em que se desenvolveu um capitalismo cognitivo (LAZZARATO, 2006; MOULIER-BOUTANG, 2011) das sociedades de controle (DELEUZE, 1992)? Há uma intensa disputa pelos sentidos da produção colaborativa. Para analisar essa produção é importante ressaltar que o ato de colaborar e/ou cooperar



nos remete a pelo menos duas noções fundamentais: compartilhamento (de conhecimentos, de recursos etc.) e ao processo de trabalho coletivo.

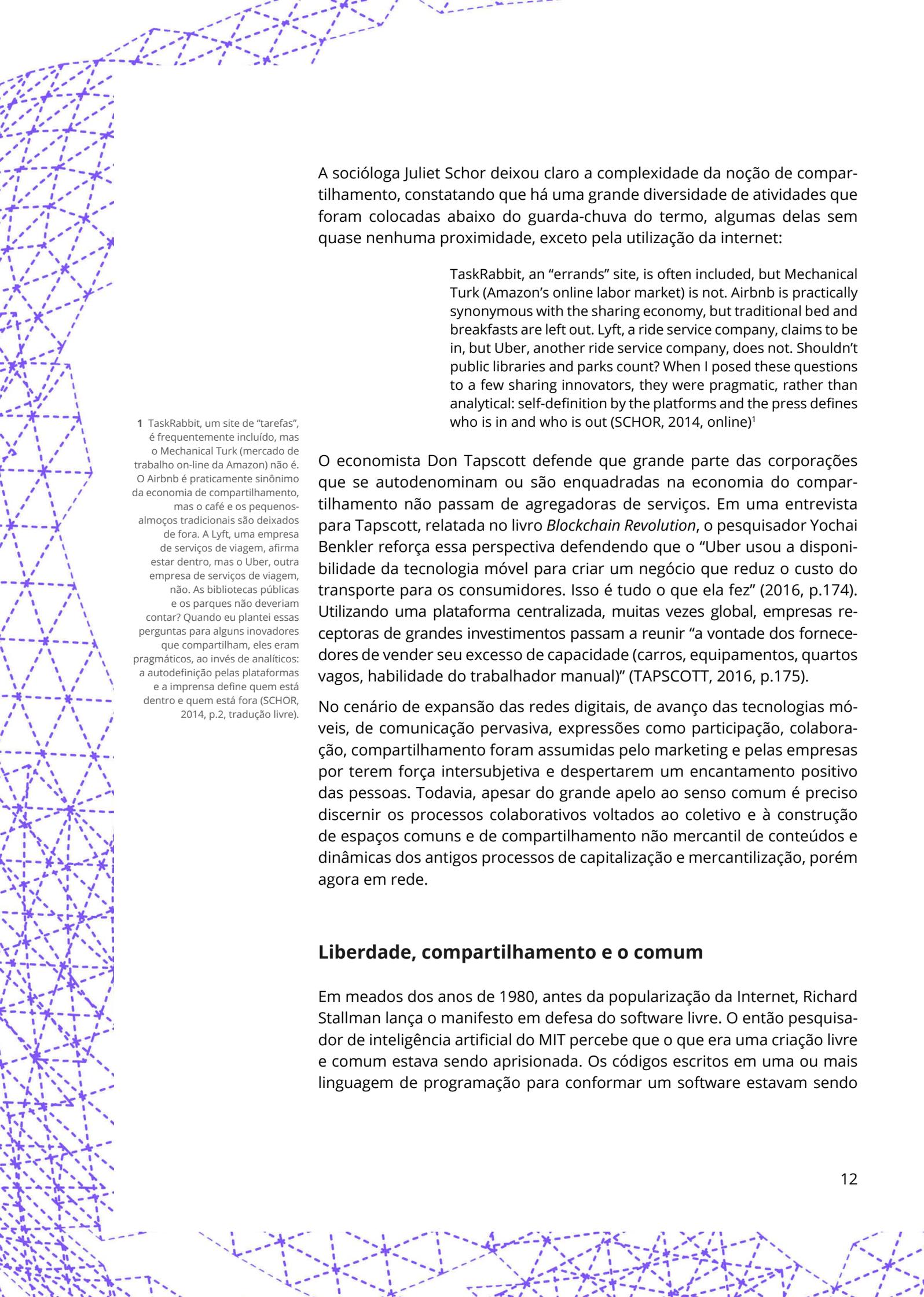
Para Stacco Troncoso (2016), a economia colaborativa baseada na operação *peer-to-peer* (colaboração par-a-par) presentes nas redes digitais apontam para duas formas principais: a *peer-to-peer "in common"*, que reúne pessoas em torno de um objeto comum (por exemplo: software livre), compartilhado, mantido e defendido por uma comunidade e a "netarchic capitalism", que permite a criação de um mercado pela extração direta do valor resultante da cooperação humana e da produção comum de pares, sem passar pela remuneração do trabalho.

Trebor Scholz, artista e teórico da mídia, escreveu *Plataform cooperativism: challenging the corporate sharing economy*, texto em que afirma vivermos em um capitalismo de plataforma e em uma economia do compartilhamento. "Tomou um tempo para reconhecer que a economia do compartilhamento era na verdade uma economia de serviços sob demanda que foi iniciada para monetizar serviços que antes eram privados." (2016, p. 17).

Trebor cita o pesquisador canadense Tom Slee: "Muitas pessoas bem-intencionadas sofrem de uma fé equivocada nas habilidades intrínsecas da Internet de promover comunidades igualitárias e confiança e, assim, inadvertidamente ajudaram e incitaram essa acumulação de fortuna privada e a construção de novas formas exploradoras de emprego" (apud SCHOLZ, 2016, p. 22). Trebor denuncia a chamada "economia do compartilhamento", retratada como um prenúncio para a sociedade pós-trabalho e de um mundo de grandes plataformas que organizariam nossas necessidades.

A economia do compartilhamento baseada em plataformas traria formas jurássicas de trabalho, além de desencadear uma máquina de destruição de direitos dos trabalhadores, em especial, dos mais velhos, espalhando a precarização das condições de vida e de trabalho. Para Trebor, a maior expressão da 'economia do compartilhamento' é a plataforma UBER. Douglas Rushkoff, na mesma direção, indica que em vez de criarmos empreendimentos de fato distribuídos e distributivos estaríamos apenas colocando a sociedade industrial em esteroides, gerando formas mais extremas de exploração. Um exemplo disso é a plataforma da Amazon de microtrabalhos chamada *Mechanical Turk* (2016).

Em um estudo exploratório sobre as plataformas cooperativas em território europeu, apresentado na *International Social Innovation Research Conference*, em Glasgow, em 2016, relatou-se que os termos "compartilhamento" ou "economia colaborativa" são usados "para se referir a um amplo e variado grupo de experiências que, de diferentes maneiras e setores, promovem o uso de plataformas digitais para conectar grupos distribuídos de pessoas e permitir-lhes trocar, compartilhar recursos ou colaborar de diferentes maneiras" (COMO et al, 2016, p. 1).



A socióloga Juliet Schor deixou claro a complexidade da noção de compartilhamento, constatando que há uma grande diversidade de atividades que foram colocadas abaixo do guarda-chuva do termo, algumas delas sem quase nenhuma proximidade, exceto pela utilização da internet:

TaskRabbit, an “errands” site, is often included, but Mechanical Turk (Amazon’s online labor market) is not. Airbnb is practically synonymous with the sharing economy, but traditional bed and breakfasts are left out. Lyft, a ride service company, claims to be in, but Uber, another ride service company, does not. Shouldn’t public libraries and parks count? When I posed these questions to a few sharing innovators, they were pragmatic, rather than analytical: self-definition by the platforms and the press defines who is in and who is out (SCHOR, 2014, online)<sup>1</sup>

