



Consumos, socialidades e politicidades na lógica do compartilhamento¹

Fernanda Elouise Budag²

Universidade de São Paulo (USP) e

Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM)

Resumo

Apresentamos uma primeira sondagem empírica de observação de práticas de consumo associadas a uma proposta de economia compartilhada, assim como nossas impressões introdutórias desse *corpus* embasadas em fundamentação teórica preliminar. Ambas correspondem a etapas iniciais de um estudo mais amplo, o qual assume justamente como objeto de estudo práticas de consumo – aqui entendidas como práticas políticas contra-hegemônicas – articuladas a plataformas de interação social de conceito colaborativo. Desta imersão inicial, depreendemos que são os jovens seus principais precursores; que a tecnicidade, permeando todas as dimensões da vida do sujeito, amarra as politicidades às práticas comunicacionais e de consumo; e que estas mesmas tecnicidades, mesmo que ainda timidamente, animam socialidades e solidariedades, mas, por outro lado, ainda exigirão desses jovens agentes muita criatividade e força transformadora para uma verdadeira disrupção.

Palavras-chave: consumo; politicidades; economia compartilhada.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 5 – Comunicação, Consumo e novos fluxos políticos: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas, do 6º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 13 a 15 de outubro de 2016.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP. Docente da FAPCOM. Integrante dos grupos de pesquisa “Comunicação, educação e consumo: as interfaces na teleficação” (ESPM-SP) e “MidiAto” (ECA-USP). Coordenadora do grupo de estudos “Comunicação, consumo e marcas: aproximações na contemporaneidade” (FAPCOM). E-mail: fernanda.budag@gmail.com.



Introdução: nosso objeto de estudo e a economia compartilhada

Nossa inspiração inicial parte de reflexão do teórico colombiano Jesús Martín-Barbero em *Ofício de cartógrafo* (2004), quando, ao mesmo tempo em que investiga os estudos da comunicação na América Latina, defende a inserção desses mesmos estudos no campo da cultura, sugerindo, entre outras propostas, que

[...] trata-se de compreender as *formas de socialidade* que se produzem nos *trajetos do consumo* (GARCÍA CANCLINI, 1991; SUNKEL, 1999) nos que estes têm de competência cultural, ‘pensável’ desde uma etnografia dos usos que investiga os movimentos de ruptura e continuidade, de enraizamento e deslocalização, assim como as memórias curtas e longas que os atravessam e sustentam. Perspectiva que resulta especialmente *prospectiva* ao se aplicar aos trajetos culturais da geração jovem, que se constituem em grande medida na conexão/desconexão com as tecnologias e sua capacidade de se inserir na velocidade dos tempos. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 256, grifos do autor)

Levando em consideração essa perspectiva, interessam-nos justamente as configurações de socialidades que emergem a partir de “trajetos de consumo” alternativos construídos com a mediação da tecnologia. De forma direta e restrita, situamos nosso objeto de estudo exatamente como as práticas de consumo de sujeitos e suas respectivas narrativas associadas a propostas de economia compartilhada; aqui entendidas como práticas políticas contra-hegemônicas em relação à sociedade midiática e de consumo em que se dão. Ou seja, interessam-nos as práticas e seus significados. Hoje, dentro da lógica da economia compartilhada, o que estão “anunciando” os sujeitos contemporâneos em plataformas de compartilhamento de produtos e serviços? Quem são essas pessoas? Quais os significados que enxergam nessa nova prática de consumo? Há um posicionamento engajado e político por trás de seu comportamento? Um estilo de vida de consumo mais consciente? Quais os usos e os modos em que se dão esses consumos? E os sentidos desse consumo dentro de uma narrativa maior de história de vida? Como as marcas aparecem nesses discursos? Todos esses questionamentos orbitam em nosso campo de interesse, cuja problematização central sintetizamos da seguinte forma: quais as narrativas construídas em torno de novas práticas de consumo atreladas a um projeto de



economia compartilhada e quais os sentidos (políticos) que emergem de seus discursos?

