



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Ramon Bezerra Costa

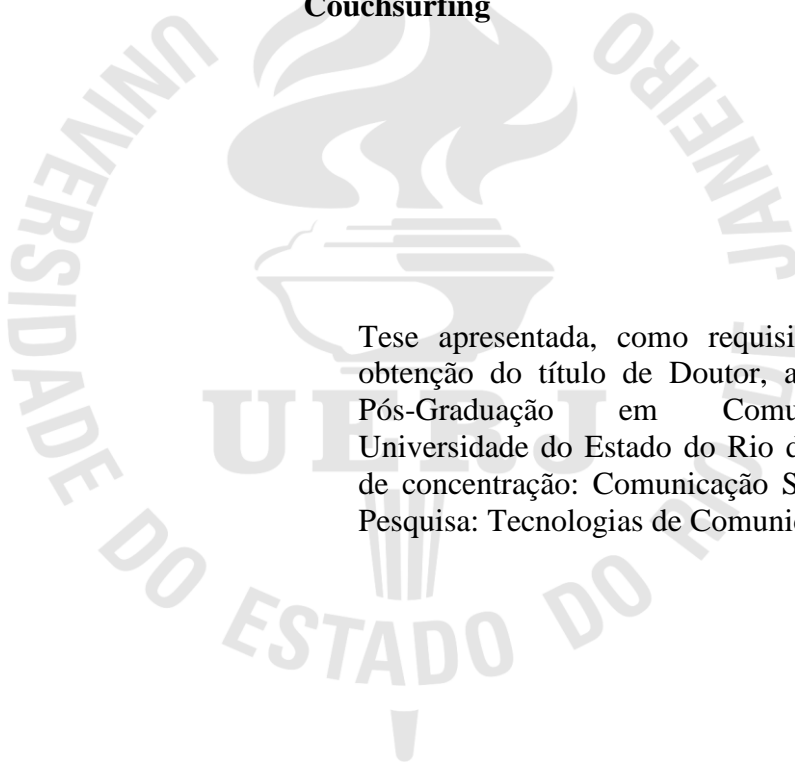
**Economia da Confiança: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb  
e no Couchsurfing**

Rio de Janeiro

2017

Ramon Bezerra Costa

**Economia da Confiança: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb e no Couchsurfing**



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social. Linha de Pesquisa: Tecnologias de Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Fernando do Nascimento Gonçalves

Rio de Janeiro

2017

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

C837 Costa, Ramon Bezerra.  
Economia da Confiança: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb e no Couchsurfing / Ramon Bezerra Costa. – 2017.  
243 f.

Orientador: Fernando do Nascimento Gonçalves.  
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.  
Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação Social – Teses. 2. Comunicação e tecnologia – Teses. 3. Economia – Teses. I. Gonçalves, Fernando do Nascimento. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

es

CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Ramon Bezerra Costa

**Economia da Confiança: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb e no Couchsurfing**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social. Linha de Pesquisa: Tecnologias de Comunicação e Cultura.

Aprovada em 20 de fevereiro de 2017.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Fernando do Nascimento Gonçalves (Orientador)  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Alessandra Aldé  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

---

Prof. Dr. Marcelo Fornazin  
Departamento de Informática e Ciência da Computação – UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Gisela Grangeiro da Silva Castro  
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/São Paulo

---

Prof. Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral  
Escola de Comunicação – UFRJ

Rio de Janeiro

2017

## DEDICATÓRIA

À Natália.

## AGRADECIMENTOS

Ao longo dos últimos anos acumulei uma lista de incontáveis pessoas para agradecer. Aqui cito apenas algumas delas, não necessariamente nessa ordem.

À minha família, em especial à minha mãe, Gorete, pelo eterno incentivo; ao meu tio, Henrique, pelo “empurrão” oportuno e apoio ao longo do processo; e à minha irmã e ao meu cunhado, pela generosa e expressiva ajuda.

À Natália por eu ter chegado até aqui e por alguns motivos específicos: por ser minha “mecenas”, por aceitar a distância, pela paciência, por não desistir de mim, pelo imensurável incentivo, pelas críticas e “frases precisas nos momentos devidos”, por me amar.

Ao meu orientador, eterno mestre e amigo, Fernando, por acreditar em meu trabalho, me estimular, pelos exemplos de generosidade, paciência e tantas outras lições que ainda estou aprendendo.

Ao meu sogro e minha sogra, que me receberam como um filho no período de escrita desta tese.

À Viviane pelas ideias e referências que foram essenciais a este estudo.

Aos meus “padrinhos” (Zé e Pimp) e minha “madrinha” (Francine), pelo companheirismo, disposição e amor.

À Lisania, uma mãe adotiva, que me ajuda até onde meu orgulho não impede.

Aos professores do PPGCOM/UERJ pelo ótimo ambiente de aprendizado, em especial à Alessandra Aldé, Fátima Regis, Cintia Sanmartin, Muniz Sodré, Erick Felinto, Vinicius Andrade Pereira e Ricardo Freitas.