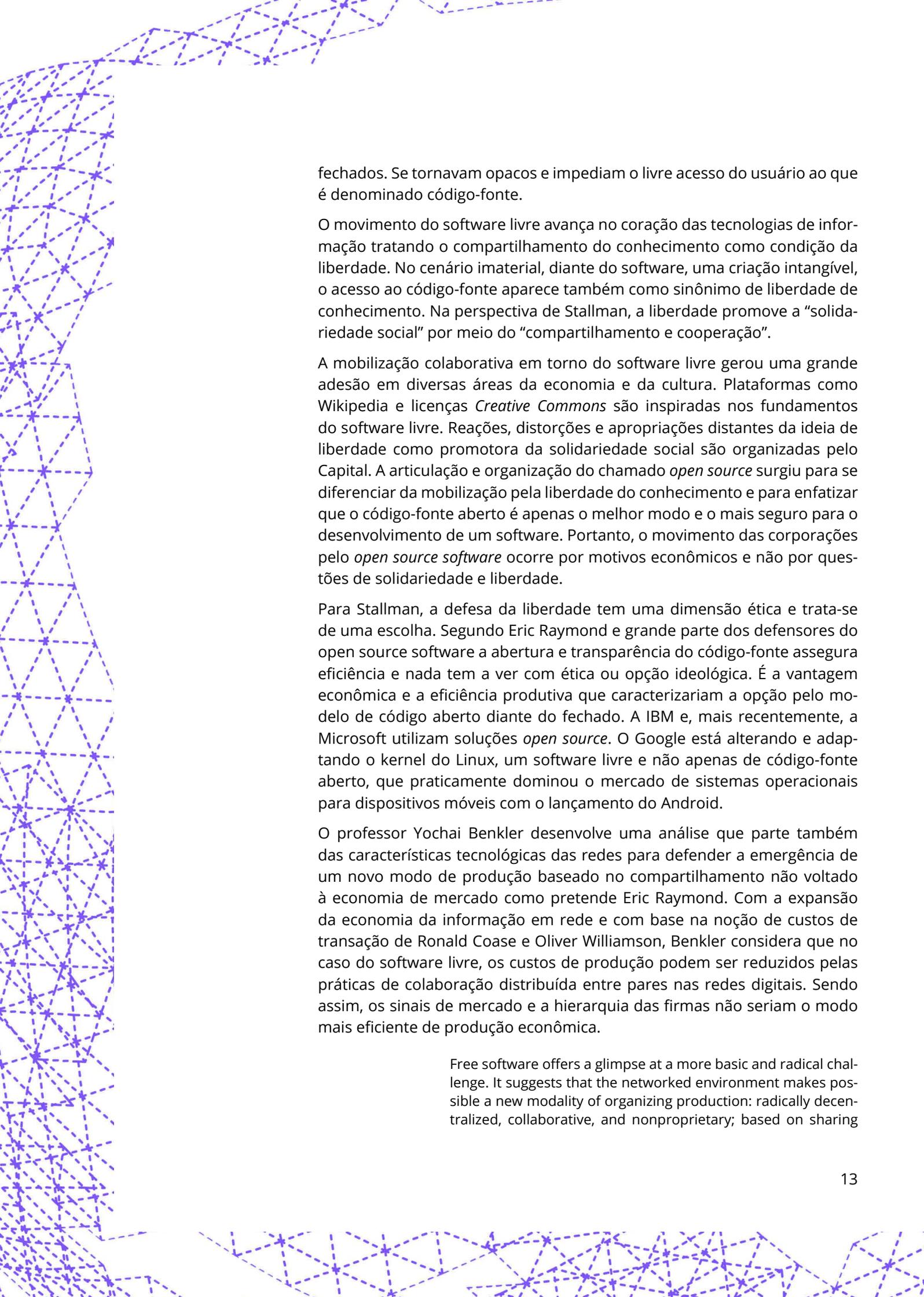
<sup>1</sup> TaskRabbit, um site de “tarefas”, é frequentemente incluído, mas o Mechanical Turk (mercado de trabalho on-line da Amazon) não é. O Airbnb é praticamente sinônimo da economia de compartilhamento, mas o café e os pequenos-almoços tradicionais são deixados de fora. A Lyft, uma empresa de serviços de viagem, afirma estar dentro, mas o Uber, outra empresa de serviços de viagem, não. As bibliotecas públicas e os parques não deveriam contar? Quando eu plantei essas perguntas para alguns inovadores que compartilham, eles eram pragmáticos, ao invés de analíticos: a autodefinição pelas plataformas e a imprensa define quem está dentro e quem está fora (SCHOR, 2014, p.2, tradução livre).

O economista Don Tapscott defende que grande parte das corporações que se autodenominam ou são enquadradas na economia do compartilhamento não passam de agregadoras de serviços. Em uma entrevista para Tapscott, relatada no livro *Blockchain Revolution*, o pesquisador Yochai Benkler reforça essa perspectiva defendendo que o “Uber usou a disponibilidade da tecnologia móvel para criar um negócio que reduz o custo do transporte para os consumidores. Isso é tudo o que ela fez” (2016, p.174). Utilizando uma plataforma centralizada, muitas vezes global, empresas receptoras de grandes investimentos passam a reunir “a vontade dos fornecedores de vender seu excesso de capacidade (carros, equipamentos, quartos vagos, habilidade do trabalhador manual)” (TAPSCOTT, 2016, p.175).

No cenário de expansão das redes digitais, de avanço das tecnologias móveis, de comunicação pervasiva, expressões como participação, colaboração, compartilhamento foram assumidas pelo marketing e pelas empresas por terem força intersubjetiva e despertarem um encantamento positivo das pessoas. Todavia, apesar do grande apelo ao senso comum é preciso discernir os processos colaborativos voltados ao coletivo e à construção de espaços comuns e de compartilhamento não mercantil de conteúdos e dinâmicas dos antigos processos de capitalização e mercantilização, porém agora em rede.

## **Liberdade, compartilhamento e o comum**

Em meados dos anos de 1980, antes da popularização da Internet, Richard Stallman lança o manifesto em defesa do software livre. O então pesquisador de inteligência artificial do MIT percebe que o que era uma criação livre e comum estava sendo aprisionada. Os códigos escritos em uma ou mais linguagem de programação para conformar um software estavam sendo



fechados. Se tornavam opacos e impediam o livre acesso do usuário ao que é denominado código-fonte.

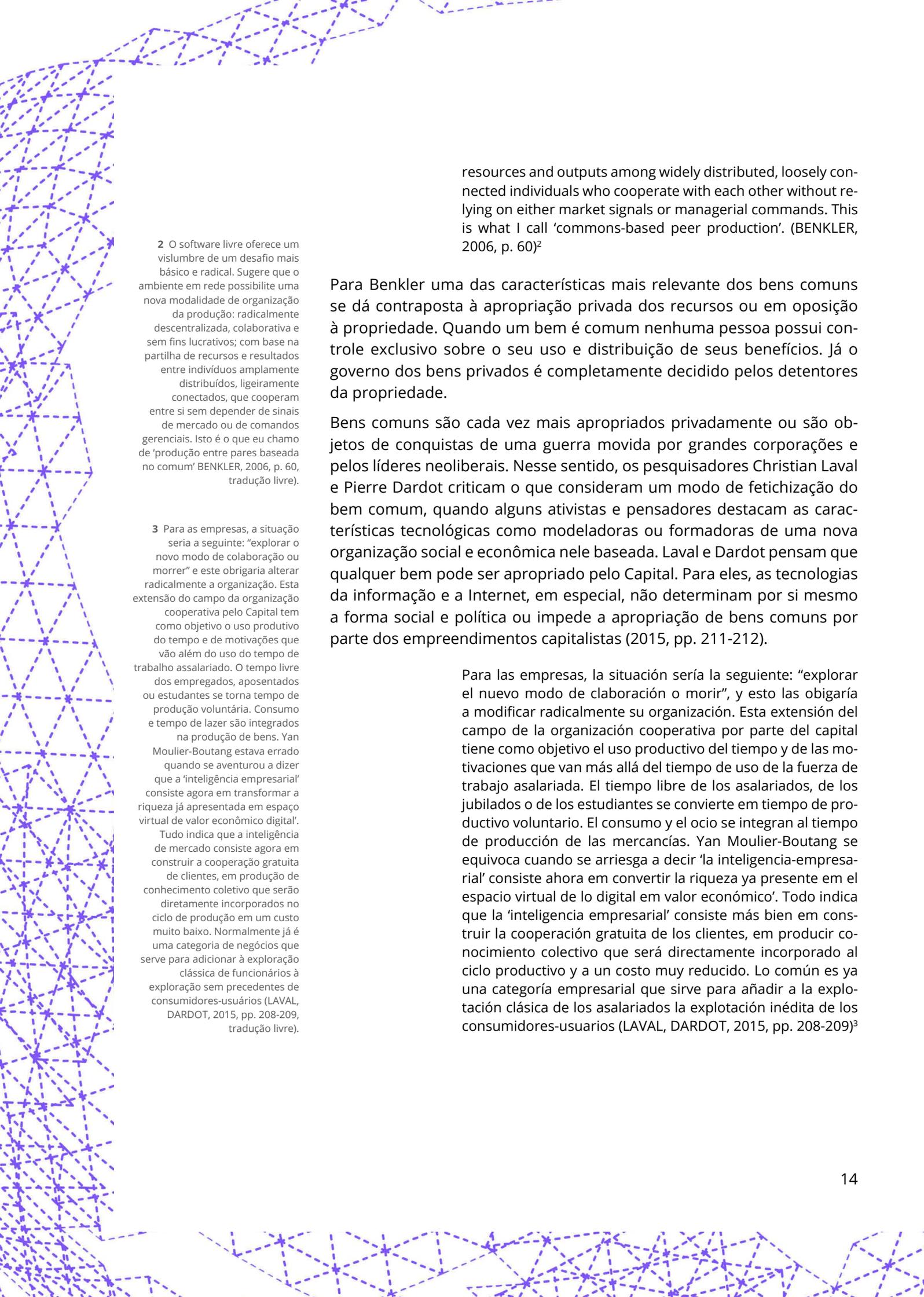
O movimento do software livre avança no coração das tecnologias de informação tratando o compartilhamento do conhecimento como condição da liberdade. No cenário imaterial, diante do software, uma criação intangível, o acesso ao código-fonte aparece também como sinônimo de liberdade de conhecimento. Na perspectiva de Stallman, a liberdade promove a “solidariedade social” por meio do “compartilhamento e cooperação”.

A mobilização colaborativa em torno do software livre gerou uma grande adesão em diversas áreas da economia e da cultura. Plataformas como Wikipedia e licenças *Creative Commons* são inspiradas nos fundamentos do software livre. Reações, distorções e apropriações distantes da ideia de liberdade como promotora da solidariedade social são organizadas pelo Capital. A articulação e organização do chamado *open source* surgiu para se diferenciar da mobilização pela liberdade do conhecimento e para enfatizar que o código-fonte aberto é apenas o melhor modo e o mais seguro para o desenvolvimento de um software. Portanto, o movimento das corporações pelo *open source software* ocorre por motivos econômicos e não por questões de solidariedade e liberdade.