Assim, o objeto de estudo e o problema de pesquisa que acabamos de desenhar dão corpo a uma pesquisa mais ampla, intitulada provisoriamente “Formas de socialidade, politicidades e trajetos de consumo no compartilhar”³, a partir da qual empreendemos aqui apenas um recorte: uma das primeiras aproximações. Neste momento, portanto, articulamos uma fundamentação teórica preliminar com uma primeira sondagem empírica de observação de iniciativas e práticas de produção/consumo que vêm despontando dentro da proposta de economia compartilhada, em plataformas de interação social com conceitos colaborativos.

O que vem se chamando de economia compartilhada ou economia colaborativa vem a ser um novo modo de produção (e consumo) em que as relações se dão sobretudo entre pessoas físicas intermediadas por alguma tecnologia que as conecta e viabiliza a negociação. Esse formato desburocratiza o processo comparado aos trâmites da relação tradicional entre pessoa jurídica e pessoa física, descentraliza o fluxo tão centrado nas corporações e ainda retira intermediários em excesso que podem estar envolvidos encarecendo o processo.

Jeremy Rifkin (2016), futurólogo estadunidense, defende que o capitalismo tem mostrado um lento declínio e que estaríamos caminhando para o que chama de *economia de compartilhamento*, que deve estar instituída como novo sistema econômico até 2050, quando o modelo capitalista passaria a coexistir somente à margem deste novo dominante. Aliás, já estaríamos, segundo o autor, vivenciando *hoje* uma economia híbrida, “[...] parte de mercado e parte de compartilhamento [...]”

³ De cunho qualitativo, o estudo mais amplo compreende o seguinte desenho metodológico (ainda em construção): (1) pesquisa bibliográfica; (2) imersão em plataforma de interação social de conceito colaborativo por ser *locus* que concentra sujeitos no perfil desejado, para operarmos tanto uma observação e um mapeamento de práticas de oferta/consumo aí gestadas quanto uma interação preliminar com possíveis entrevistados para recrutamento para a próxima etapa; (3) entrevista em profundidade para compreensão das práticas de consumo com base em troca e seus significados (políticos), incluindo relato sobre história de vida dos sujeitos para identificação de valores e expectativas para o futuro; e (4), por fim, uma observação etnográfica, para o entendimento dos processos e apropriações dos consumos colaborativos no contexto cotidiano desses atores sociais.



(RIFKIN, 2016, p. 13), aos moldes do que teria acontecido na passagem do sistema feudal para o capitalismo, por exemplo.

Entre as premissas do capitalismo postuladas por economistas, está o fato de que

[...] novas tecnologias aumentam a produtividade, permitindo que o vendedor produza mais bens a um custo menor por unidade. A oferta maior de produtos mais baratos cria sua própria demanda e, no processo, força os concorrentes a inventar suas próprias tecnologias para aumentar a produtividade e vender seus produtos ainda mais barato, para reconquistar ou atrair novos clientes (ou ambos). (RIFKIN, 2016, p. 15)

Tendo esse encadeamento em vista, a economia de compartilhamento seria um novo modelo econômico gerado a partir de uma contradição inerente à própria lógica operacional tão bem sucedida do capitalismo: estimulando constantemente o avanço tecnológico, como o faz o modelo capitalista, chegaríamos a um ponto em que essa tecnologia levaria a produtividade a um ponto tão excelente e a um consequente barateamento tão grande dos produtos que o custo marginal⁴ de produção aproximaria-se do zero. “Em outras palavras, o custo real de produzir cada unidade adicional – descontado o custo fixo – torna-se essencialmente zero, deixando o produto praticamente gratuito. Se isso acontecesse, o lucro, a força vital do capitalismo, desapareceria.” (RIFKIN, 2016, p. 16)

