



As Inovações Tecnológicas na Construção Social dos Mercados: Uma Perspectiva Multidisciplinar¹

Samuel Fernandes Lucena VAZ-CURADO²

Karolyne Santana COSTA³

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

Resumo

A humanidade confronta-se com uma realidade singular, em que os termos inovação, mercado, desenvolvimento econômico e social se conectam em diversas dimensões, impactando e sendo impactados por questões sociais complexas. Na literatura econômica, a teoria da destruição criativa de Joseph Schumpeter estabeleceu novas fundações para o estudo do desenvolvimento econômico. Nessa perspectiva, os processos inovativos causam efeitos disruptivos, capazes de romper com quaisquer noções de equilíbrio. Aqueles organismos de mercado que não inovam ficam para trás na corrida pela sobrevivência empresarial, enquanto os inovadores gozam de altos lucros. As inovações, deste ponto de vista, questionam tudo o que estiver, de certa maneira, acomodado, isto é, que não esteja em constante adaptação, criando novos valores culturais e novas relações sociais. Assim, movimentos intelectuais no âmbito das Ciências Sociais e suas vertentes, como a Nova Sociologia Econômica, Sociologia da Internet e Sociologia Digital, buscam gerar novas contribuições, que apresentem pontos de vistas mais detalhados, na tentativa de compreender os níveis de integração, os efeitos econômicos e a sucessão de fenômenos sociais. Este trabalho é parte de uma pesquisa que coloca o progresso tecnológico no centro da teoria do desenvolvimento econômico e discute suas consequências sociais. Para tanto, apresenta-se uma literatura que conjuga a economia e a sociologia, com o objetivo de investigar instituições como o mercado e seus processos de inovação.

Palavras-chave: desenvolvimento econômico; sociologia econômica; sistemas de inovação.

Introdução

A Economia Compartilhada está em ascensão como modelo de negócio. Tanto economias desenvolvidas quanto emergentes passam a lidar com o surgimento de novas e promissoras empresas, cujo viés é o compartilhamento de bens e serviços reutilizáveis, sempre por meio de plataformas online. A mensuração dos impactos para o desenvolvimento econômico dos países ganha cada vez mais destaque, sendo objeto de pesquisas e levantamento de dados que procuram contribuir no entendimento do modelo enquanto fenômeno mercadológico. Essas

¹Trabalho apresentado no GT 04 – Sociologia econômica: construção social dos mercados do III Seminário Nacional de Sociologia, realizado de forma remota de 08 a 16 de outubro de 2020.

²Professor do Departamento de Economia da UFS, e-mail: samuelvazcurado@gmail.com

³Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFS, e-mail: krolyne.sc@gmail.com



pesquisas buscam entender as dinâmicas existentes neste processo, que se apresenta como um novo e desafiante paradigma tecnológico.

Como exemplos de empresas que se enquadram no arcabouço da Economia Compartilha no contexto da Economia Digital, Schwab (2016) cita Airbnb e Uber. Fundadas há relativamente pouco tempo (2008 e 2009, respectivamente), tornaram-se nomes importantes no mercado, trazendo à tona dinâmicas socioeconômicas complexas e plataformas de consumo diferenciado para os territórios onde operam. Esse movimento de rápida ascensão deve ser visto tanto como reflexo da velocidade de desenvolvimento do produto oferecido, quanto como consequência da acessibilidade às grandes massas.

Para investigar a dinâmica e as consequências dessa nova forma de organização social e econômica, o presente trabalho propõe uma análise multidisciplinar. Ao partir do pressuposto de que a Economia Compartilhada nos moldes atuais, isto é, no contexto da Economia Digital, representa uma fonte de transformação dos mercados, esta pesquisa reconhece a importância de unir a visão sociológica com a visão econômica.

Neste conjunto, encontra-se na discussão pontos importantes de reflexão: os efeitos deste mecanismo são baseados até certo ponto em duas principais medidas que sempre existiram nas relações humanas, as relações de confiança e a partilha de bens? Seria apenas o fator tecnológico o elemento novo para que este mercado, constituído em um modelo que usa os dois elementos citados como geração de riqueza, obtenha sucesso? Qual a importância do atual quadro tecnológico mundial para a modelagem da economia compartilhada? Como ela altera as lógicas sociais das formas de consumo da atual sociedades? Neste arcabouço, quais seriam os possíveis impactos decorrentes do rompimento nas relações de confiança deste modelo?