Para Stallman, a defesa da liberdade tem uma dimensão ética e trata-se de uma escolha. Segundo Eric Raymond e grande parte dos defensores do open source software a abertura e transparência do código-fonte assegura eficiência e nada tem a ver com ética ou opção ideológica. É a vantagem econômica e a eficiência produtiva que caracterizariam a opção pelo modelo de código aberto diante do fechado. A IBM e, mais recentemente, a Microsoft utilizam soluções *open source*. O Google está alterando e adaptando o kernel do Linux, um software livre e não apenas de código-fonte aberto, que praticamente dominou o mercado de sistemas operacionais para dispositivos móveis com o lançamento do Android.

O professor Yochai Benkler desenvolve uma análise que parte também das características tecnológicas das redes para defender a emergência de um novo modo de produção baseado no compartilhamento não voltado à economia de mercado como pretende Eric Raymond. Com a expansão da economia da informação em rede e com base na noção de custos de transação de Ronald Coase e Oliver Williamson, Benkler considera que no caso do software livre, os custos de produção podem ser reduzidos pelas práticas de colaboração distribuída entre pares nas redes digitais. Sendo assim, os sinais de mercado e a hierarquia das firmas não seriam o modo mais eficiente de produção econômica.

Free software offers a glimpse at a more basic and radical challenge. It suggests that the networked environment makes possible a new modality of organizing production: radically decentralized, collaborative, and nonproprietary; based on sharing



2 O software livre oferece um vislumbre de um desafio mais básico e radical. Sugere que o ambiente em rede possibilite uma nova modalidade de organização da produção: radicalmente descentralizada, colaborativa e sem fins lucrativos; com base na partilha de recursos e resultados entre indivíduos amplamente distribuídos, ligeiramente conectados, que cooperam entre si sem depender de sinais de mercado ou de comandos gerenciais. Isto é o que eu chamo de 'produção entre pares baseada no comum' (BENKLER, 2006, p. 60, tradução livre).

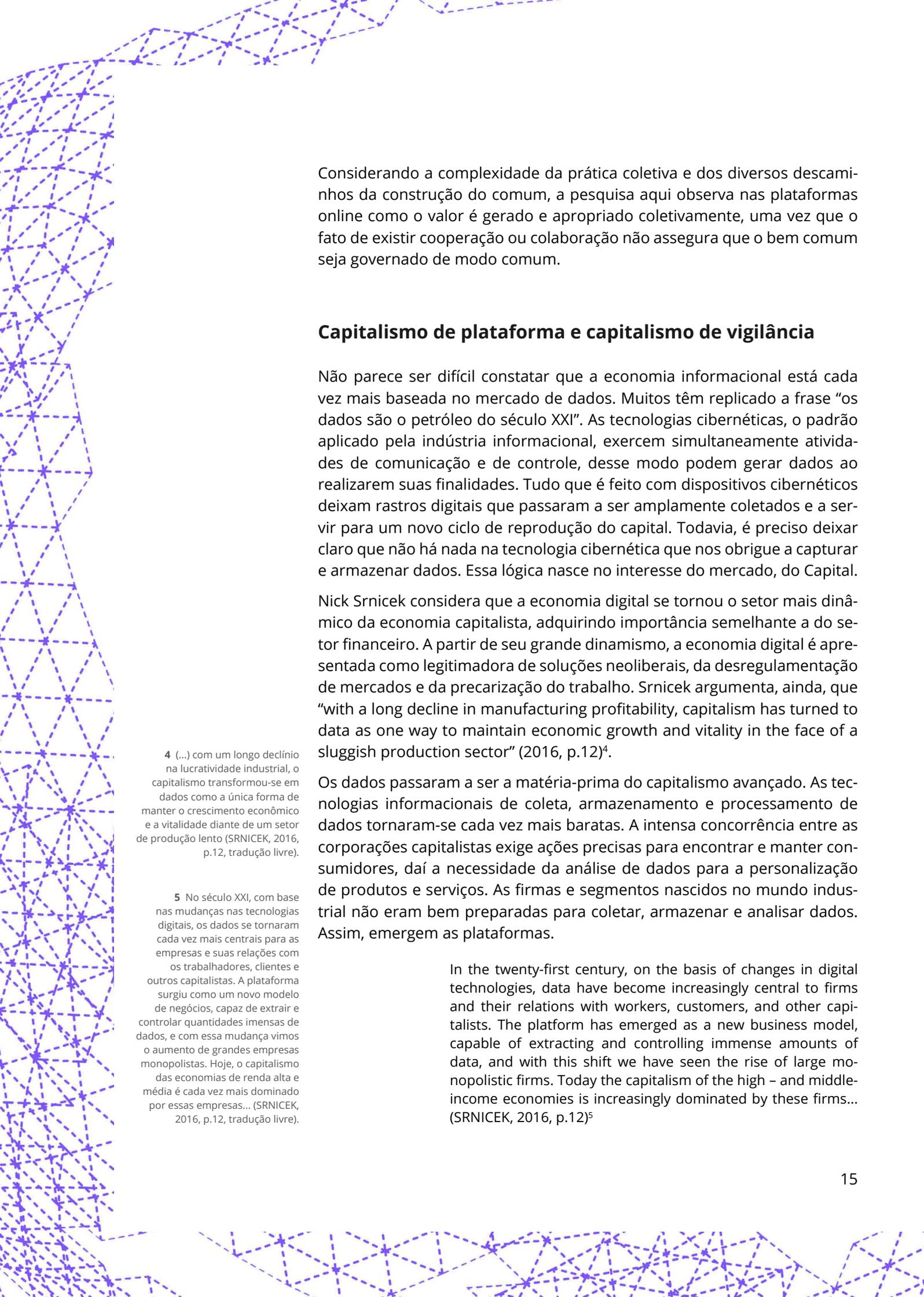
3 Para as empresas, a situação seria a seguinte: "explorar o novo modo de colaboração ou morrer" e este obrigaria alterar radicalmente a organização. Esta extensão do campo da organização cooperativa pelo Capital tem como objetivo o uso produtivo do tempo e de motivações que vão além do uso do tempo de trabalho assalariado. O tempo livre dos empregados, aposentados ou estudantes se torna tempo de produção voluntária. Consumo e tempo de lazer são integrados na produção de bens. Yan Moulier-Boutang estava errado quando se aventurou a dizer que a 'inteligência empresarial' consiste agora em transformar a riqueza já apresentada em espaço virtual de valor econômico digital'. Tudo indica que a inteligência de mercado consiste agora em construir a cooperação gratuita de clientes, em produção de conhecimento coletivo que serão diretamente incorporados no ciclo de produção em um custo muito baixo. Normalmente já é uma categoria de negócios que serve para adicionar à exploração clássica de funcionários à exploração sem precedentes de consumidores-usuários (LAVAL, DARDOT, 2015, pp. 208-209, tradução livre).

resources and outputs among widely distributed, loosely connected individuals who cooperate with each other without relying on either market signals or managerial commands. This is what I call 'commons-based peer production'. (BENKLER, 2006, p. 60)<sup>2</sup>

Para Benkler uma das características mais relevante dos bens comuns se dá contraposta à apropriação privada dos recursos ou em oposição à propriedade. Quando um bem é comum nenhuma pessoa possui controle exclusivo sobre o seu uso e distribuição de seus benefícios. Já o governo dos bens privados é completamente decidido pelos detentores da propriedade.

Bens comuns são cada vez mais apropriados privadamente ou são objetos de conquistas de uma guerra movida por grandes corporações e pelos líderes neoliberais. Nesse sentido, os pesquisadores Christian Laval e Pierre Dardot criticam o que consideram um modo de fetichização do bem comum, quando alguns ativistas e pensadores destacam as características tecnológicas como modeladoras ou formadoras de uma nova organização social e econômica nele baseada. Laval e Dardot pensam que qualquer bem pode ser apropriado pelo Capital. Para eles, as tecnologias da informação e a Internet, em especial, não determinam por si mesmo a forma social e política ou impede a apropriação de bens comuns por parte dos empreendimentos capitalistas (2015, pp. 211-212).

Para las empresas, la situación sería la siguiente: "explorar el nuevo modo de colaboración o morir", y esto las obligaría a modificar radicalmente su organización. Esta extensión del campo de la organización cooperativa por parte del capital tiene como objetivo el uso productivo del tiempo y de las motivaciones que van más allá del tiempo de uso de la fuerza de trabajo asalariada. El tiempo libre de los asalariados, de los jubilados o de los estudiantes se convierte en tiempo de productivo voluntario. El consumo y el ocio se integran al tiempo de producción de las mercancías. Yan Moulier-Boutang se equivoca cuando se arriesga a decir 'la inteligencia-empresarial' consiste ahora en convertir la riqueza ya presente en el espacio virtual de lo digital em valor económico'. Todo indica que la 'inteligencia empresarial' consiste más bien em construir la cooperación gratuita de los clientes, em producir conocimiento colectivo que será directamente incorporado al ciclo productivo y a un costo muy reducido. Lo común es ya una categoría empresarial que sirve para añadir a la explotación clásica de los asalariados la explotación inédita de los consumidores-usuarios (LAVAL, DARDOT, 2015, pp. 208-209)<sup>3</sup>



Considerando a complexidade da prática coletiva e dos diversos descaminhos da construção do comum, a pesquisa aqui observa nas plataformas online como o valor é gerado e apropriado coletivamente, uma vez que o fato de existir cooperação ou colaboração não assegura que o bem comum seja governado de modo comum.