Slavoj Zizek (2015), filósofo esloveno, problematizou recentemente a questão do capitalismo e de sua naturalização; e, nisso, evidenciou, no mínimo, uma insatisfação generalizada da população mundial em relação ao sistema quando localiza um comum sentimento anticapitalista (2015, p. 125) nas variadas manifestações que vem ocorrendo ao redor do Mundo. Ou seja, são movimentos que temos presenciado mais ou menos desde 2010 com a Primavera Árabe no Oriente Médio e Norte da África, avançando para 2011 com o *Occupy Wall Street* nos Estados Unidos e prosseguindo nos últimos anos em países da Europa, como Grécia, Turquia, Espanha e em países em desenvolvimento como o Brasil (com destaque ao mês de

⁴ Em economia, o custo marginal diz respeito ao custo para se produzir cada unidade adicional de um produto além do custo fixo inicial da primeira unidade.



junho de 2013) desencadeados por demandas específicas, mas alimentados pelas sequelas sociais do capitalismo.

O capitalismo global é um processo complexo que afeta diferentes países de diferentes maneiras, e o que unifica os protestos em sua multiplicidade é o fato de serem reações a diferentes facetas da globalização capitalista. Hoje em dia, a tendência geral do capitalismo global é na direção de uma expansão maior do domínio do mercado em combinação com o progressivo fechamento do espaço público, a redução dos serviços públicos (saúde, educação, cultura) e o incremento do autoritarismo. É nesse contexto que os gregos estão protestando contra o domínio do capital financeiro internacional e seu próprio Estado ineficiente e corrupto, cada vez menos capaz de prover os serviços sociais básicos; que os turcos estão protestando contra a comercialização do espaço público e o autoritarismo religioso; que os egípcios protestaram contra um regime autoritário e corrupto apoiado por potências ocidentais; que os iranianos protestaram contra um fundamentalismo religioso corrupto e ineficiente; e assim por diante. (ZIZEK, 2015, p. 126-127)

Em meio a esses ânimos – ou talvez até podemos arriscar afirmar que nutrida por eles –, entra em jogo a economia de compartilhamento, cujos traços já podem ser percebidos hoje, especialmente entre jovens ou pessoas com posturas mais alternativas, que começam a seguir a lógica do colaborativo em muitos âmbitos de suas vidas.

Valores e práticas de produção/consumo emergentes na economia compartilhada

Dados de pesquisa brasileira encomendada em 2015 pela Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA) apontam para uma mudança na relação que os jovens entre 18 e 25 anos estabelecem com o carro hoje no país (SILVA, 2015). O automóvel ainda figura na lista de desejos, mas não ocupa mais uma posição líder como em gerações anteriores. Quando questionados sobre em que investiriam se tivessem R\$ 50 mil, intercâmbio, outros projetos e viagem de estudos aparecem em posições superiores ao carro, que ocupa agora a quarta posição no ranking (SILVA, 2015). Trata-se de uma pesquisa realizada com uma amostra bastante reduzida (somente 404 jovens nas cidades de São Paulo e Ribeirão Preto, ambas do estado de São Paulo), porém que já sinaliza comportamentos e pensamentos emergentes entre as



novas gerações. Inclusive o estudo indica que 77% dos jovens entrevistados afirmam que compartilhariam o carro em sistemas semelhantes ao que já existem com bicicletas na capital paulista. A "15ª Pesquisa Global da Indústria Automotiva – Estratégias para um mercado em rápido desenvolvimento", realizada em 2013 pela KPMG entrevistou 200 executivos da indústria automotiva e reforça esse dado, assinalando o compartilhamento do carro como uma solução de mobilidade (KPMG, 2014).

E, em verdade, essa prática do compartilhamento de veículo já vem acontecendo no Brasil, impulsionada, em sua maioria, por aplicativos. Neste caso, aplicativos com propostas baseadas em alugueis, com destaque ao *Fleety* e ao *Pegcar*, ambas plataformas que permitem que pessoas disponibilizem o seu próprio carro, que está parado durante o dia, por exemplo, para ser alugado por outras que estejam precisando, pagando por horas ou por diárias. Além de gerar uma renda extra ao proprietário (no momento as plataformas cobram 20% do locador, dono do carro), esse tipo de serviço tende ainda a favorecer uma economia para o locatário em virtude do preço ser bem mais competitivo comparado a uma locação de automóvel via empresa tradicional. E, ainda, o que é mais interessante, promove, além do compartilhamento, também a mobilidade e a fluidez no trânsito, pois, teoricamente, em longo prazo, pessoas deixariam de adquirir novos automóveis para usar o carro compartilhado. Ou, ainda, o cidadão pode optar por usar o transporte público (ônibus, trem ou metrô) ou a bicicleta para se deslocar de casa ao trabalho e eventualmente fazer uso do carro compartilhado para alguma reunião ou evento mais especial que exija essa formalidade.