O artigo pretende, mesmo que de forma sucinta, trazer elementos que possam ajudar nestas reflexões, colocando, a partir da perspectiva da sociologia e da economia, modelos teóricos e dados empíricos que discutam o impacto da Economia Compartilhada e as possíveis implicações dessas questões na sociedade atual. O trabalho considera e debate, ainda, pontos importantes como a possibilidade dela ser parte dos moldes da iminência da quarta revolução industrial.

Este artigo está dividido em cinco seções, além desta introdução. A segunda



seção traz justificativas para uma perspectiva multidisciplinar. A terceira seção apresenta uma teoria das inovações nos moldes da “destruição criativa” de Schumpeter. A quarta seção discute o conceito de economia compartilhada. A quinta e última seção aponta conclusões sobre o conceito de economia compartilhada à luz da teoria das inovações.

Uma perspectiva multidisciplinar

Esta pesquisa tem como objetivo investigar a construção dos mercados a partir do advento da economia compartilhada inserida no contexto da economia digital. A economia digital criou uma infinidade de oportunidades para transformar os mercados, dando ressignificação às relações sociais. É nesse sentido que caminham tecnologias como a internet, o smartphone e o GPS. Essas tecnologias, então, formam plataformas a partir das quais os mercados se transformam. Por exemplo, a empresa Uber deu um novo significado ao transporte urbano individual. Já o Airbnb se apresenta como uma alternativa mais moderna no setor de hotelaria.

Dessa forma, é evidente que esse processo de avanço tecnológico e transformação dos mercados se caracteriza como um fenômeno tanto social quanto econômico. De fato, a ciência econômica é também uma ciência social, embora aplicada. As ciências sociais e as ciências econômicas se complementam no estudo dos mercados, o que exige, portanto, uma análise multidisciplinar.

A ciência econômica trata, entre outros fenômenos, do funcionamento da economia de mercado. A economia de mercado, na definição de Mises (2010, p. 315):

(...) é o sistema social baseado na divisão do trabalho e na propriedade privada dos meios de produção. Todos agem por conta própria; mas as ações de cada um procuram satisfazer tanto as suas próprias necessidades como também as necessidades de outras pessoas. Ao agir, todos servem seus concidadãos. Por outro lado, todos são por eles servidos.

Dessa maneira, a economia é entendida como um sistema fundamentado nas ações humanas, do qual se parte de motivações subjetivas e chega a fins e objetivos subjetivamente valorados. Em outras palavras, o valor que se atribui aos fins e a utilidade que se atribui aos meios para atingir esses fins são ambos fenômenos



subjetivos e inerentes a cada indivíduo. Essa definição permite ir adiante para identificar o significado do conceito de mercado:

O mercado não é um local, uma coisa, uma entidade coletiva. O mercado é um processo, impulsionado pela interação das ações dos vários indivíduos que cooperam sob o regime da divisão do trabalho. (...) Não há nada, em relação ao mercado, que não seja humano, que seja místico. O processo de mercado resulta exclusivamente das ações humanas. Todo fenômeno de mercado pode ser rastreado até as escolhas específicas feitas pelos membros da sociedade de mercado. (MISES, 2010, p. 315-316)

Portanto, o mercado é um fenômeno social, formado enquanto um processo de trocas voluntárias entre indivíduos. Ao se assumir que o mercado é um fenômeno social, pode-se concluir que as transformações pelas quais o mercado passa implicam transformações sociais. Logo, o estudo das transformações dos mercados deve considerar a eventual reorganização social que essas transformações causam.

Os trechos acima fundamentam o argumento em favor da análise multidisciplinar, na medida em que definem tanto a economia de mercado quanto os mercados como fenômenos sociais. Surge, então, o questionamento: por que discutir o impacto das mudanças tecnológicas para a sociedade? Uma das respostas mais simples é a importância de avaliar os impactos objetivamente imensuráveis que estas mudanças exercem sobre os mercados, conforme mostra Howells (2000). Mas o mercado não é a única dimensão em que elas vem provocando alterações significativas. Seus efeitos mostram que podem ser capazes de afetar contextos não somente econômicos. A forma na qual as relações sociais envolvidas ocorrem para que estas atividades econômicas sejam efetivadas também vem sofrendo alterações: a mudança sobre a necessidade de propriedade dos bens é uma delas.

Ter acesso, e não mais propriedade, ou consumir sob demanda são particularidades de comportamento do público que utiliza algumas das empresas que fazem parte da plataforma de economia compartilhada. O modo como este comportamento valida estas plataformas interage diretamente com o fato delas tornarem-se capazes de provocar disrupções em áreas mercadológicas sedimentadas, quebrando muita vezes monopólios industriais compostos por “mercados que exigiam investimentos iniciais maciços – como a compra de um hotel, táxi ou companhia aérea”.