## Capitalismo de plataforma e capitalismo de vigilância

Não parece ser difícil constatar que a economia informacional está cada vez mais baseada no mercado de dados. Muitos têm replicado a frase “os dados são o petróleo do século XXI”. As tecnologias cibernéticas, o padrão aplicado pela indústria informacional, exercem simultaneamente atividades de comunicação e de controle, desse modo podem gerar dados ao realizarem suas finalidades. Tudo que é feito com dispositivos cibernéticos deixam rastros digitais que passaram a ser amplamente coletados e a servir para um novo ciclo de reprodução do capital. Todavia, é preciso deixar claro que não há nada na tecnologia cibernética que nos obrigue a capturar e armazenar dados. Essa lógica nasce no interesse do mercado, do Capital.

Nick Srnicek considera que a economia digital se tornou o setor mais dinâmico da economia capitalista, adquirindo importância semelhante a do setor financeiro. A partir de seu grande dinamismo, a economia digital é apresentada como legitimadora de soluções neoliberais, da desregulamentação de mercados e da precarização do trabalho. Srnicek argumenta, ainda, que “with a long decline in manufacturing profitability, capitalism has turned to data as one way to maintain economic growth and vitality in the face of a sluggish production sector” (2016, p.12)<sup>4</sup>.

Os dados passaram a ser a matéria-prima do capitalismo avançado. As tecnologias informacionais de coleta, armazenamento e processamento de dados tornaram-se cada vez mais baratas. A intensa concorrência entre as corporações capitalistas exige ações precisas para encontrar e manter consumidores, daí a necessidade da análise de dados para a personalização de produtos e serviços. As firmas e segmentos nascidos no mundo industrial não eram bem preparadas para coletar, armazenar e analisar dados. Assim, emergem as plataformas.

In the twenty-first century, on the basis of changes in digital technologies, data have become increasingly central to firms and their relations with workers, customers, and other capitalists. The platform has emerged as a new business model, capable of extracting and controlling immense amounts of data, and with this shift we have seen the rise of large monopolistic firms. Today the capitalism of the high – and middle-income economies is increasingly dominated by these firms... (SRNICEK, 2016, p.12)<sup>5</sup>

4 (...) com um longo declínio na lucratividade industrial, o capitalismo transformou-se em dados como a única forma de manter o crescimento econômico e a vitalidade diante de um setor de produção lento (SRNICEK, 2016, p.12, tradução livre).

5 No século XXI, com base nas mudanças nas tecnologias digitais, os dados se tornaram cada vez mais centrais para as empresas e suas relações com os trabalhadores, clientes e outros capitalistas. A plataforma surgiu como um novo modelo de negócios, capaz de extrair e controlar quantidades imensas de dados, e com essa mudança vimos o aumento de grandes empresas monopolistas. Hoje, o capitalismo das economias de renda alta e média é cada vez mais dominado por essas empresas... (SRNICEK, 2016, p.12, tradução livre).



6 O capitalismo de vigilância estabelece uma nova forma de poder em que o contrato e o estado de direito são substituídos pelas recompensas e punições de um novo tipo de mão invisível (ZUBOFF, 2015, p.82, tradução livre).

A visão de uma economia capitalista baseada nas plataformas aparenta dialogar com a noção de capitalismo de vigilância, defendida pela pesquisadora Shoshana Zuboff, que argumenta que as tecnologias agrupadas em torno do nome Big Data se tornaram um componente fundamental do capitalismo em uma nova lógica de acumulação que visa prever e modificar o comportamento humano como meio de produzir receitas e controle de mercado (2015).

Zuboff observa que “surveillance capitalism establishes a new form of power in which contract and the rule of law are supplanted by the rewards and punishments of a new kind of invisible hand”<sup>6</sup> (2015, p.82). A extração e a análise constante de dados pessoais parece ser um componente que se tornou indispensável ao capitalismo, daí o termo vigilância.

Basicamente, o capitalismo de vigilância não é estranho a perspectiva da sociedade de controle lançada por (DELEUZE, 1992). O marketing precisa de dados para tentar modular as escolhas dos viventes ou ciberviventes. O cenário de hiperconectividade, mobilidade, cobertura ampla de sensores e câmaras indicam que as plataformas são parte do grande aparato de vigilância e controle que tem por objetivo final a modulação de comportamentos, a captura de subjetividades e a formatação das nossas escolhas. O capitalismo de vigilância ou de plataforma são constitutivos da modulação como elemento crucial da nova acumulação do Capital. Por tal motivo, esta pesquisa busca compreender também como as plataformas analisadas tratam os dados de seus usuários e como a venda desses dados ou de suas amostras embaladas para o marketing compõe o rendimento dos empreendimentos. O que o mercado chama de “*sharing economy*” seria, principalmente, uma economia da vigilância e da venda de dados pessoais?

## Separando o joio do trigo: a análise das plataformas

Para a análise aqui apresentada, consideramos um conjunto de empreendimentos organizados em torno de plataformas online, selecionadas de acordo com a ampla difusão ao redor do mundo e, conseqüentemente, ao crescente número de usuários.<sup>7</sup> Desta forma, o mapeamento não se limita somente ao mercado brasileiro.

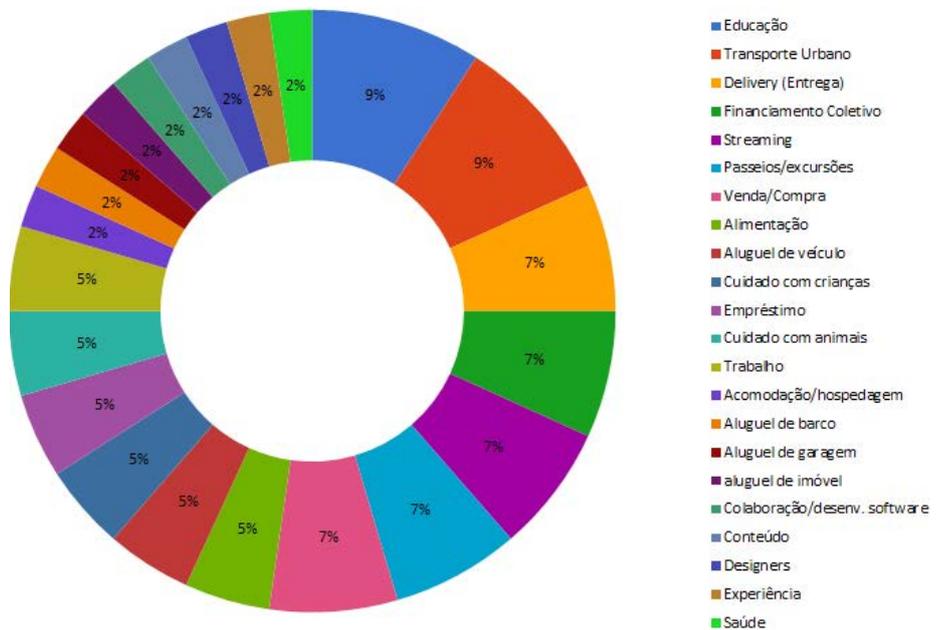
Selecionamos 44 plataformas online, atuantes nos mais diversos tipos de negócio, como saúde, alimentação, delivery, passeios/excursões, transporte, streaming, acomodação/hospedagem, cuidados com animais, trabalhos, venda/compra, financiamento coletivo, entre outros, conforme figura abaixo:

7 Sites consultados para o levantamento das plataformas: <<http://moneynomad.com/100-sharing-economy-apps-websites/>> e <<http://meshing.it>>.