Aos amigos que participaram desse percurso: Luciano, Ana Camila, Rosane, Chico, Ivan, Flávia, Pollyana, Isabel, Paula, Letícia, João, Tatiane, Fernanda, Raquel, Emerson, Yuri, Edu, Camila, Helena(s).

À UFMA, na figura do Departamento de Comunicação Social, e aos colegas que concordaram, gentilmente, com meu afastamento por um semestre.

À Faperj pelos meses de bolsa que permitiram a realização deste estudo.

Aos funcionários da Secretaria do PPGCOM/UERJ pela paciência e auxílio de sempre.

Às pessoas que, atenciosamente, contribuíram com a pesquisa fornecendo entrevistas e ideias ao trabalho.

Da nossa imersão na escassez surgem hábitos de escassez.  
Da escassez de tempo surge o hábito de se apressar.  
Da escassez de dinheiro surge o hábito da ganância.  
Da escassez de atenção surge o hábito do exibicionismo.  
Da escassez de trabalho com significado surge o hábito da preguiça.  
Da escassez de aceitação incondicional surge o hábito da manipulação.  
É de se admirar que estamos causando tanto estrago no planeta?

*Charles Eisenstein*

## RESUMO

COSTA, Ramon Bezerra. *Economia da Confiança*: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb e no Couchsurfing. 2017. 243 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

O que está sendo chamado de “economia da confiança” diz respeito a um processo de vinculação social que pressupõe três características: a dinâmica entre pares, impulsionada pelas tecnologias digitais de comunicação; a construção da confiança entre desconhecidos e a percepção de que existe abundância de recursos e não escassez. Tais práticas lembram as costumeiras trocas e empréstimos entre vizinhos, familiares e conhecidos, que agora estão acontecendo entre estranhos e requerendo que se confie em alguém que nunca se viu, a partir de outras dinâmicas, instaurando singulares relações que parecem estar em algum lugar entre as simples transações comerciais e pessoais. Diante disso, o objetivo desta tese é analisar os processos de construção dos vínculos sociais e de comunicação nas práticas que estão sendo chamadas de economia da confiança. Essa análise segue especificada em três aspectos: a “dinâmica entre pares” enquanto modo de funcionamento; a “confiança” como reguladora do processo; e a “abundância” como premissa. As análises são centradas em duas iniciativas da área da hospitalidade: o Couchsurfing e o Airbnb – sites que permitem receber e se hospedar na residência de desconhecidos, pagando ou não por isso. As orientações metodológicas seguidas tem inspiração no método da cartografia que alguns pesquisadores sistematizaram a partir dos trabalhos de Gilles Deleuze e Félix Guattari.

Palavras-chave: Economia da Confiança. Vínculos Sociais. Tecnologias Digitais de Comunicação. Confiança. Abundância.



## ABSTRACT

COSTA, Ramon Bezerra. *The Economy of Trust: on forming social bonds over Airbnb and Couchsurfing*. 2017. 243 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

The so-called ‘economy of trust’ has a bearing on the social bonding process which underlies three factors: pair dynamics driven by digital communications technologies; trust building among complete strangers and the agreed-upon perception that there is resource abundance as opposed to resource shortage. Such practices recall the late commonplace borrowing, lending and swapping goods with neighbors, family members and acquaintances which are now extended to strangers even entailing a trust in people one has never seen face-to-face. The basis for starting such unique relationships seems to be lying somewhere in between the core of very basic trading and personal transactions stemming from other group dynamics, i.e. social media. In the light of the foregoing, the goal of this dissertation is to analyze social bond formation processes in the so-called ‘economy of trust’ practices. This analysis is based upon three aspects each serving a specific purpose: ‘pair dynamics’ as the method of operation; ‘trust’ as the control device of the process and ‘abundance’ as the premise. All analyses are centered on two online hospitality exchange sites: Airbnb and Couchsurfing which offer room and board for a fee and free room and board respectively. The methodological orientation that was followed is inspired by the cartographic method systematized from Gilles Deleuze and Felix Guattari’s works.

Keywords: Economy of Trust. Social Bonds. Digital Communications Technologies. Trust.

Abundance.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema da Economia da Confiança.....	22
Figura 2 - A economia da confiança.....	61
Figura 3 - Entre Sujeitos e Funções.....	124
Figura 4 - Indicação do superhost na página de busca. ....	152
Figura 5 - Indicação do superhost no anúncio. ....	153
Figura 6 - A questão da confiança. ....	168
Figura 7 - Tweet de Brian Chesky.....	196
Figura 8 - Entre a escassez e a abundância.....	216