O caso do Uber e do Airbnb podem ser citados como exemplos de



“plataformas de compartilhamento que criam uma distribuição mais homogênea dessas instalações entre as pessoas da sociedade”, e que atestam o comportamento citado quanto à manutenção na esfera social sobre a própria lógica social da posse de bens, conforme os relatos de Kalpaklıoğlu (2018). Esse contexto traz a ideia de que ambos os lados – consumidor e fornecedor – são formados por indivíduos que ampliam suas relações comerciais por meio do avanço tecnológico.

Teoria das inovações

Uma forma de analisar as mudanças provocadas pela economia compartilhada em diferentes dimensões é buscar fundamentar suas bases, inicialmente, através de conceitos consolidados como “destruição criativa”, cunhado por Schumpeter (1942). A economia compartilhada encontra relação conceitual com o que o conceito de destruição criativa procura afirmar. Este termo, segundo Nogami et al. (2019, p.12), identifica um processo que “dinamiza o mercado por meio da competitividade entre as empresas em busca do melhor posicionamento, determinando também a extinção de empresas obsoletas”. Ele continua vivo na pauta da atualidade, pois, em certa medida, dialoga com modelos de negócios do mercado atual, sendo capaz de explicar mudanças na dinâmica do mercado e na evolução do padrão de consumo.

Destruição criativa explica a forma como alguns processos e modelos precisam acontecer para criar novos produtos. Schumpeter (1942) o apresentou como o processo dinâmico central que conduz à mudança capitalista. Na sua análise, ao mesmo tempo em que se criam inovações, também se destroem. Logo, a ruptura, ou desestruturalização, criativa do mercado é necessária ao surgimento de outros novos. A questão atual, no entanto, pretende entender quão mais eficientes esses negócios podem ser, e o porquê.

A teoria econômica schumpeteriana também supõe que há um elemento essencial nesse processo: o emprego de tecnologia moderna que impulsiona a dinâmica inovativa. Quando há uma reunião de novas tecnologias e sua aplicação é viabilizada pelo mercado, as consequências são que as tecnologias tradicionais irão se tornar obsoletas e, desta forma, podem ser esquecidas (SCHUMPETER, 1934). Assim, ela destrói ao mesmo tempo em que cria, em um movimento que promove empresas inovadoras como uma força motriz destacável. O produto destas



empresas diminui o valor agregativo de antigas técnicas e altera posições mercadológicas tradicionais, eliminando antigos postos de trabalho ao mesmo tempo em que cria novos outros, conforme relatou Menezes (2003).

A atualidade da economia compartilhada mostra que cada vez mais diversas empresas procuram atuar neste papel. É o fortalecimento dos termos que o próprio Schumpeter ponderou: o desenvolvimento econômico é dependente desta dinâmica. Muitas empresas inovam, em um primeiro momento, somente para ter uma ferramenta capaz de vencer determinado monopólio e garantir a entrada em um dado mercado. No entanto, a inovação pode se transformar na exploração de uma oportunidade potencial utilizada como uma estratégia relativa a cenários extremamente competitivos e com altas barreiras à entrada.

O processo de destruição criativa é intenso e pode agregar diversas consequências nem sempre mensuráveis, seus efeitos podem ser lineares ou não, pois a sua expansão parece ter impactos não somente nos segmentos ao qual foi planejado, mas atingir segmentos que nem sequer parecem se conectar em uma linha industrial. Observe o processo pelo qual passou a indústria de telefones. Atualmente, os smartphones são considerados mais “inteligentes”, por portarem muito mais recursos do que seu antecessor, o telefone comum (CHOWDHURY, 2012). As taxas de crescimento dos smartphones aumentaram bastante rápido nos últimos 10 anos, com isso veio, também, um salto subliminar para a frente na sua proliferação e a redução da aquisição de linha fixas, caríssimas na fase inicial. A descoberta e adaptação do uso dos aparelhos celulares para acessar a internet causou, ainda mais, mudanças e impactos consideráveis em diversos nichos de mercados que não se limitam apenas ao da telefonia (PENWARDEN, 2014). Este impactos podem ser notados em mercados como, por exemplo, transporte individual e hotelaria.