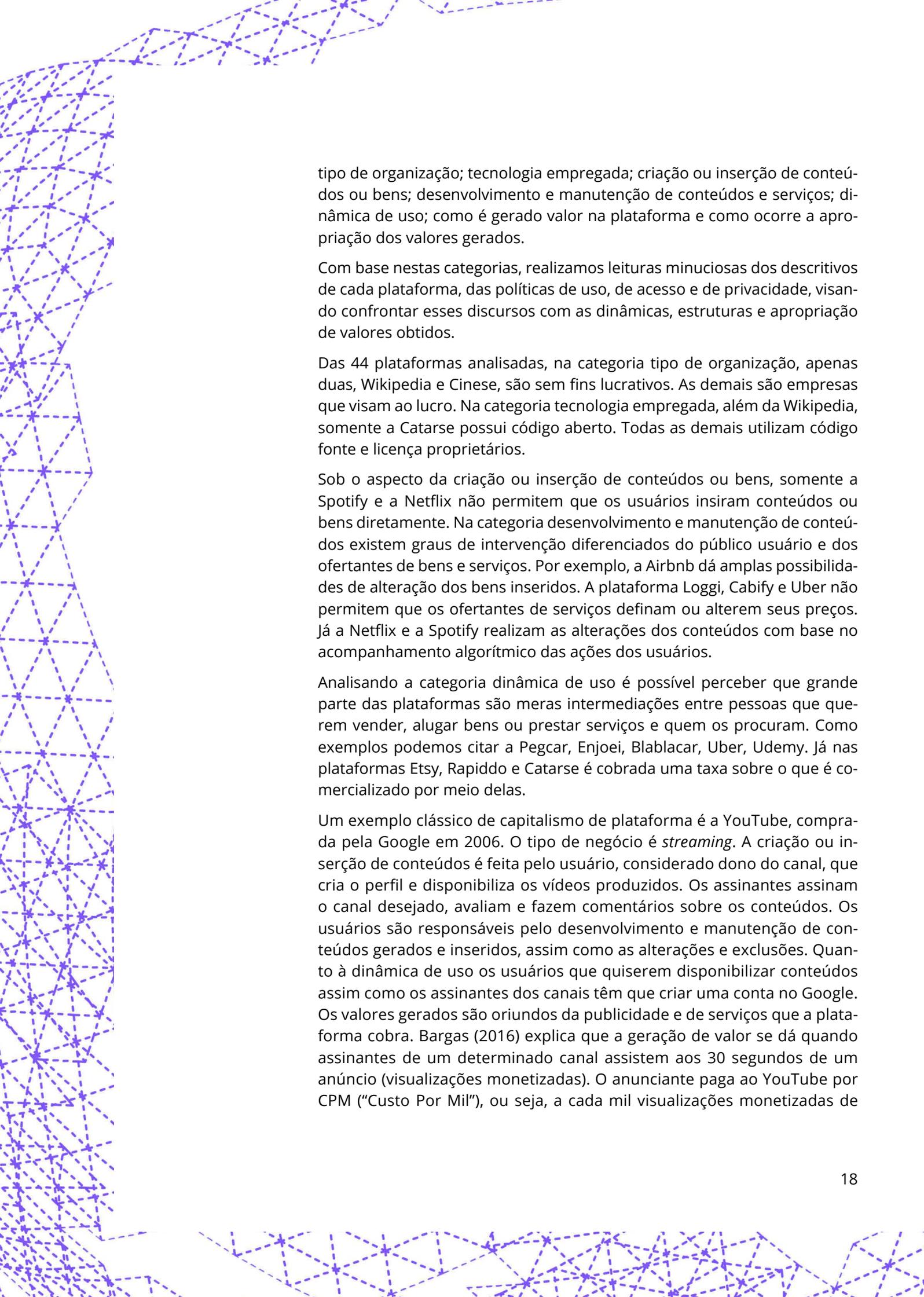
**Figura 1** – Lista das plataformas analisadas agrupadas por seus respectivos tipos de negócio.

<b>Educação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cinese</li> <li>• Udemy (EUA)</li> <li>• Wyzant (US)</li> <li>• Verbling</li> </ul>	<b>Transporte Urbano</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uber (EUA)</li> <li>• Lyft</li> <li>• Cabify</li> <li>• Blablacar (FR)</li> </ul>	<b>Delivery (Entrega)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Postmates</li> <li>• Loggi</li> <li>• Rapiddo</li> </ul>	<b>Financiamento Coletivo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kickante</li> <li>• Catarse</li> <li>• Benfeitoria</li> </ul>	<b>Streaming</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Youtube</li> <li>• Spotify</li> <li>• Netflix</li> </ul>	<b>Passeios excursões</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GetYourGuide</li> <li>• LocalFriend</li> <li>• WithLocals</li> </ul>
<b>Venda Compra</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etsy</li> <li>• Enjoei</li> <li>• OLX</li> </ul>	<b>Alimentação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eatwith</li> <li>• MealSharing (EUA)</li> </ul>	<b>Aluguel de veículo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PEGCAR</li> <li>• Getaround (EUA)</li> </ul>	<b>Cuidado com crianças</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• UrbanSitter</li> <li>• Care.com</li> </ul>	<b>Empréstimo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Couchsurfing (US)</li> <li>• Tem Açúcar?</li> </ul>	<b>Cuidado com animais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rover</li> <li>• DogHero</li> </ul>
<b>Trabalho</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RockContent</li> <li>• 99Freelas</li> </ul>	<b>Acomodação hospedagem</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Airbnb</li> </ul>	<b>Aluguel de barco</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tubbbber (Holanda)</li> </ul>	<b>Aluguel de garagem</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Just Park (UK)</li> </ul>	<b>Aluguel de imóvel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Homeaway</li> <li>• Aluguetemporada</li> </ul>	<b>Conteúdo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wikipedia</li> </ul>
<b>Colaboração desenv. software</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Github</li> </ul>	<b>Designers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DesignCrowd</li> </ul>	<b>Experiência</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Worldpackers (BR)</li> </ul>	<b>Saúde</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CrowdMed</li> </ul>		

**Gráfico 1** – Consolidação dos tipos de negócio das plataformas analisadas.



Buscamos analisar os termos empregados pelos atores que criam, mantém e utilizam as plataformas online, bem como o funcionamento de seus processos em rede. Para tal, criamos 8 categorias de análise: tipo de negócio;



tipo de organização; tecnologia empregada; criação ou inserção de conteúdos ou bens; desenvolvimento e manutenção de conteúdos e serviços; dinâmica de uso; como é gerado valor na plataforma e como ocorre a apropriação dos valores gerados.

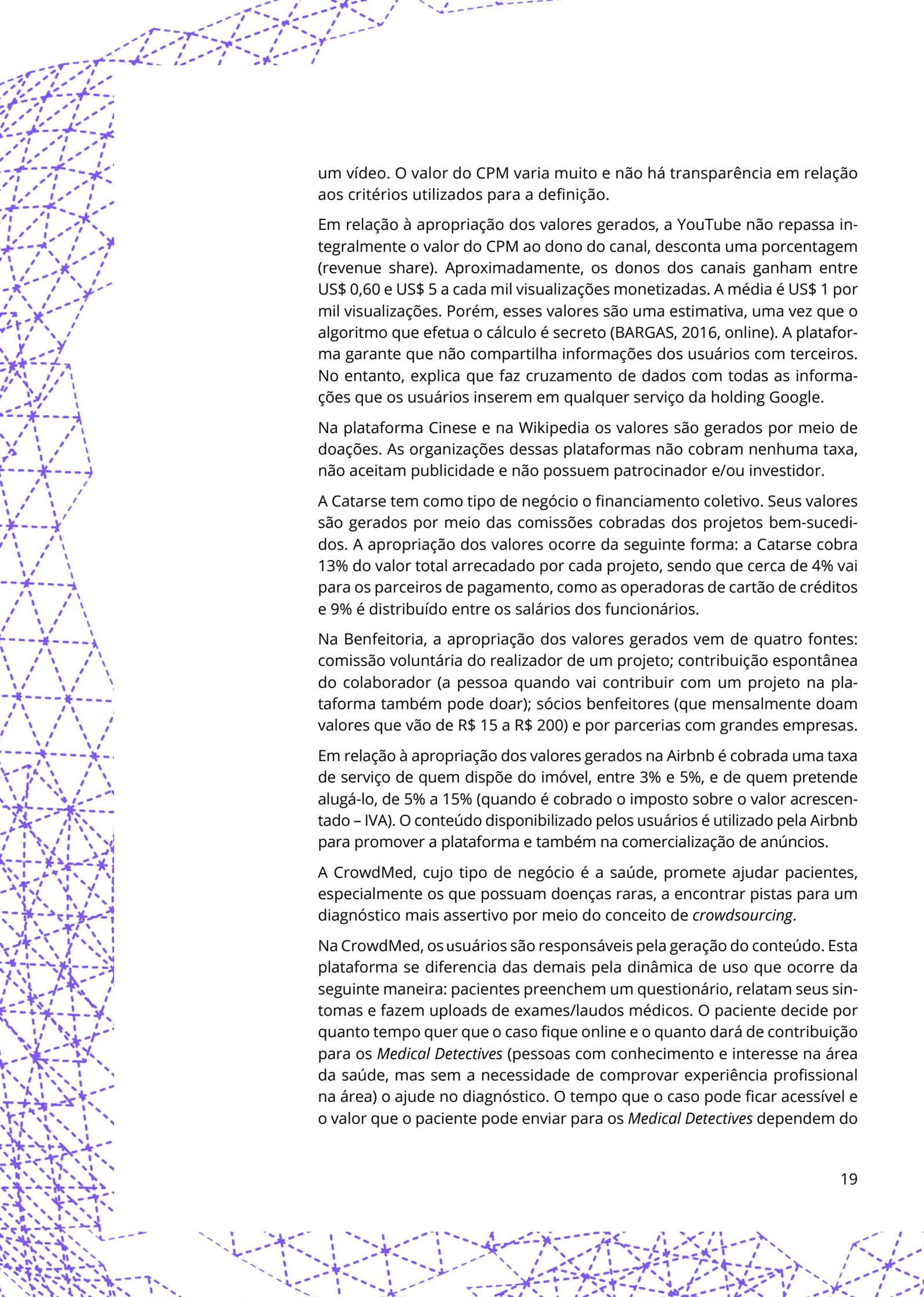
Com base nestas categorias, realizamos leituras minuciosas dos descritivos de cada plataforma, das políticas de uso, de acesso e de privacidade, visando confrontar esses discursos com as dinâmicas, estruturas e apropriação de valores obtidos.

Das 44 plataformas analisadas, na categoria tipo de organização, apenas duas, Wikipedia e Chinesa, são sem fins lucrativos. As demais são empresas que visam ao lucro. Na categoria tecnologia empregada, além da Wikipedia, somente a Catarse possui código aberto. Todas as demais utilizam código fonte e licença proprietários.