Em outras palavras, o que se vê é o crescimento da prioridade que se dá ao *acesso* ao que se deseja em detrimento da prioridade que se dá à *posse* do que se deseja. Estudo do Boston Consulting Group, de 2013, mostra que foram investidos 170 bilhões de dólares em compras de luxo em contraponto aos 460 bilhões de dólares investidos em viagens de aventuras especiais (YAHN, 2015). “Agora que as pessoas entendem os benefícios de você simplesmente usar algo x possuir algo, a



economia do compartilhamento tem crescido em disparada e em 2014 já movimentou US\$ 15 bilhões” (YAHN, 2015). As pessoas têm preferido, portanto, ter a experiência a ter a propriedade de um bem que, voltando ao exemplo do automóvel, é tão caro (para aquisição e conservação), exige tantos gastos de manutenção (combustível, seguro e impostos) e fica tanto tempo parado na garagem, sem uso, apenas desvalorizando seu valor de mercado.

Na mesma linha de conceito de sites de compartilhamento de carro está o *Airbnb*, plataforma lançada em 2008 que faz a ponte entre quem está procurando hospedagem para alguma viagem e quem tem um espaço disponível para alugar – cobrando uma taxa de 3% do locador. O empreendimento teve uma grande expansão nos últimos quatro anos: no Brasil, de 3.500, passou a 60 mil hospedagens de 2012 a 2016 (EZABELLA, 2016); e já no Mundo, conta atualmente com 1,5 milhão de hospedagens em 191 países (30 mil cidades), apresentando índices que chamam a atenção, como a média de 785 mil pessoas que se hospedam ou recebem alguém pelo site todos os dias (EZABELLA, 2016). Como todo novo modelo de negócio dessa economia de compartilhamento (vide o *Uber* e suas polêmicas), o *Airbnb* também gera discussão, especialmente por parte da convencional rede hoteleira, que sente-se injustiçada e exige regulamentação e cobrança de taxas em algumas cidades. Mas números comprovam que a empresa movimenta e beneficia a economia do local em que está inserida. “[...] hóspedes do site deixaram o equivalente a R\$ 157 milhões em gastos como compras, comida e hospedagem em um ano” em Montreal (Canadá), por exemplo, para apontar apenas alguns dados (EZABELLA, 2016). De qualquer modo, o *Airbnb* trata-se de modelo de negócio que, novamente, assim como os sites de compartilhamento de carro, preza pela renda extra para o anfitrião, pela redução de gastos para o contratante e, sobretudo, a experiência do compartilhar. Nesta situação em particular, consiste em partilha centrada na possibilidade de ter uma experiência de turismo hospedando-se em residência de um habitante do local, carregando o potencial de experienciar de forma ainda mais genuína a cidade.



Outro movimento interessante é dos *crowdfundings*, ou financiamentos coletivos, que consistem na ação de arrecadar, via plataforma online desenhada para este fim, capital para financiar um produto ou iniciativa interessante através da colaboração de múltiplos investidores, geralmente pessoas físicas que cedem uma quantia para que o projeto saia do papel. E, de fato, essas ideias somente ganham vida dessa forma; dificilmente conseguiriam investimento via outro formato convencional. Um exemplo brasileiro é o *Catarse*, comunidade de financiamento coletivo que em outubro de 2015 contava com a marca de 2 mil projetos financiados por 241 mil pessoas que doaram 35 milhões de reais desde 2011 (BLOG CATARSE, 2015).