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
1	<b>ECONOMIA DA CONFIANÇA: DELINEANDO UM OBJETO DE ESTUDO</b> .	18
1.1	<b>Desenhando a economia da confiança</b> .....	22
1.1.1	<u>Espaços de trabalho</u> .....	23
1.1.2	<u>Dinheiro</u> .....	31
1.1.3	<u>Educação</u> .....	35
1.1.4	<u>Objetos e Tarefas</u> .....	36
1.1.5	<u>Transporte</u> .....	39
1.1.6	<u>Alimentação</u> .....	44
1.1.7	<u>Turismo e hospitalidade</u> .....	47
1.2	<b>A economia da confiança como fenômeno social e de comunicação</b> .....	49
1.3	<b>Um apreço pelos arranjos instáveis e heterogêneos</b> .....	65
1.3.1	<u>Os processos de vinculação social</u> .....	65
1.3.2	<u>O método da pesquisa</u> .....	73
2	<b>DINÂMICA ENTRE PARES</b> .....	84
2.1	<b>Sobre a dinâmica entre pares</b> .....	92
2.2	<b>Na trilha dos vínculos</b> .....	104
2.3	<b>Colaborando entre sujeitos e funções</b> .....	120
3	<b>A CONFIANÇA ENTRE DESCONHECIDOS</b> .....	136
3.1	<b>A confiança e seu papel</b> .....	137
3.2	<b>Construindo a confiança entre desconhecidos</b> .....	146
3.3	<b>A confiança como figura epistemológica da comunicação</b> .....	159
4	<b>A ABUNDÂNCIA DE RECURSOS</b> .....	174
4.1	<b>Das premissas às dinâmicas</b> .....	175
4.2	<b>Da escassez à abundância</b> .....	189
4.3	<b>Relações econômicas como questão de vínculo social e de constituição de sujeitos</b> .....	207
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	218
	<b>APÊNDICE A – Lista com algumas experiências da economia da confiança</b> .....	239
	<b>APÊNDICE B – Roteiro das entrevistas semiestruturadas</b> .....	243

## INTRODUÇÃO

Vamos imaginar que você precisa viajar do Rio de Janeiro a São Paulo para participar do lançamento do livro de um amigo que foi financiado através de crowdfunding<sup>1</sup>. Para se hospedar, ao invés de ficar em um hotel, você alugou um quarto no apartamento da Natália ou pediu o sofá do Luciano. No jantar, ao invés de ir a um restaurante, você decidiu comer na casa da Estela. Para se deslocar pela cidade, pegou carona com o Augusto, a Carol, a Aline e a noite alugou o carro do Marcos. Em sua casa no Rio você contratou o Hugo para passear com seu cachorro enquanto estiver fora. É importante lembrar que, antes de viajar, você alugou seu apartamento por dois dias para a Letícia e trocou seu disco de vinil Abbey Road (1969) dos Beatles com o Mateus por um casaco de couro – porque está frio em São Paulo. No entanto, você não conhecia nenhuma dessas pessoas. Essas transações, que parecem estar em algum lugar entre as relações comerciais e pessoais, foram realizadas por meio de sites com desconhecidos que lhe pareceram confiáveis. Crescemos ouvindo para “não falarmos com estranhos”, mas aparentemente sempre nos relacionamos com eles. Só que atualmente em condições curiosas.

De maneira geral, tais práticas são “mediadas” por empresas, que funcionam a partir de sites ou aplicativos de celular e organizam as interações entre as pessoas, de modo a construir confiança entre desconhecidos e facilitar os intercâmbios, a partir dos quais parecem “emergir singulares vínculos sociais”. Essas empresas, ainda que ofereçam hospedagem como os hotéis, por exemplo, não possuem nenhum quarto e geralmente ganham uma porcentagem sobre cada transação realizada entre os “pares desconhecidos”. Tal modo de funcionamento, que está presente em parte significativa dessas experiências, constitui um modelo de negócios ainda não regulamentado na maioria dos países.

Você já pensou que eu poderia dirigir seu carro no tempo que ele fica ocioso ou dormir no seu quarto de hóspedes enquanto você ganha uma renda extra? Posso também fazer algumas de suas tarefas domésticas, alugar minha furadeira e incrementar minha renda. Estas práticas estão se tornando cada vez mais corriqueiras para muitas pessoas, no Brasil e no mundo, e ganhando uma visibilidade que lhes garante o estatuto de um fenômeno social não negligenciável. Podemos perceber o alcance desse fenômeno também nas cidades que alteraram suas legislações para abarcar modelos de negócios como esses; nas manifestações

---

<sup>1</sup> Financiamento coletivo baseado na doação de várias pessoas, em geral desconhecidas, através de um site.

de certas categorias de profissionais que estão se sentindo ameaçados por esses empreendimentos; no crescente número de iniciativas que oferecem esses serviços e no valor de mercado de algumas dessas empresas, que está na casa dos bilhões.

Contudo, acessar produtos e serviços por meio da troca ou do empréstimo não é novidade. Quando eu era criança, lembro-me de um vizinho (o único que tinha carro – um fusca) que levava diversas pessoas com ele todos os dias para o centro da cidade. Eu tinha também uma vizinha que sempre pedia algo emprestado para minha mãe, mas nunca devolvia, o que não parecia ruim, porque elas eram muito amigas e minha mãe também pegava coisas emprestado. Lembro ainda das vaquinhas realizadas entre as crianças do bairro para comprar uma bola para a “pelada” do fim de semana. Isso sem contar serviços como bibliotecas, aluguel de carros e uma infinidade de outros.