A destruição criativa atinge, então, modelos de negócio antigos, obrigando-os a adotar novas formas criativas de participar, e isto se amplia incisivamente no mercado. Surgem, em maior velocidade, novos formatos, mais consistentes, apontados como novas estratégias mercadológicas. Ainda que o modelo da Economia Compartilhada pareça estar amparada nesse processo, e ainda que o conceito tenha múltiplas dimensões para ser discutidas, não pode deixar de ser reproduzido como uma área que se propõe a lidar com estas novas estratégias de



mercado, as quais estão em franco crescimento devido à percepção dos novos hábitos de consumir (BELK, 2014).

Este modelo de negócio desaponta como uma plataforma que acolhe a relação entre pessoas unidas pela disposição em compartilhar bens e serviços uns com os outros sobre a perspectiva de um fenômeno tecnológico emergente, que conecta as pessoas através do compartilhamento de seus bens (BELK, 2014). É possível questionar quais razões motivam as pessoas a compartilharem seus bens. Mesmo este não sendo o foco investigativo, é assertivo prever que elas ocorram por razões funcionais, a exemplo da sobrevivência (FINE, 1980), ou até mesmo atos altruístas, cuja intenção é gerar conveniência, cortesia ou gentileza para com os outros. É certo, todavia, que a difusão e utilização em massa deste tipo de economia causa impactos sociais importantes e diferentes nas diversificadas sociedade em que se abriga (HAMARI et al, 2016).

Busca do conceitual

Ao buscar um conceito único sobre economia compartilhada, o que o pesquisador vai encarar é uma série de questões emaranhadas em uma grande narrativa teórica e histórica. Por anos ela vem sendo apresentada de formas distintas e similares e estudada sob o olhar de diversificadas perspectivas. Tem-se, a exemplo, ideias que fundamentam, isto é, dão as bases teóricas, aquilo que vem sendo apresentado como Economia Digital (TAPSCOTT, 1997; BANET-WEISER e CASTELLS, 2019), cujos aspectos fundamentais foram desenvolvidos em outros importantes trabalhos que deram termos similares à ideia, como Nova Economia (CASTELLS, 2004), “Nova Economia Eletrônica Global” (GIDDENS, 2007, p.22) e Economia da Informação e da Internet (SHAPIRO e VARIAN, 1999).

Mais atualmente, entretanto, a adoção do termo propriamente dito da Economia Compartilhada (BANET-WEISER e CASTELLS, 2019; ROGERS, 2017; BELK, 2014) chama atenção, conforme se destaca ainda que fazer economia compartilhando bens e serviços, como explica Belk (2014), seja baseada na atividade humana de compartilhamento que é, sem dúvida, tão antiga quanto a própria humanidade. Compreender que o “Consumo Colaborativo” ou, simplesmente, a “Economia Compartilhada” são fenômenos nascidos na era da Internet traz novos e significativos sentidos, e, quando estas ideias se associam ao



processo de aceleração da inovação, a análise passa a contar com entrementes de variáveis que são capazes de ressignificar qualquer estrutura tradicional da sociedade, incluindo o mercado.

Na busca pela consolidação do conceito de Economia Compartilhada, existem abordagens teóricas que consideram o campo como parte dos novos movimentos econômicos, derivados de um estágio diferenciado do uso de tecnologia. Esta ótica encontra respaldo no entendimento de que o mundo direciona-se para a quarta revolução industrial, cujo fenômeno funde o mundo físico, digital e biológico em unidades de experiências que criam novas formas de distribuir os ganhos de produtividade (SCHWAB, 2016).

Pode-se definir “economia compartilhada” como um modelo de negócios em que aplicativos de smartphone são utilizados para conectar diretamente ofertantes e demandantes de produtos e serviços. A principal característica deste modelo é o aproveitamento de recursos até então ociosos, sejam eles físicos ou humanos. Os novos ativos representam, por um lado, novas formas de gerar riqueza e renda e, por outro lado, oferecem produtos a preços mais baixos do que o de mercados estabelecidos.

No entanto, esse é apenas um formato modernizado da economia compartilhada. O ato de compartilhar bens com o objetivo de complementar a renda, ou mesmo como principal fonte de renda da família, é há muito observado na sociedade. A grande diferença da forma antiga para a forma moderna da economia compartilhada é a disponibilidade e o uso de novas tecnologias. O avanço da economia digital cria um mundo de possibilidades, dentro do qual a economia compartilhada ganhou novo grau de importância.