Há ainda uma infinidade de iniciativas colaborativas despontando. O *Cabe na mala* é um “site de entrega colaborativa” que interliga uma pessoa que está desejando/precisando de um produto do exterior com pessoas que vão viajar e podem trazer essa mercadoria em sua mala. Em troca, o turista/entregador recebe o que o site chama de “recompensa”, um valor pelo favor realizado. Ainda, ganhando bastante relevância atualmente, há espaços de trabalho coletivo, ou *coworking*, ambientes bem equipados e destinados a serem compartilhados por vários profissionais, a um custo menor do que se cada um tivesse o seu próprio lugar de trabalho. Proposta que, novamente, fecunda trocas de contatos e experiências; em que se destaca, em São Paulo, o *House of All*, empreendimento que congrega espaços de compartilhamento diversos, como o *House of work*, um escritório munido de mesa e estrutura adequadas; o *House of Learning*, uma espécie de sala de aula destinada a eventos voltados a ensino/aprendizagem; e o *House of Food*, uma cozinha compartilhada dotada de equipamentos e utensílios para cozinheiros autônomos; entre outros. O *House of All* defende, pois, que compartilha mais do que simplesmente um espaço de trabalho e, sim, compartilha paixões; autodenominando-se como um *copassioning space* (espaço de compartilhamento de paixões).

As práticas de consumo via compartilhamento, quando se trata da questão da mobilidade urbana, de que tratávamos há pouco, estão bastante relacionadas a um descontentamento com congestionamentos no trânsito das cidades, mas também a



uma maior preocupação das pessoas com a degradação do meio ambiente, a redução na geração de dióxido de carbono na atmosfera e níveis de poluição, enfim, um entendimento da importância da sustentabilidade para o planeta⁵. Preocupação sustentável que tem se refletido também em outras práticas. Ou melhor, a economia colaborativa, ou compartilhada gera um consumo colaborativo – ou compartilhado. Em outras palavras, a proposta do consumo colaborativo é incentivar que um produto seja utilizado por mais pessoas; prolongando sua vida útil e evitando seu descarte prematuro; e, com isso, preservando os recursos naturais, uma vez que se está poupando o uso de matérias-primas para fabricação de novos produtos. Novamente, portanto, despontando a promoção e a sustentação de um pensamento mais sustentável. E algumas iniciativas atuais deixam mais evidente essa característica do consumo colaborativo. O *Joanninha* é uma plataforma de aluguel de brinquedos que nasceu da ideia de que as crianças merecem brincar, mas enjoam rapidamente dos brinquedos. Assim, o aluguel destaca-se como uma solução mais econômica e sustentável do que comprar sempre mais e novos brinquedos que serão descartados pela criança em pouco tempo. Mais econômica e sustentável tanto para os pais quanto para o planeta.

Todos esses exemplos explorados até aqui envolvem o acesso ao bem ou serviço pagando-se uma quantia em dinheiro em troca. Contudo, há iniciativas que avançam ainda mais nesse conceito do compartilhamento e do colaborativo (e que nos chamam ainda mais a atenção e pelas quais alimentamos um maior interesse) que não envolvem a moeda monetária na troca. Como a *Bliive*, que se autodenomina “a rede social de troca de tempo”, na qual a moeda são os minutos do usuário dedicados a

⁵ Não convém entrarmos demais na discussão aqui, mas outra solução que vem sendo apontada para a mobilidade urbana são os chamados carros elétricos autônomos compartilhados, em que empresas de tecnologia como Google e Apple vêm investindo tempo e dinheiro, além de ser foco de pesquisas e protótipos também de montadoras. Seriam veículos desenvolvidos de tal forma que funcionam sem a condução humana ao volante. Mais compactos, agilizariam a questão das vagas de estacionamento cada vez mais escassas; mais ecológicos, consumiriam menos combustíveis fósseis por serem elétricos; e, claro, sendo compartilhados e não individuais, reduziriam a quantidade de carros nas ruas, favorecendo a mobilidade (ROCHA, 2015). Por outro lado, entram em debate questões como: quem se responsabilizaria por um eventual acidente causado por um carro autônomo, sem uma condução humana ao volante? (MOURA, 2014).