O que parece existir de diferente, ou singular, entre essas experiências da minha infância e as que eu pedi que você imaginasse é que, atualmente, essas trocas estão se dando entre completos desconhecidos através de sites e aplicativos de celular sem a “fiscalidade” de um lugar, como nas relações de vizinhança, onde as pessoas já se conheciam, indicando aquilo que aparentemente caracteriza uma situação de “confiança”. Além disso, esses intercâmbios atuais entre desconhecidos estão gerando renda aos envolvidos, o que configura essas iniciativas como modelos de negócios rentáveis. Parece uma mistura de relações pessoais com práticas econômicas. Entretanto, é importante notar que não se trata de pensar como o mercado está ficando melhor ou como as pessoas podem ser generosas, mas de observar a emergência de singulares relações entre os sujeitos e tais modelos de negócios.

Nos últimos anos, diversos periódicos, de vários países, têm noticiado esse fenômeno. Em 2011, por exemplo, a Revista Time elegeu as “10 ideias que vão mudar o mundo” e esse fenômeno foi apontado como uma delas (WALSH, 2011). Quatro anos depois, com a temática representada em diversas empresas conhecidas, a mesma revista a traz como reportagem de capa (LAURENT, 2015). Isso sem contar as notícias em telejornais locais e de inserção nacional, geralmente enfatizando as “novas” maneiras de incrementar a renda. Além de sua presença nos meios de comunicação, várias organizações, eventos e pesquisas também surgiram para tratar do tema a partir de diversas perspectivas: como estratégia de geração de renda, de preservação do meio ambiente e otimização de bens comuns e como mecanismo de intervenção política, entre outras.

É importante ressaltar que esse fenômeno faz parte de um conjunto de experiências que têm contado com a cooperação entre desconhecidos em diferentes contextos. A criação da Wikipédia e do Linux são exemplos bastante conhecidos. Mas há também práticas menos

difundidas, como vizinhos “conectados” para informar sobre crimes na vizinhança; sites que colocam em contato pequenos produtores de energia solar ou eólica com consumidores sem passar pelas “grandes empresas”. Nesses exemplos podemos notar a dinâmica entre pares e a presença das tecnologias digitais de comunicação.

Nos últimos vinte anos, com a popularização da internet e a digitalização dos sistemas de comunicação, observamos mudanças significativas em algumas indústrias, como na fonográfica, por conta da “liberação” dos conteúdos do suporte material, permitindo seu compartilhamento (de maneiras legais ou não) e garantindo que todos os envolvidos pudessem ter acesso ao mesmo bem. Esses processos de digitalização asseguraram uma ampliação do acesso a esses bens, o que contribuiu com a emergência de uma ideia de abundância em relação a eles. Essa possibilidade da abundância, consolidada no “ambiente digital”, parece que chegou ao “ambiente físico” por meio da ampliação do acesso a outros bens e serviços, através das dinâmicas da economia da confiança, o que pode indicar mudanças da mesma natureza/intensidade que “atingiram” a indústria fonográfica a outras, como a do turismo, alimentação, financiamento e transporte. Isso não significa que um objeto possa ser multiplicado, ou desmaterializado, mas que a partir de outras práticas de gestão e consumo é possível produzir com mais eficiência e ampliar a utilização de bens. Você não usa sua máquina de lavar ou seu ferro de passar todos os dias. Nos momentos ociosos, será que um vizinho não poderia utilizar esses seus objetos e vocês dividiriam os custos com energia elétrica e manutenção? Da mesma forma, o carro que só é utilizado nos fins de semana por você não poderia ser emprestado (cobrando ou não) para alguém que precisa de um somente durante a semana?

Assim, tratar da economia da confiança é abordar diferentes formas de se acessar produtos, serviços e se relacionar com o outro, que indicam alterações nas formas de viver em sociedade. Diante da diversidade de experiências e áreas que caracterizam o fenômeno, podemos percebê-lo como um processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços baseado em sites ou aplicativos de celular e na cooperação entre desconhecidos. É importante notar que essas práticas se dão por meio de relações de troca, empréstimo, doação e aluguel envolvendo as dimensões “online” e “off-line”.

Além da variedade de experiências, existem também diversos termos que tem sido utilizados para caracterizar o fenômeno: economia colaborativa, economia do compartilhamento, consumo colaborativo, nova economia, entre outros. Apesar das diferentes ênfases, todos eles dizem respeito ao mesmo fenômeno. Frente a esta diversidade optei por não utilizar nenhum deles por dois motivos: evitar compreensões prévias que o termo

“colaborativo” poderia trazer e porque nenhum dos conceitos existentes parece ter o entendimento suficientemente preciso. Decidi cunhar o termo “economia da confiança”, entendendo-o como um processo de vinculação social com três características, que apresentei até aqui ao caracterizar o fenômeno: a dinâmica entre pares, impulsionada pelas tecnologias digitais de comunicação; a construção da confiança entre desconhecidos e a percepção de que existe abundância de recursos e não escassez. A ênfase na confiança se dá por entendê-la como uma espécie de reguladora do processo de vinculação social da economia da confiança.