Sob o aspecto da criação ou inserção de conteúdos ou bens, somente a Spotify e a Netflix não permitem que os usuários insiram conteúdos ou bens diretamente. Na categoria desenvolvimento e manutenção de conteúdos existem graus de intervenção diferenciados do público usuário e dos ofertantes de bens e serviços. Por exemplo, a Airbnb dá amplas possibilidades de alteração dos bens inseridos. A plataforma Loggi, Cabify e Uber não permitem que os ofertantes de serviços definam ou alterem seus preços. Já a Netflix e a Spotify realizam as alterações dos conteúdos com base no acompanhamento algorítmico das ações dos usuários.

Analisando a categoria dinâmica de uso é possível perceber que grande parte das plataformas são meras intermediações entre pessoas que querem vender, alugar bens ou prestar serviços e quem os procuram. Como exemplos podemos citar a Pagar.me, Enjoei, Blablacar, Uber, Udemy. Já nas plataformas Etsy, Rapiddo e Catarse é cobrada uma taxa sobre o que é comercializado por meio delas.

Um exemplo clássico de capitalismo de plataforma é a YouTube, comprada pela Google em 2006. O tipo de negócio é *streaming*. A criação ou inserção de conteúdos é feita pelo usuário, considerado dono do canal, que cria o perfil e disponibiliza os vídeos produzidos. Os assinantes assinam o canal desejado, avaliam e fazem comentários sobre os conteúdos. Os usuários são responsáveis pelo desenvolvimento e manutenção de conteúdos gerados e inseridos, assim como as alterações e exclusões. Quanto à dinâmica de uso os usuários que quiserem disponibilizar conteúdos assim como os assinantes dos canais têm que criar uma conta no Google. Os valores gerados são oriundos da publicidade e de serviços que a plataforma cobra. Bargas (2016) explica que a geração de valor se dá quando assinantes de um determinado canal assistem aos 30 segundos de um anúncio (visualizações monetizadas). O anunciante paga ao YouTube por CPM ("Custo Por Mil"), ou seja, a cada mil visualizações monetizadas de



um vídeo. O valor do CPM varia muito e não há transparência em relação aos critérios utilizados para a definição.

Em relação à apropriação dos valores gerados, a YouTube não repassa integralmente o valor do CPM ao dono do canal, desconta uma porcentagem (revenue share). Aproximadamente, os donos dos canais ganham entre US\$ 0,60 e US\$ 5 a cada mil visualizações monetizadas. A média é US\$ 1 por mil visualizações. Porém, esses valores são uma estimativa, uma vez que o algoritmo que efetua o cálculo é secreto (BARGAS, 2016, online). A plataforma garante que não compartilha informações dos usuários com terceiros. No entanto, explica que faz cruzamento de dados com todas as informações que os usuários inserem em qualquer serviço da holding Google.

Na plataforma Chinesa e na Wikipedia os valores são gerados por meio de doações. As organizações dessas plataformas não cobram nenhuma taxa, não aceitam publicidade e não possuem patrocinador e/ou investidor.

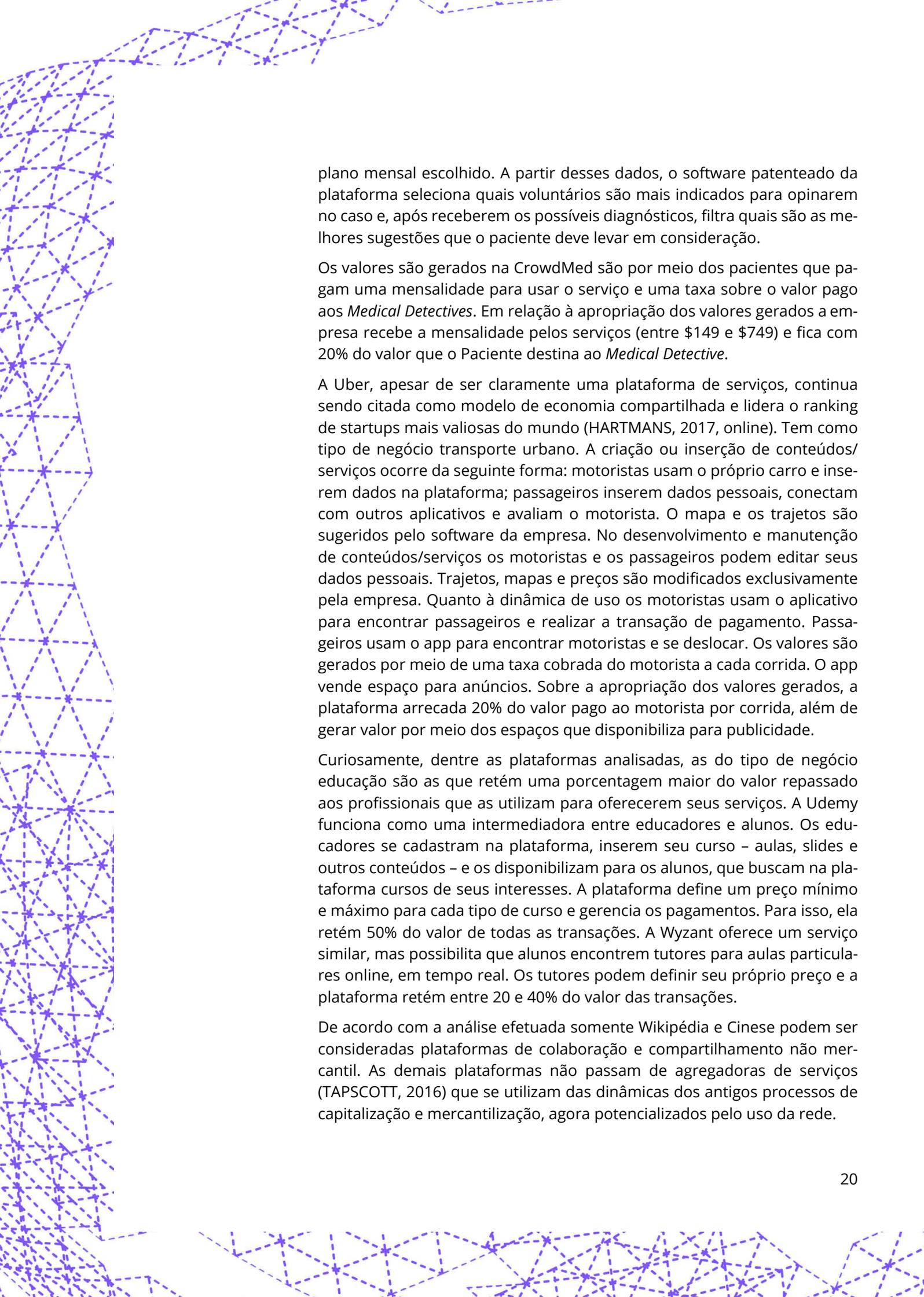
A Catarse tem como tipo de negócio o financiamento coletivo. Seus valores são gerados por meio das comissões cobradas dos projetos bem-sucedidos. A apropriação dos valores ocorre da seguinte forma: a Catarse cobra 13% do valor total arrecadado por cada projeto, sendo que cerca de 4% vai para os parceiros de pagamento, como as operadoras de cartão de créditos e 9% é distribuído entre os salários dos funcionários.

Na Benfeitoria, a apropriação dos valores gerados vem de quatro fontes: comissão voluntária do realizador de um projeto; contribuição espontânea do colaborador (a pessoa quando vai contribuir com um projeto na plataforma também pode doar); sócios benfeitores (que mensalmente doam valores que vão de R\$ 15 a R\$ 200) e por parcerias com grandes empresas.

Em relação à apropriação dos valores gerados na Airbnb é cobrada uma taxa de serviço de quem dispõe do imóvel, entre 3% e 5%, e de quem pretende alugá-lo, de 5% a 15% (quando é cobrado o imposto sobre o valor acrescentado – IVA). O conteúdo disponibilizado pelos usuários é utilizado pela Airbnb para promover a plataforma e também na comercialização de anúncios.

A CrowdMed, cujo tipo de negócio é a saúde, promete ajudar pacientes, especialmente os que possuam doenças raras, a encontrar pistas para um diagnóstico mais assertivo por meio do conceito de *crowdsourcing*.