Diante deste contexto, as empresas que se inserem nesta forma de negócio são qualificadas como um conjunto de organizações que se sustentam estruturalmente no uso intenso de tecnologia. No entanto, este não é o único fator definitivo para o seu sucesso. De forma mais ampla, seu conceito “tem vários ingredientes, características e descritores” (SCHWAB, 2016, p. 145), que vão além do fator tecnológico, ainda que ele seja um elemento indispensável. Nesta ótica, elas envolvem questões complementares, mas indispensáveis, como o nível de confiança entre os agentes, principalmente à medida que confiam nestes sistemas tecnológicos para manter relações econômicas e sociais.



Compartilhamento de dados é característica inerente a esta forma de negócio, mas acaba por impor a questão de segurança, o que reforça a necessidade de confiança. Diferente da maneira padrão de negociar, a economia compartilhada fundamentada no uso intensivo de tecnologia significa a manutenção de informações e dados pessoais dos clientes, mesmo após efetivado negócio. Por exemplo, a localização em que um usuário do aplicativo Uber iniciou sua viagem e seu destino final, além do trajeto em si, são informações pessoais, mas que compõem uma base de dados permanente e levanta formas de insegurança por parte do usuário.

Com relação a confiança e segurança, o Uber, por exemplo, propõe um modelo mais seguro que o táxi, na medida em que oferece maneiras de compartilhar a viagem com outras pessoas via internet, oferece os dados do motorista, oferece dados de localização em tempo real etc. Claro que isso não impossibilita casos de crimes, mas já se mostra uma alternativa mais segura que os táxis, que tiveram que complementar seu serviço também nesse sentido.

Portanto, a confiança é uma das variáveis inerentes ao modelo de negócio da economia compartilhada e levanta relevantes questionamentos na perspectiva social. Uma eventual quebra dessa relação de confiança, devida, por exemplo, ao vazamento de dados, seria capaz de comprometer a empresa? Ademais, os usuários desses serviços confiam na empresa ou no modelo da inovação? Nesse sentido, pode-se dizer que a confiança está na inovação e que isso está claro quando observamos outras empresas, que se utilizam do mesmo método, tais como 99 táxis e iFood, ocupando parcelas expressivas do mercado.

A confiança é um dos elementos que sustentam as novas facetas da economia compartilhada, em que se investe cada vez mais em sistemas tecnológicos capazes de elevar a confiança que os agentes desenvolvem nestas empresas, principalmente quanto à segurança de seus dados privados. Não cabe ao artigo, no entanto, discutir a eficiência desta proteção, apenas analisá-la como um elemento de sustentação para a manutenção do consumo.

O desenvolvimento de ideias mais precisas sobre o conceito de Economia Compartilhada encontrou difusão a partir de 2008, através do professor da Universidade de Harvard, Lawrence Lessig, que a denominou como atividade econômica que envolve o “consumo colaborativo realizado nas atividades de compartilhamento, troca ou aluguel de bens sem que haja, necessariamente, a



aquisição destes” (FERREIRA et al, 2016, p. 3). Uma investigação mais aprofundada poderia refletir, a partir deste conceito, até que proporção o mercado realmente encontrou um novo e recente movimento econômico nesta atividade.

Considerando que questões de compartilhamento e confiança, conforme citado, são as chaves básicas para o modelo de Economia Compartilhada, a questão que se coloca é se há de fato alguma novidade ou se trata-se apenas de uma forma relativamente antiga de fazer negócios, que se difundiu com o avanço tecnológico. É possível afirmar que suas aplicações são inéditas e que a atividade constitui um novo modelo de negócio constituído aos moldes da quarta revolução industrial? Ou, ao contrário, a chave para funcionalidade deste modelo só necessitava de ajustes, como o uso mais intensivo, potente e eficiente de tecnologia? Ainda que esse fosse o caso, não seria também o novo modelo uma inovação, porém nos moldes kirznerianos?

De fato, o compartilhamento de bens com fins lucrativos não é nenhuma novidade. O aluguel de quartos para visitantes, por exemplo, é algo historicamente comum, da mesma forma que a carona mediante pagamento. Como parte do sistema capitalista, o compartilhamento de bens evolui de acordo com os fenômenos que existem na sociedade, tempo e espaço, além de aparato técnico. Trata-se, então, de um conjunto, em que a base humana continua sendo a mesma. Houve apenas uma resinificação e incrementação do modelo, devido às questões da atualidade, principalmente o estado tecnológico, além das oportunidades e necessidades que se apresentam. O ajuste tecnológico, portanto, foi o elemento que faltava para conectar as negociações que já existiam no seio social, criando o elemento de contato das curvas de oferta e demanda no mercado.