Caracterizado o fenômeno, julgo importante situar minha motivação para estudá-lo. Desde quando me interessei por pesquisa, tenho estudado questões ligadas à área de “comunicação e política”. Ainda na iniciação científica, dediquei-me à regulamentação dos sistemas de comunicação. Posteriormente, cheguei à conclusão de que meu interesse estava mais nos grupos que tentam reverter os fluxos de produção de sentido, aproximando-me mais das áreas de “ativismo” e “mobilização social”. Meu “horizonte ético” de pesquisa sempre esteve ligado à “mudança social” e às possibilidades de se construir uma “sociedade com equitativo acesso aos bens materiais e imateriais”. Diante desse interesse, nada me parecia mais lógico do que estudar os grupos que faziam isso, no caso os chamados movimentos sociais – no sentido mais amplo do termo.

No entanto, sobretudo após o mestrado, cheguei à conclusão – não que seja alguma novidade, mas acho que eu precisava fazer “meu” percurso – de que o “poder”, o “capitalismo” e outras figuras que costumam ser apontadas como “vilãs sociais” não dizem respeito a “coisas” e/ou a “lugares” que devem ser combatidos (embora sejam visíveis em certas “figuras”), mas a conjuntos de relações que mobilizam nossos desejos, crenças e valores para funcionar. Sendo assim, o combate a esses “vilões” deveria se dar, também, no mesmo nível em que investem, isto é, na produção dos modos de vida e de visões de mundo, que corresponde aos processos que Félix Guattari (1990) chamou de “produção social de subjetividade” e “micropolítica” – formação de desejo no campo social. Assim, a “resistência”, entendendo-a com Deleuze (1994) como “criação”, pode existir, inclusive, em ações que não se prestem claramente a esse fim, mas que parecem inventar outras formas de viver, de se relacionar, outras sensibilidades. Foi assim que me interessei pelo que estou chamando de economia da confiança, um fenômeno caracterizado por experiências que não se colocam contra o capitalismo, nem mesmo o criticam, buscando, inclusive, lucro, mas que parecem fazer isso de outra maneira.

Dessa forma, iniciei uma pesquisa exploratória sobre o fenômeno pensando em duas hipóteses: 1) algumas experiências da economia da confiança pareciam se aproximar do

sistema da dádiva, tal como entendido por Marcel Mauss (2003); 2) determinadas práticas pareciam indicar resistências aos poderes que tentam regular a vida a partir de “semiotizações capitalísticas”, no sentido apresentado por Félix Guattari (1990). Assim, sugeria que as pessoas envolvidas nessas iniciativas estavam criando “maneiras de viver” orientadas por outros valores. Cerca de um ano depois, percebi o quanto essas hipóteses limitavam meu trabalho, uma vez que eu tentava encaixar o fenômeno nessas compreensões e estava quase “surdo ao que ele dizia”. Assim, comecei a observar duas questões que me pareceram centrais no fenômeno e que ao mesmo tempo em que me permitiam especificar a análise ao ter um foco preciso ampliavam as possibilidades do que o fenômeno poderia expressar: a construção da confiança entre desconhecidos e o papel das tecnologias digitais de comunicação – que depois especifiquei na dinâmica entre pares e na perspectiva da abundância de recursos.

A economia da confiança é um fenômeno, possivelmente como qualquer outro, que pode ser abordado a partir de várias perspectivas. A que me interessa é encarar essas práticas como processos de produção de modos de viver, tendo em vista que por meio das maneiras de se produzir e ter acesso a bens e serviços e se relacionar com o outro são expressos valores e que relações sociais são reguladas. Refiro-me à produção de modos de vida pensando nos “processos de produção social de subjetividade” tematizados por Félix Guattari (1992) e Gilles Deleuze (2010). Porém, há algum tempo, tenho buscado uma forma de tratar disso que ajudasse a caracterizar tais processos como uma questão de comunicação. Até que encontrei a “chave” que precisava: o entendimento proposto por Muniz Sodré (2014) de que o que caracteriza o processo da comunicação é a organização do vínculo social, que tem relação com a constituição de sujeitos e a produção de modos de vida.

Ainda que Sodré (2014) falasse disso há anos, inclusive eu já tivesse lido algo a respeito, só agora entendi como essa compreensão poderia me ajudar. A vinculação social se dá por meio da instauração de um “comum” – não “algo em comum”, mas uma espécie de compartilhamento de referências construídas que passam a ser partilhadas – e diz respeito a um processo que é anterior à linguagem e ao sentido, que de alguma maneira funda a existência social. Assim, compreendo que estudar os processos de vinculação social é analisar a produção de modos de vida que me interessa. Dessa maneira, a comunicação é tratada como o próprio processo de construção de vínculos sociais que produz a realidade – social, econômica, política – a partir das formas de vinculação social, que me parecem funcionar na perspectiva do que o sociólogo Michel Callon (2008) chamou de “redes sociotécnicas”, ou seja, das imbricadas relações de afetação entre pessoas e coisas, cujos efeitos podem ser observados empiricamente nos processos de fabricação dos fatos e dos fenômenos estudados.