Na CrowdMed, os usuários são responsáveis pela geração do conteúdo. Esta plataforma se diferencia das demais pela dinâmica de uso que ocorre da seguinte maneira: pacientes preenchem um questionário, relatam seus sintomas e fazem uploads de exames/laudos médicos. O paciente decide por quanto tempo quer que o caso fique online e o quanto dará de contribuição para os *Medical Detectives* (pessoas com conhecimento e interesse na área da saúde, mas sem a necessidade de comprovar experiência profissional na área) o ajude no diagnóstico. O tempo que o caso pode ficar acessível e o valor que o paciente pode enviar para os *Medical Detectives* dependem do



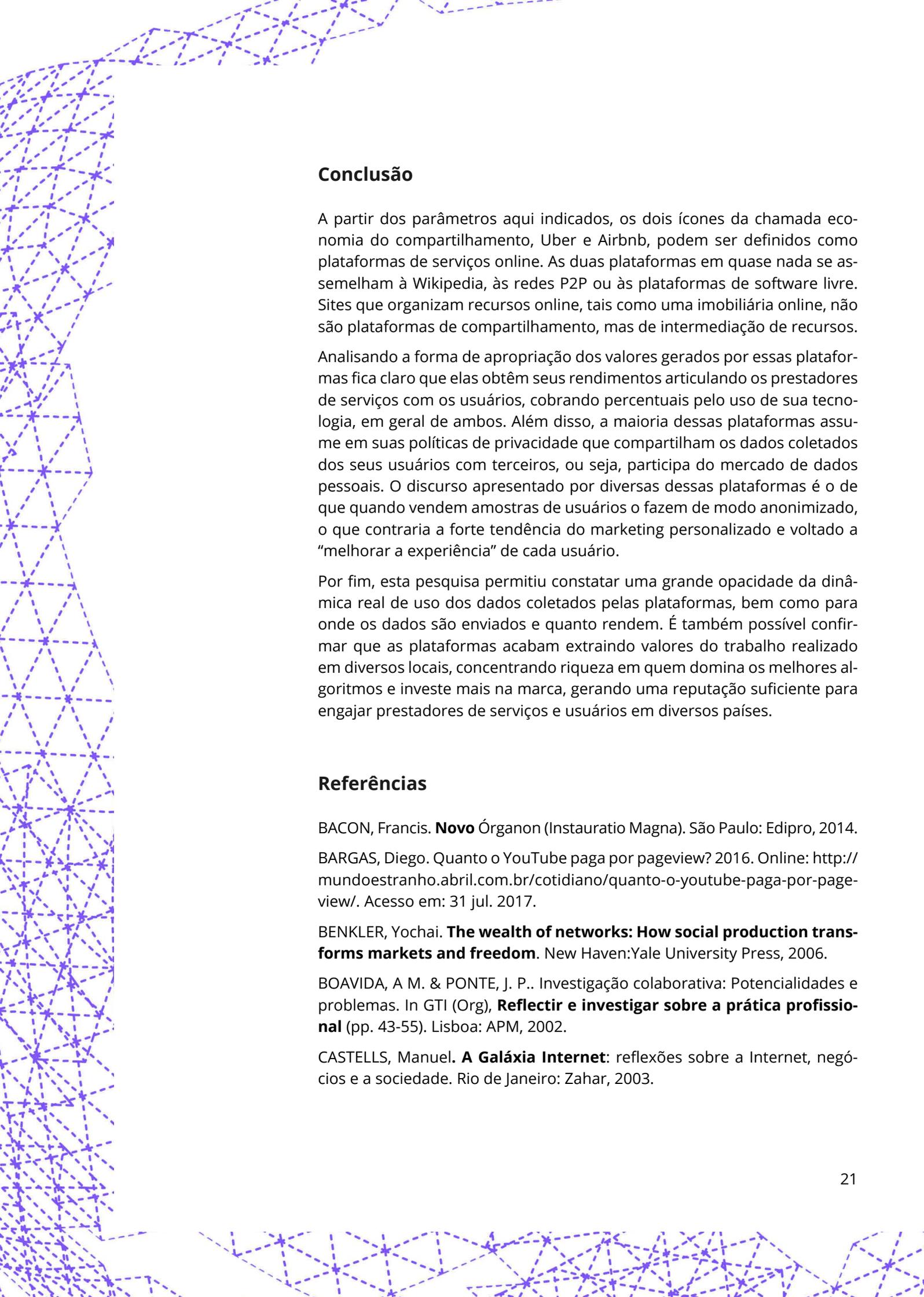
plano mensal escolhido. A partir desses dados, o software patenteado da plataforma seleciona quais voluntários são mais indicados para opinarem no caso e, após receberem os possíveis diagnósticos, filtra quais são as melhores sugestões que o paciente deve levar em consideração.

Os valores são gerados na CrowdMed são por meio dos pacientes que pagam uma mensalidade para usar o serviço e uma taxa sobre o valor pago aos *Medical Detectives*. Em relação à apropriação dos valores gerados a empresa recebe a mensalidade pelos serviços (entre \$149 e \$749) e fica com 20% do valor que o Paciente destina ao *Medical Detective*.

A Uber, apesar de ser claramente uma plataforma de serviços, continua sendo citada como modelo de economia compartilhada e lidera o ranking de startups mais valiosas do mundo (HARTMANS, 2017, online). Tem como tipo de negócio transporte urbano. A criação ou inserção de conteúdos/serviços ocorre da seguinte forma: motoristas usam o próprio carro e inserem dados na plataforma; passageiros inserem dados pessoais, conectam com outros aplicativos e avaliam o motorista. O mapa e os trajetos são sugeridos pelo software da empresa. No desenvolvimento e manutenção de conteúdos/serviços os motoristas e os passageiros podem editar seus dados pessoais. Trajetos, mapas e preços são modificados exclusivamente pela empresa. Quanto à dinâmica de uso os motoristas usam o aplicativo para encontrar passageiros e realizar a transação de pagamento. Passageiros usam o app para encontrar motoristas e se deslocar. Os valores são gerados por meio de uma taxa cobrada do motorista a cada corrida. O app vende espaço para anúncios. Sobre a apropriação dos valores gerados, a plataforma arrecada 20% do valor pago ao motorista por corrida, além de gerar valor por meio dos espaços que disponibiliza para publicidade.

Curiosamente, dentre as plataformas analisadas, as do tipo de negócio educação são as que retêm uma porcentagem maior do valor repassado aos profissionais que as utilizam para oferecerem seus serviços. A Udemmy funciona como uma intermediadora entre educadores e alunos. Os educadores se cadastram na plataforma, inserem seu curso – aulas, slides e outros conteúdos – e os disponibilizam para os alunos, que buscam na plataforma cursos de seus interesses. A plataforma define um preço mínimo e máximo para cada tipo de curso e gerencia os pagamentos. Para isso, ela retém 50% do valor de todas as transações. A Wyzant oferece um serviço similar, mas possibilita que alunos encontrem tutores para aulas particulares online, em tempo real. Os tutores podem definir seu próprio preço e a plataforma retém entre 20 e 40% do valor das transações.

De acordo com a análise efetuada somente Wikipédia e Chinese podem ser consideradas plataformas de colaboração e compartilhamento não mercantil. As demais plataformas não passam de agregadoras de serviços (TAPSCOTT, 2016) que se utilizam das dinâmicas dos antigos processos de capitalização e mercantilização, agora potencializados pelo uso da rede.



## Conclusão

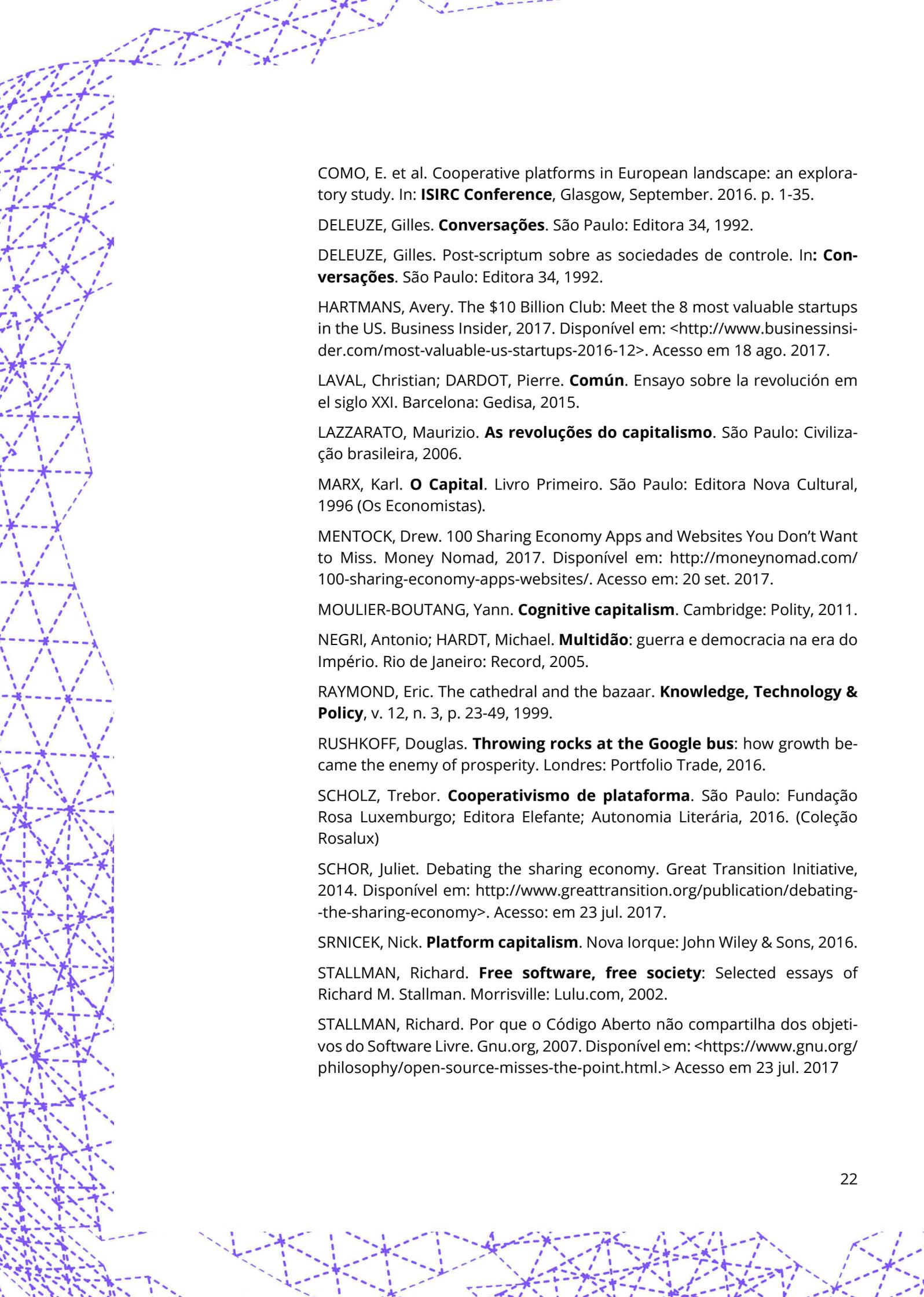
A partir dos parâmetros aqui indicados, os dois ícones da chamada economia do compartilhamento, Uber e Airbnb, podem ser definidos como plataformas de serviços online. As duas plataformas em quase nada se assemelham à Wikipedia, às redes P2P ou às plataformas de software livre. Sites que organizam recursos online, tais como uma imobiliária online, não são plataformas de compartilhamento, mas de intermediação de recursos.