certa prestação de serviço de sua competência, contabilizados e utilizados para a contratação de serviço de seu interesse. Ou, ainda, a *Tem Açúcar?*, “uma plataforma de empréstimos e doação de coisas entre vizinhos”, cujo conceito defende um consumo mais consciente, desestimulando a constante posse de novos bens e incentivando o “pegar emprestado” em detrimento à compra/venda. Isso apenas para mencionar duas propostas tecnológicas que chamam a atenção por estarem propondo formatos que subvertem a lógica convencional de produção/consumo ao adotarem formatos originais de pagamento/remuneração por bens e serviços que não o capital monetário.

Considerações finais (iniciais)

A partir desse mapeamento que empreendemos de iniciativas e práticas de produção/consumo associadas a uma proposta de economia compartilhada, mesmo que bastante inicial e parcial, traçamos agora nossas primeiras impressões. Identificamos, de imediato, que são os jovens quem mais têm abraçado tais práticas que evocam o conceito do colaborativo/compartilhado. Tanto os sujeitos que encabeçam e produzem as iniciativas são jovens, quanto os que as praticam consumindo – que é especialmente o que nos interessa mais de perto – são também jovens. E uma vez que partimos da perspectiva de que essa juventude está assumindo comportamentos de consumo alternativos ao convencional, adotando visões e posturas sustentáveis, conscientes e desburocratizantes e, sobretudo, rompendo com padrões econômicos firmemente estabelecidos, estariam operando uma resistência, aos moldes da “resistência juvenil” defendida por Freire Filho (2007):

Tradicionalmente associada a protestos organizados ou insurreições coletivas de larga-escala contra instituições e ideologias opressivas, a noção de *resistência* passou a ser frequentemente relacionada, desde os anos 1980, com ações mais prosaicas e sutis, gestos menos tipicamente heróicos da vida cotidiana, não vinculados a derrubadas de regimes políticos ou mesmo a discursos emancipatórios. (FREIRE FILHO, 2007, p. 19, grifo do autor)



Esses jovens estariam, assim, praticando politicidades (ROCHA, 2012), ações políticas que escapam dos espaços políticos tradicionais e são operadas em seu dia a dia. E tais politicidades e ações disruptivas de sujeitos em sua cotidianidade estão sendo muito mais impelidas e ganhando muito mais exposição por meio do ambiente digital e do compartilhamento que ele possibilita. A nosso ver, a tecnologia digital, de fato, é um grande impulsionador da economia compartilhada, com todo o seu estímulo ao trabalho em rede. Mas não a enxergamos somente enquanto técnica, e sim enquanto *tecnicidade*, como coloca Martín-Barbero (2004), conceito que diz respeito ao que “[...] na sociedade não é só da ordem do instrumento mas também da ordem da sedimentação de saberes e da constituição das práticas.” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 235). Em outras palavras, a tecnologia, como é o caso do digital, altera nossas percepções sobre o mundo, sobre o tempo e rearranja nossa experiência em sociedade – na direção da emergência de um novo *sensorium* talvez, como apontado por Walter Benjamin⁶ (1994). E, assim, neste contexto de economia compartilhada, permeando todas as dimensões da vida do sujeito, a tecnicidade amarra as politicidades às práticas comunicacionais e de consumo e à sociedade contemporânea.