É fundamental considerar a “dimensão sociotécnica” do fenômeno uma vez que, conforme defende Callon (2008), a experiência humana acontece em relação com lugares, discursos, práticas, procedimentos, instituições, aplicativos, computadores, celulares, que organizam nossa existência no mundo ao mesmo tempo em que são configurados pelos usos que imprimimos. Essa perspectiva nos ajuda a compreender que os objetos não são meros “instrumentos” que ganham sentido pela ação humana, mas que também contribuem para a existência de determinadas relações e são constitutivas da experiência do próprio humano. Assim, realizar esse estudo é debruçar-se sobre os processos de constituição dos sujeitos em suas redes sociotécnicas.

Diante disso, minha tese tem como perguntas centrais: de que tratam e como ocorrem os processos de vinculação social que constroem as práticas da economia da confiança? Meu objetivo foi analisar os processos de construção dos vínculos sociais nas experiências da economia da confiança. A partir do esforço para caracterização e sistematização do fenômeno, ao longo da pesquisa percebi três dimensões que parecem sempre estar presentes nos processos de vinculação social da economia da confiança e as proponho como “entradas específicas” para analisar o fenômeno. São elas: a “dinâmica entre pares” enquanto modo de funcionamento; a “confiança” como reguladora do processo; e a “abundância” como premissa. É importante ressaltar que não existe hierarquia entre essas dimensões e cada uma delas, que orienta um capítulo, leva em consideração o mesmo problema e objetivo.

Perante a diversidade de áreas nas quais estão presentes as práticas que caracterizam o fenômeno da economia da confiança (alimentação, finanças, hospitalidade, transporte...), o objeto empírico para tais reflexões serão duas iniciativas da área da hospitalidade: o Airbnb e o Couchsurfing – plataformas que permitem receber estranhos em casa ou se hospedar com desconhecidos, a primeira requerendo pagamento e a segunda, não.

Uma vez que meu interesse é analisar os processos de construção de um fenômeno, tendo em vista a produção de modos de vida e compreendendo que os vínculos sociais são “visíveis” nos conjuntos de “redes sociotécnicas” nos quais se inserem, é fundamental buscar referências teórico-conceituais e metodológicas que ofereçam suporte para esses enfoques. Tenho encontrado essas orientações, especialmente, nas “pistas do método da cartografia”, que alguns pesquisadores sistematizaram a partir do pensamento de Deleuze e Guattari (1995). A partir da inspiração nessas “maneiras de fazer”, encaro o fenômeno como conjuntos de relações instáveis entre elementos heterogêneos. Tal consideração implica em focar no acompanhamento e na descrição dos arranjos observados, buscando identificar, descrever e conectar por meio da observação participante, entrevistas e análise documental as várias

dimensões (técnicas, humanas, econômicas, sociais) que estão em jogo para a existência do fenômeno. A função do pesquisador, nessa perspectiva, não é dizer o que o fenômeno é, mas evidenciar suas condições de possibilidade e as dinâmicas em funcionamento que constituem e caracterizam sua existência.

Seguindo essa perspectiva, outra premissa com a qual trabalho é a compreensão de que toda pesquisa intervém e constrói uma realidade, sendo inseparáveis as dimensões do “conhecer” e do “fazer”, impedindo qualquer aspiração a uma possível neutralidade do conhecimento ou mesmo a existência de um sujeito e um objeto anteriores a relação que os liga – conforme defendem Passos, Kastrup e Escóssia (2009) em suas “pistas do método da cartografia”. A utilização da primeira pessoa, visando evidenciar a implicação do sujeito pesquisador como parte do trabalho de análise, e a tentativa de implicar também o leitor, com situações nas quais, talvez, ele possa se “ver”, são estratégias que tenho utilizado no texto desde o início e que estão ligadas a essa forma de abordagem. Seguindo as “pistas” de Passos, Kastrup e Escóssia (2009), considero também que a precisão e o rigor da pesquisa científica não significarão uma suposta explicação total e definitiva do fenômeno, mas sobretudo o rigor do pensamento que se traduz em compromisso e interesse em descrever e analisar as lógicas que organizam as práticas e os discursos presentes no fenômeno investigado e que o tornam possível a partir de suas evidências empíricas e não a partir de teorias ou categorias que digam de antemão o que o fenômeno é.

Essa perspectiva gera um texto que prioriza as experiências vividas/observadas e busca evidenciar a construção das questões investigadas e o que está implicado nesse processo. Além disso, trabalhar com essa abordagem, que preconiza uma descrição analítica das redes de relações em que o fenômeno se constrói, requer que se opere de maneira “transversal” e não “linear”. É devido a isso que não terei capítulos “teóricos” e “empíricos”. O objeto e a empiria da experiência aparecem juntos com as reflexões “teóricas”.