Analisando a forma de apropriação dos valores gerados por essas plataformas fica claro que elas obtêm seus rendimentos articulando os prestadores de serviços com os usuários, cobrando percentuais pelo uso de sua tecnologia, em geral de ambos. Além disso, a maioria dessas plataformas assume em suas políticas de privacidade que compartilham os dados coletados dos seus usuários com terceiros, ou seja, participa do mercado de dados pessoais. O discurso apresentado por diversas dessas plataformas é o de que quando vendem amostras de usuários o fazem de modo anonimizado, o que contraria a forte tendência do marketing personalizado e voltado a “melhorar a experiência” de cada usuário.

Por fim, esta pesquisa permitiu constatar uma grande opacidade da dinâmica real de uso dos dados coletados pelas plataformas, bem como para onde os dados são enviados e quanto rendem. É também possível confirmar que as plataformas acabam extraíndo valores do trabalho realizado em diversos locais, concentrando riqueza em quem domina os melhores algoritmos e investe mais na marca, gerando uma reputação suficiente para engajar prestadores de serviços e usuários em diversos países.

## Referências

- BACON, Francis. **Novo Órganon** (Instauratio Magna). São Paulo: Edipro, 2014.
- BARGAS, Diego. Quanto o YouTube paga por pageview? 2016. Online: <http://mundoestranho.abril.com.br/cotidiano/quanto-o-youtube-paga-por-pageview/>. Acesso em: 31 jul. 2017.
- BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom**. New Haven: Yale University Press, 2006.
- BOAVIDA, A M. & PONTE, J. P.. Investigação colaborativa: Potencialidades e problemas. In GTI (Org), **Reflectir e investigar sobre a prática profissional** (pp. 43-55). Lisboa: APM, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.



COMO, E. et al. Cooperative platforms in European landscape: an exploratory study. In: **ISIRC Conference**, Glasgow, September. 2016. p. 1-35.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.

HARTMANS, Avery. The \$10 Billion Club: Meet the 8 most valuable startups in the US. Business Insider, 2017. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/most-valuable-us-startups-2016-12>>. Acesso em 18 ago. 2017.

LAVAL, Christian; DARDOT, Pierre. **Común**. Ensayo sobre la revolución em el siglo XXI. Barcelona: Gedisa, 2015.

LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do capitalismo**. São Paulo: Civilização brasileira, 2006.

MARX, Karl. **O Capital**. Livro Primeiro. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996 (Os Economistas).

MENTOCK, Drew. 100 Sharing Economy Apps and Websites You Don't Want to Miss. Money Nomad, 2017. Disponível em: <http://moneynomad.com/100-sharing-economy-apps-websites/>. Acesso em: 20 set. 2017.

MOULIER-BOUTANG, Yann. **Cognitive capitalism**. Cambridge: Polity, 2011.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Multidão**: guerra e democracia na era do Império. Rio de Janeiro: Record, 2005.

RAYMOND, Eric. The cathedral and the bazaar. **Knowledge, Technology & Policy**, v. 12, n. 3, p. 23-49, 1999.

RUSHKOFF, Douglas. **Throwing rocks at the Google bus**: how growth became the enemy of prosperity. Londres: Portfolio Trade, 2016.

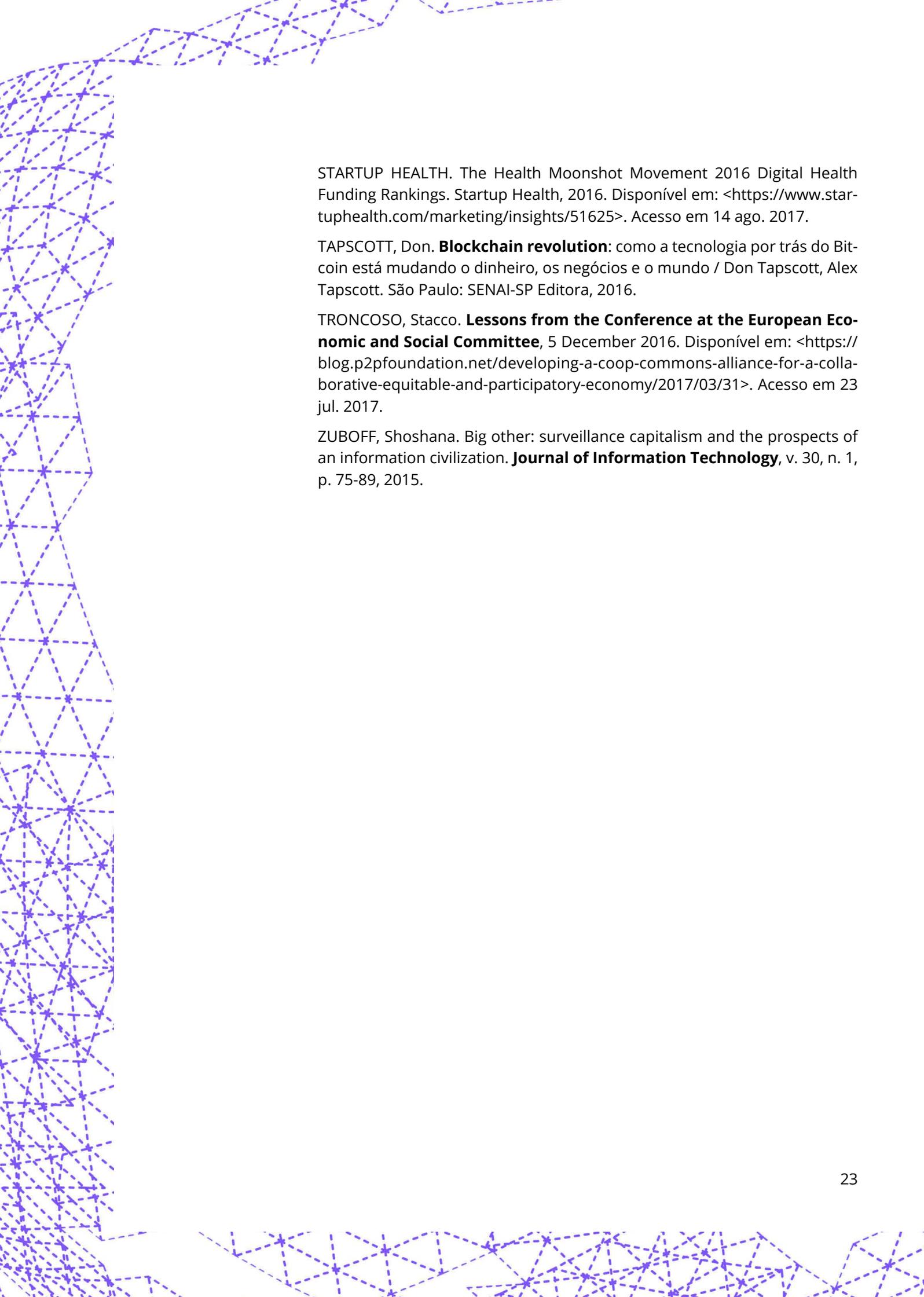
SCHOLZ, Trebor. **Cooperativismo de plataforma**. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo; Editora Elefante; Autonomia Literária, 2016. (Coleção Rosalux)

SCHOR, Juliet. Debating the sharing economy. Great Transition Initiative, 2014. Disponível em: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>>. Acesso: em 23 jul. 2017.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Nova Iorque: John Wiley & Sons, 2016.

STALLMAN, Richard. **Free software, free society**: Selected essays of Richard M. Stallman. Morrisville: Lulu.com, 2002.

STALLMAN, Richard. Por que o Código Aberto não compartilha dos objetivos do Software Livre. Gnu.org, 2007. Disponível em: <<https://www.gnu.org/philosophy/open-source-misses-the-point.html>> Acesso em 23 jul. 2017



STARTUP HEALTH. The Health Moonshot Movement 2016 Digital Health Funding Rankings. Startup Health, 2016. Disponível em: <<https://www.startuphealth.com/marketing/insights/51625>>. Acesso em 14 ago. 2017.

TAPSCOTT, Don. **Blockchain revolution**: como a tecnologia por trás do Bitcoin está mudando o dinheiro, os negócios e o mundo / Don Tapscott, Alex Tapscott. São Paulo: SENAI-SP Editora, 2016.

TRONCOSO, Stacco. **Lessons from the Conference at the European Economic and Social Committee**, 5 December 2016. Disponível em: <<https://blog.p2pfoundation.net/developing-a-coop-commons-alliance-for-a-collaborative-equitable-and-participatory-economy/2017/03/31>>. Acesso em 23 jul. 2017.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, v. 30, n. 1, p. 75-89, 2015.