Ainda, muitas dessas práticas colaborativas mapeadas celebram e incentivam a *socialidade*, aqui entendida aos moldes de como propõe Martín-Barbero: “[...] trama de relações cotidianas que tecem os homens ao se juntar, e nas quais se ancoram os processos primários de interpretação e constituição dos sujeitos e identidades.” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 230-231) Tais práticas motivam a socialidade porque promovem relações e interações entre sujeitos; mediadas, sim, pela tecnologia, mas que se dão também no presencial concreto dos espaços públicos ou privados. E, ainda mais, se pensarmos nas plataformas que promovem as trocas de bens simbólicos ou materiais *a partir de busca geográfica* próxima ao local em que se está, podemos

⁶ “No interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo que seu modo de existência. O modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente.” (BENJAMIN, 1994, p. 169, grifos do autor)



arriscar afirmar que resgatam uma certa “solidariedade vicinal”. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 254)

E quando refletimos sobre as práticas que rompem de maneira mais radical com a dinâmica da economia capitalista, como as plataformas digitais de interação social que fomentam as trocas *sem capital monetário*, podemos sustentar que estas são apenas pequenas sementes de um movimento ainda muito tímido que tem potencial para desabrochar e se espalhar; porém que traz ainda ressalvas e contradições. Dialogamos então com Rifkin (2016), que procura explorar como mudanças no comportamento das pessoas têm estimulado o colaborativo e superado valores típicos do capitalismo, mas deixando evidente também que, apesar de apostar na marginalização do sistema capitalista, a maioria dos teóricos, mesmo entre os grandes partidários da economia de compartilhamento, não acreditam que ele vá ameaçar efetivamente o modelo vigente.

O sentimento prevalente, mesmo entre os proselitistas mais ardentes do novo modelo, é que um futuro colaborativo vai expandir consideravelmente a participação e a criatividade humana por toda a sociedade e uniformizar a maneira como organizamos a vida institucional em praticamente todos os campos, mas em última análise será absorvido em um capitalismo de mercado mais humano e eficiente. (RIFKIN, 2016, p. 37)

Este raciocínio faz sentido especialmente se analisarmos algumas cifras: mesmo *startups* totalmente concebidas no modelo colaborativo tornam-se empresas extremamente bem sucedidas que concentram lucro e capital. Basta observar os números gigantescos que o *Airbnb* acumula: recebeu aporte financeiro em 2015 da ordem de 1 bilhão de dólares; tinha a previsão de faturamento, também para 2015, de US\$ 800 milhões; e sua marca estava avaliada em US\$ 24 bilhões, enquanto o Marriott International, grande rede tradicional de hotéis, estava avaliada em US\$ 21 bilhões (VAZ, 2015). Em outras palavras, a era do compartilhamento nasce de uma brecha do capitalismo e tem uma virtual capacidade transformadora, mas alguns de seus empreendimentos, no momento, ainda acabam seguindo a lógica do sistema capitalista vigente. E aqui acreditamos na criatividade, na “resistência” e na força inovadora dos sujeitos, especialmente dos jovens, para a construção de um futuro



diferente. Jurandir Freire Costa (2004), psiquiatra e psicanalista, quando convidado a pensar sobre as “perspectivas da juventude na sociedade de mercado”, propõe que uma das possibilidades centrais é o “voltar-se para o outro”, inclusive mencionando como tem aumentado o número de jovens com uma “nova maneira de pensar”, que acreditam em ideais de justiça e respeito pelo outro; agindo como verdadeiros agentes de transformação social.

Não vejo outra saída, exceto recobramos a confiança em nosso poder de transformação, como criadores que somos. Repito, no entanto, que para isso é preciso recuar da posição na qual fomos postos, qual seja, a de indivíduos exclusivamente voltados para o próprio umbigo. A mudança, portanto, exige que pensemos que o que todos fazemos no dia a dia, em qualquer atividade profissional ou cultural, é importante. O que cada um de nós faz ou diz importa e muito! O mundo se faz de pequenos gestos cotidianos e das grandes crenças que os sustentam. (COSTA, 2004, p. 88)

Em suma, a partir de seu cotidiano e de seu trabalho é possível aos jovens operarem politicidades e rupturas com a assunção de um novo olhar e um novo agir sobre a realidade e, nisso, tendo o consumo como prática articuladora. Todo esse mapeamento e essas nossas primeiras impressões serão, a partir de agora, nossos pressupostos para darmos continuidade a uma fundamentação teórica mais densa e operacionalizarmos nossas etapas de campo do estudo mais amplo: perfazendo a passagem do concreto (fenômenos comprovados empiricamente) ao abstrato da teoria e retornando ao concreto; para dar conta da complexidade da natureza do objeto.