A coleta dos dados foi realizada de diversas formas, dentre as quais destaca-se: entrevistas em profundidade (realizadas entre 2013 e 2016 – roteiro no Apêndice B); utilização das plataformas (entre os anos de 2013 e 2016); acompanhamento das interações entre os usuários dos sites (embora tenha sido permanente, o período considerado são os últimos seis meses de 2015 e de 2016, totalizando doze meses); acompanhamento de notícias sobre o fenômeno (permanente entre os anos de 2013 e 2016); participação em eventos envolvendo a temática (permanente entre os anos de 2013 e 2016); publicação de pequenos textos sobre o estudo na plataforma *Medium* para analisar a recepção de pessoas diversas

interessadas na temática sobre as primeiras ideias consolidadas da pesquisa (realizada no primeiro semestre de 2016).

A tese está dividida em quatro capítulos. O primeiro é um convite a acompanhar a construção do meu problema de pesquisa e seu intuito é apresentar o objeto de estudo e demarcá-lo no campo da comunicação e do interesse da pesquisa. Para isso, inicialmente, apresento o contexto geral do fenômeno, trato de várias experiências e delimito as que constituíram o corpus da pesquisa. Em seguida, abordo como essa pesquisa se insere no campo da comunicação, refletindo sobre a questão dos vínculos sociais e, por fim, trato da perspectiva metodológica com a qual tenho trabalhado.

O segundo capítulo é dedicado à “dinâmica entre pares”, refletindo sobre os processos de construção dos vínculos sociais nas experiências da economia da confiança, especialmente a partir do Couchsurfing e do Airbnb. O primeiro item aborda a dinâmica entre pares enquanto modo de funcionamento característico da economia da confiança, evidenciando sua importância atualmente. O segundo item traz diversas experiências no Airbnb e no Couchsurfing para evidenciar a existência dos processos de construção dos vínculos. O último item discute uma das formulações da tese e a principal desse capítulo: a questão dos processos de vinculação da economia da confiança e a constituição de “sujeitos” e/ou “funções” sociais.

O terceiro capítulo aborda a “confiança entre desconhecidos” também a partir do Couchsurfing e do Airbnb. Inicialmente, reflito sobre o papel e a importância da confiança nas sociedades. Posteriormente, analiso as estratégias de construção da confiança utilizadas no Airbnb e no Couchsurfing. No último item reflito sobre a confiança como uma reguladora dos processos de vinculação social e proponho compreendê-la como uma figura epistemológica da comunicação.

O quarto e último capítulo é dedicado à “abundância de recursos”. No primeiro item discuto a ideia de premissas que orientam as ações enfatizando o funcionamento das empresas. O segundo item é focado em discutir as ideias de escassez e de abundância. No terceiro e último item, reflito sobre os fundamentos morais das relações econômicas, abordando de maneira integrada os três eixos da economia da confiança.

## 1 ECONOMIA DA CONFIANÇA: DELINEANDO UM OBJETO DE ESTUDO

É comum observar, especialmente entre as pessoas que vivem em grandes centros urbanos, o acúmulo de objetos desnecessários do ponto de vista da utilização. São aqueles sapatos e roupas comprados em uma “liquidação imperdível” ou para ir apenas a um casamento. Não obstante os apegados que preferem guardar esses objetos para o dia em que talvez sejam necessários, aqueles que gostariam de se desfazer de alguns desses bens talvez encontrem dificuldades porque moram longe da família e não podem doar para o irmão mais novo ou um primo, não conhecem os vizinhos nem uma organização assistencial que doaria isso aos que necessitam e não podem trocar ou doar para os colegas de trabalho porque seria uma ofensa oferecer algo usado. Somam-se a esses objetos outros que às vezes são usados apenas alguns minutos ao longo da vida, como martelos, furadeiras e certas escadas. Isso sem contar o carro que só é usado cerca de três horas por dia (para ir e voltar do trabalho), a casa que fica vazia durante as férias e o quarto dos filhos que cresceram, mudaram-se e talvez repitam esse mesmo ciclo.

A existência de objetos ociosos pode não ser considerada um problema se lembrarmos que o sistema econômico a partir do qual se organiza a vida em nossas sociedades tem sido baseado na produção para o consumo de bens que se tornam obsoletos e são substituídos por outros. Nesse sistema, acostumamo-nos a possuir o objeto para ter acesso à função que ele desempenha ou ao status que nos atribui. Contudo, algumas mudanças podem estar contribuindo para possíveis alterações nesse cenário.