Baseado na análise histórica de algumas atividades econômicas, é possível encontrar semelhanças entre as diversas definições do atual conceito de Economia Compartilhada. Uma simples retomada histórica mostra que algumas atividades são soluções comuns e antigas para as necessidades que guiam negociações econômicas em diversas sociedades no mundo.

O compartilhamento de bens é uma ação comum em diversos lugares, e já existia em atividades econômicas do século passado, por exemplo. Sua colaboração na economia local está ligada a um longo período de tempo, inclusive anterior ao uso da própria internet. É válido destacar que não convém tratar aqui a simples



observação sobre o compartilhamento dentro da esfera relacional humana, aquela motivada pelo compartilhamento emotivo ligado a sentimentos pessoais entre as pessoas, mas como uma atividade econômica que sempre existiu e era difundida de acordo com suas possibilidades locais e estruturais, ainda que não estivesse ligada academicamente a um conceito elaborado e que fosse difícil de ser mensurada em produto econômico. Isso posto, nota-se que alguns segmentos de mercado mais antigos ao uso de conexão de redes aproximam-se da ótica conceitual de Economia Compartilhada, que vem sendo trabalhada posteriormente aos anos 2000 e que acabou sendo plenamente difundida apenas em 2008 por Lawrence Lessig.

Há um bom tempo, pessoas de diversos lugares do mundo mantiveram o hábito de disponibilizar quartos ou espaços em suas residências alugadas como pensão. Algumas outras pessoas possuíam a prática de utilizar seu carro para compartilhar caronas, cobrando por elas. A respeito disso, esta sempre foi uma atividade comum no Brasil, por exemplo, implicando que muitos estados criassem leis para coibir o transporte metropolitano e intermunicipal de passageiros. De acordo com a regulamentação brasileira, a carona quando utilizada como fonte de renda sem o devido registro é uma atividade ilegal, considerando-a como caronas clandestinas. Apesar de ter se tornado ilegal, não se exclui a atividade como exemplo do comum compartilhamento de bens com fins lucrativos.

Ainda nesta ótica, Gansky (2010) tratou o conceito de Economia Compartilhada como aquele que deriva de um sistema construído socioeconomicamente envolvendo o compartilhamento de recursos físicos e humanos que geram atividades econômicas, a respeito da produção, da distribuição, da criação, do comércio e do consumo, e que podem utilizar ativos que estavam ociosos, reutilizar produtos e reduzir a aquisição de novos produtos. Obedecendo às funcionalidades que são realizadas a partir de determinada partilha de bens e serviços por pessoas ou organizações, empresariais ou não. Assim, considerando a totalidade desta descrição, nota-se que as atividades desenvolvidas pelas locadoras de vídeos e jogos, além de alugueis de roupas, brechós ou bazares, poderiam ser pensadas como uma atividade econômica movida pela cooperação e compartilhamento. Pois, ainda que não difundidas por aplicativos on-line, suas atividades se assemelham àquelas tratadas conceitualmente por Gansky (2010), ou seja, atividades capazes de gerar valor financeiro por meio da utilização eficiente



dos recursos.

Um exemplo mais recente, possibilitada na década de 90 pelos primeiros anos do advento da internet aberta (World Wide Web), é o eBay. Um site de leilão para venda de coisas usadas foi o start para a empresa criada por um engenheiro de softwares¹ destinada a ligar oferta e demandas de bens ociosos. A eBay é um exemplo daquilo que conceitualmente se aplica ao atual modelo de compartilhamento. Sua lógica encaixa-se no que Schwab definiu como atividade da Economia Compartilhada, para o qual está na ótica de gerar empresas que faz parte de um mercado que visa uma partilha de bens e serviços, habilitada pelo modo on-line das plataformas, que reduzem tanto “os custos de transação e fricção do sistema a ponto de haver ganho econômico para todos os envolvidos” (SCHWAB, 2016, p. 146). O exemplo aqui dado atua através de vendas ofertadas por um site, em que se distribui sem ilusão para as massas até produtos quebrados e sem aparente qualidade e serventia.