Referências bibliográficas

AIRBNB. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br>>. Acesso em: 14 mar. 2016.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994 (Obras escolhidas v. 1).

BLIIVE. Disponível em: <<http://bliive.com/?lang=pt-br>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

BLOG CATARSE. (2015). *Mais de 2 mil projetos de crowdfunding financiados no Catarse*. Disponível em: <<http://blog.catarse.me/crowdfunding-financiados-catarse/#more-23554582356>>. Acesso em: 07 mar. 2016.



CABE NA MALA. Disponível em: <<https://www.cabenamala.com.br>>. Acesso em: 06 abr. 2016.

CATARSE. Disponível em: <<https://www.catarse.me>>. Acesso em: 07 mar. 2016.

COSTA, Jurandir Freire. Perspectivas da juventude na sociedade de mercado. In: NOVAES, REGINA; VANNUCHI, Paulo. Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, p. 75-88.

EZABELLA, Fernanda. (2016). 'Parte da viagem', site Airbnb quer crescer além da hospedagem. Disponível: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/02/1740910-parte-da-viagem-site-airbnb-quer-crescer-alem-da-hospedagem.shtml>>. Acesso: 06 mar 2016.

FLEETY. Disponível em: <<https://www.fleety.com.br>>. Acesso em: 06 mar. 2016.

FREIRE FILHO, João. *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HOUSE OF ALL. Disponível em: <<http://www.houseofall.co>>. Acesso em: 06 abr. 2016.

JOANNINHA. Disponível em: <<http://www.joanninha.com.br>>. Acesso em: 07 mar. 2016.

KPMG. (2014). *15ª Pesquisa Global da Indústria Automotiva*. Disponível em: <http://www.kpmg.com/br/pt/estudos_analises/artigo_sepublicacoes/paginas/release-15a-pesquisa-global-da-industria-automotiva.aspx>. Acesso em: 06 mar. 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MOURA, Marcelo. (2014). *Afrouxem os cintos: o piloto sumiu*. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/07/afrouxem-os-cintos-bo-piloto-sumiub.html>>. Acesso em: 06 mar. 2016.

PEGCAR. Disponível em: <<https://www.pegcar.com>>. Acesso em: 06 mar. 2016.

RIFKIN, Jeremy. *Sociedade com custo marginal zero*. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2016.

ROCHA, Paulo. (2015). *O Uber além do Uber e a revolução da indústria automobilística*. Disponível em: <http://www.proxima.com.br/home/conectados/2015/09/O-Uber-al-m-do-Uber-e-a-revolu--o-da-ind-stria-automobil-stica.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newslet>. Acesso em: 06 mar 2016.



ROCHA, Rose de Melo. Culturas juvenis, consumo e politicidades: uma abordagem comunicacional. In: Inês Sampaio. (Org.). *Comunicação, Cultura e Cidadania*. Campinas: Pontes Editores, 2012, p. 95-106.

SILVA, Cleide. (2015). *O que um jovem faria com R\$ 50 mil?*. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/cleide-silva/o-que-um-jovem-faria-com-r-50-mil/>>. Acesso em: 05 mar. 2016.

TEM AÇÚCAR?. Disponível em: <<http://www.temacucar.com>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

VAZ, Tatiana. (2015). *Com aporte de US\$ 1 bi, Airbnb pode ser maior que o Marriott*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/com-aporte-de-us-1-bi-airbnb-pode-ser-maior-que-o-marriott>>. Acesso em: 07 mar. 2016.

YAHN, Camila. (2015). *Estudo mostra que geração dos Millennials prefere experimentar do que consumir*. Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/business/estudo-mostra-que-geracao-dos-millennials-prefere-experimentar-do-que-consumir/>>. Acesso em: 05 mar. 2016.

ZIZEK, Slavoj. *Problema no paraíso: do fim da história ao fim do capitalismo*. São Paulo: Zahar, 2015.