Os três conceitos trabalhados pelos autores acima, Lessig (2008), Gansky (2010) e Schwab (2016), fazem parte de uma gama em crescimento. Tendo em vista que não há um consenso para este tema, eles refletem a amplitude conceitual que se estende a este modelo de negócio que cresce e se modifica em alta velocidade, e a necessidade de atualização constante do seu entendimento, por estar na pauta do atual contexto social. Os exemplos aqui tratados colaboram na ideia que ele não pode ser fechado para a época atual, como muitos acreditam. No entanto, é notório que a tecnologia tem acelerado a sua constante transformação e desenvolvimento, seja pelo fato de conectar de forma mais eficiente as curvas de demanda e oferta, ou por simplesmente mudar concepções de consumo que envolvem uma certa quantidade de percepções do próprio ambiente social e de seus indivíduos, as duas propostas não se excluem.

Para a atualidade, então, não se pode negar que a atividade da Economia Compartilhada tem se mostrado capaz de ser algo que leva as pessoas a se conectarem, ainda que não se conheçam, através da disponibilização de seus bens para outras pessoas que buscam apenas o acesso e não a propriedade, bem como faz com que empresas invistam na aquisição de capitais que são muitas vezes colocados para a constante reutilização. Nos dias atuais, cresce a quantidade de itens que se pode compartilhar, como carros, bicicletas, livros, guarda-chuvas,



espaços de vivência, áreas de lazer, malas, entre tantos outros bens. O que não se deve esquecer é que muito do que se está compartilhando são ideias novas e criativas, mas outras são tão antigas quanto a atividade de um caixeiro viajante, tendo apenas encontrado na tecnologia a forma de ampliar suas conexões.

A economia compartilhada é inovativa, mas não disruptiva

A economia compartilhada está inserida no próprio sistema econômico vigente – o capitalismo (NOGAMI et al., 2019). A economia compartilhada enquanto nova forma de negócio não implica uma revolução no sistema, mas, o contrário, reforça a própria lógica capitalista. As características capitalistas de soberania do consumidor, inovações disruptivas e forte concorrência estão também presentes na nova forma de negócio.

Para as empresas enquadradas nesta plataforma, a inovação está na criação de unidades de riqueza de forma eficiente, ao usar a tecnologia em uma função que tende a levar os custos marginais a zero (SCHWAB, 2016), e na diferenciação nos métodos de acesso ao consumo no seu atual estágio. Esse tipo de modelo é capaz de gerar paradigmas econômicos e sociais somente por ser formado por entidades de intenso uso de capital e pouca demanda por mão de obra, desenvolvendo sua produção a custos marginais próximos de zero. Em outras palavras, a inovação se justifica, do ponto de vista econômico, pela prática de atender a novos consumidores sem a expansão dos seus custos totais.

Portanto, estaríamos diante de dois fenômenos distintos. Por um lado, a economia compartilhada enquanto modelo de negócio comum e antigo não se caracteriza como uma disrupção. Nesse sentido, a Economia Compartilhada estaria dentro do modelo de empreendedorismo de Kirzner. Por outro lado, a Economia Compartilhada digital, fenômeno mais recente e manifestado em empresas como Uber e Airbnb, causou uma radical transformação na maneira de se fazer negócios, na medida em que rompeu mercados já estabelecidos, se utilizando de tecnologia recente. Nesse caso, tratar-se-ia de um modelo de empreendedorismo tal qual a teoria da destruição criativa de Schumpeter mostrou.

A presente pesquisa, no entanto, caminha para a conclusão de que a economia compartilhada não é, em si, disruptiva, mas permite novos modelos que se constituem sobre sua base. A economia compartilhada recebeu alguns novos



componentes, entre os principais o excesso dos processos de inovação que usam “dados” como mercadoria. Esse componente mudou o acesso dos seus alcances e acaba fazendo com que os produtos de suas bases possam ser disruptivos, mas nem todos são. Alguns apenas provocam mudanças incrementais nas práticas econômicas, mas elas continuam a ter a mesma base. O que se altera totalmente é a forma de se fazer e o sentido que as pessoas dão a elas. O “serviço” prestado continua a ser o mesmo – transporte individual, no caso da Uber, e hotelaria, no caso do Airbnb.

Pode-se argumentar que a Economia Compartilhada nada mais é do que o empreendedorismo em seu estado mais puro e menos radical. Em contraste à teoria schumpeteriana de destruição criativa, que interpreta a ação empreendedora como exógena, o conceito de empreendedorismo em Israel Kirzner é menos radical. Para Kirzner, o empreendedorismo é concebido como descoberta, avaliação e exploração de oportunidades para criar e capturar valor econômico. Descoberta empresarial, nesse sentido, deve ser entendida como a identificação ou reconhecimento de oportunidades. Oportunidades, por sua vez, são situações as quais o empreendedor aproveita para introduzir novidades, desde produtos e serviços até métodos de produção, a fim de obter lucro (KLEIN; BYLUND, 2014). Portanto, empreendedorismo é encontrar oportunidades e tirar proveito delas.

O empreendedor não visa somente o lucro monetário, mas oportunidades de autossatisfação e resolução de demandas sociais identificadas por meio do seu próprio processo. No fim, todos de alguma forma visam o ganho econômico, mas nem sempre ele é o único objetivo do empreendedor.

Sobre dados, trata-se apenas de uma maneira de categorizar e concentrar preferências humanas. Foi uma forma que a evolução tecnológica ofereceu ao mercado de se resolver o problema da dispersão do conhecimento. Esse problema é, para Hayek, o principal problema social. Estamos diante de uma maneira ideal de concentrar conhecimento? Hayek diria que é, no limite, impossível. Mas isso não impede que se avance nesse sentido. Ocorre que esses dados são compostos de decisões passadas e são entendidos pelas empresas como preferências dos consumidores. Naturalmente, essas empresas podem e vão se equivocar em seus cálculos, uma vez que as preferências humanas são mutáveis. Mas esse modelo deve ser continuado enquanto houver lucro, que é o sinal do mercado de que o



negócio é bem-sucedido.

REFERÊNCIAS

BANET-WEISER, Sarah; CASTELLS, Manuel. Economia é Cultura. In: Manuel Castells (ORG.). **Outra Economia é Possível: Cultura e Economia nos Tempos de Crise**. Editora Zahar, São Paulo, 2019.

BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research** 67, no. 8, 2014: 1595-1600.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2004.

CHOWDHURY, N. Rise of the Smartphone. **Coursework for PH250**. Stanford University, Spring 2012. Disponível em: <http://large.stanford.edu/courses/2012/ph250/chowdhury1/>.

FERREIRA, Karolina Matias; MÊXAS Mirian Picinini; ABREU, Weniston; MELLO, Priscylla Leventis. Economia compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão da literatura. In Congresso Nacional de Excelência em Gestão: **INOVARSE**, Rio de Janeiro, vol. 29. 2016.

FINE, Seymour H. Toward a theory of segmentation by objectives in social marketing. **Journal of Consumer Research** 7, no. 1, 1980: 1-13.

GANSKY, Lisa. **The Mesh: Why the future of business is sharing**. Penguin, 2010.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. Rio de Janeiro. Editora Record, 2007.

HAMARI, Juho; SJÖKLINT, Mimmi; UKKONEN, Antti. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology** 67.9 2016: 2047-2059.

HOWELLS, John. Technological competition, creative destruction and the competitive process. **Working Papers**, No 2000-4, University of Aarhus, Aarhus School of Business, Department of Management, 2003.

KALPAKLIOĞLU, Ceren Süngü. Can Sharing Economy Platforms Create Wealth in Society? **Istanbul Founder Institute**, 2018. Disponível em: <https://fi.co/insight/can-sharing-economy-platforms-create-wealth-in-society>. Acesso em: 23 de março de 2019.

KLEIN, Peter G.; BYLUND, Per. The place of Austrian economics in contemporary entrepreneurship research. **The Review of Austrian Economics**, vol 27, 2014: 259–279.

LESSIG, Lawrence. **Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy**. Penguin Press, 2008.

MENEZES, Robert. Destrução Criativa – a contribuição de Schumpeter para o empreendedorismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO EM ENGENHARIA – COBENGE. XXXV, 2003, Rio de Janeiro, RJ, **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 2003.

MISES, Ludwig von. **Ação Humana: um tratado de economia**. São Paulo: Instituto Mises Brasil, 2010.



NOGAMI, V.K.C.; VIEIRA, F.G.D.; VELOSO, A.R. Concept of innovation in low-income market. **Review of Business Management**, 20(1), 2018: 127–149.

PENWARDEN, Rick. **The Rise of the Smartphone**. FluidSurveys (Online), 2014.

ROGERS, David L. **Transformação Digital**: repensando o seu negócio para a era digital. Rio de Janeiro: Autêntica Business, 2017.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova York: Harper & Brothers, 1942.

SCHUMPETER, Joseph. **The Theory of Economic Development**. Reimpressão inalterada da 4ª edição publicada em 1934. Berlin: Duncker & Humblot, 1987.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro 27, 2016.

SHAPIRO, C.; VARIAN, H.. **A Economia da Informação**: como os princípios econômicos se aplicam à era da Internet. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

TAPSCOTT, Don. **Economia digital**. São Paulo: Makron Books, 1997.