Uma delas são as mudanças socioeconômicas das últimas décadas que têm transformado os modos de produção, de construção de valor e a natureza do trabalho, conforme aparece nos estudos de Michael Hardt e Antonio Negri (2005; 2010). Yochai Benkler (2011), professor de Direito na Universidade de Harvard, citando exemplos de diversas áreas, defende como a cooperação entre as pessoas em dinâmicas distribuídas pode ser mais eficiente do que as organizações hierárquicas que percebem os sujeitos movidos por uma racionalidade autointeressada – que tem caracterizado o pensamento econômico majoritário até aqui. O economista norte-americano Jeremy Rifkin (2012) chega a defender que estamos entrando na “Terceira Revolução Industrial”, caracterizada por mudanças

profundas nas relações de poder, no funcionamento das empresas, na geração de renda e nos paradigmas energéticos e de transporte, entre outros<sup>2</sup>.

Outra mudança que parece significativa são as preocupações ambientais. No final dos anos 1980 ocorreram as primeiras conferências sobre o estado do planeta, as preocupações ecológicas ganharam destaque, assim como os ecocídios e a fome em escala global (LATOURE, 1994). Ricardo Abramovay (2012), professor titular do Departamento de Economia da Universidade de São Paulo, ao defender que o mundo requer outros paradigmas econômicos, destaca problemas como: a destruição ou a séria ameaça a 16 dos 24 serviços prestados pelos ecossistemas à sociedade; as chances ínfimas de conter a elevação da temperatura do planeta em dois graus durante o século 21 e os bilhões de pessoas que ainda tem acesso precário a necessidades básicas, para nos restringirmos a esses problemas. Embora muitos empresários, governantes e organismos multilaterais apontem como solução ao último problema o aumento no consumo, por meio da oferta de bens e serviços, que criaria empregos e geraria impostos, tal visão choca-se com os limites dos ecossistemas (ABRAMOVAY, 2012).

Há transformações expressivas para esse cenário também se olharmos a partir da criação de tecnologias e na maneira como são usadas. Com o desenvolvimento da microinformática, a criação da internet e a digitalização dos sistemas de comunicação, observamos a possibilidade de se ter acesso a músicas e filmes, por exemplo, sem passar pelo suporte material do CD e/ou do DVD, uma vez que é possível acessar os conteúdos individualmente no celular ou computador, seja alugando ou comprando; sem contar as diversas maneiras de se fazer download gratuito de conteúdos, legais ou não, entre outras formas. A mesma lógica também pode ser observada no acesso a livros. Nesse contexto, é importante lembrar ainda a dinâmica entre pares que emerge, possibilitando a conexão entre desconhecidos e formas de organização sem hierarquias tradicionais ou lideranças específicas/evidentes, que tem estado na “raiz” de experiências<sup>3</sup> como a Wikipédia, os softwares livres e os intercâmbios de conteúdos em sites como o *The Pirate Bay* e o *4chan*, a partir do qual “emergiu” o grupo de ativismo conhecido como *Anonymous*, que de

---

<sup>2</sup> Essas questões serão retomadas nos próximos capítulos.

<sup>3</sup> Além dessas experiências recentes é importante notar como as ideias presentes nessas práticas remetem a antes da popularização da internet, como é possível notar na publicação do “Manifesto Hacker” em janeiro de 1986 – pequeno ensaio considerado uma referência para a cultura hacker e escrito por um hacker conhecido como “The Mentor”.

desconhecidos que realizam “trollagens”<sup>4</sup> torna-se uma experiência de ativismo político que contribuiu com a religião da internet no Egito em 2011 e “tirou do ar” sites de governos e de grandes corporações (FELINTO; COSTA, 2013).

As preocupações ambientais, assim como as mudanças socioeconômicas e tecnológicas – que serão retomadas posteriormente – talvez tenham contribuído para montar um cenário favorável à existência de maneiras outras de se ter acesso a produtos e serviços. Ainda que muitas pessoas ainda busquem o suporte material do CD, do DVD ou do livro, por gostarem de ver esses objetos na estante ou sentir o “cheiro de livro novo”, é cada vez mais comum organizar a biblioteca pessoal no Kindle, tablet ou mesmo no computador, e guardar as músicas no celular, deixando-as “sempre à mão”, mesmo em um dia de festa, pois é possível conectar o aparelho em uma caixa de som e amplificar o áudio sem perder qualidade. Tais comportamentos parecem justificáveis se lembrarmos de que diante da fluidez das relações de trabalho e a frequente mudança de empregos, cidade e moradia, conforme analisou Richard Sennett (2012a), talvez seja melhor “reduzir os volumes e os bens”.

Essa tendência de priorização do acesso em detrimento da posse não é uma novidade – tem sido apontada por Rifkin (2001) desde o início dos anos 2000 – e estamos acostumados a vê-la no acesso a bens imateriais. Porém, em se tratando de bens materiais como casas, veículos e outros objetos, como os citados anteriormente, seria possível também essa mesma mudança?

Nos anos 1990, observamos o surgimento e a crescente popularização de lojas como eBay<sup>5</sup> e Mercado Livre<sup>6</sup>, que funcionam como plataformas para negociações onde qualquer pessoa pode comprar ou vender grande variedade de objetos após o cadastro. Ao longo da última década, essas empresas têm mostrado como é possível comprar objetos de desconhecidos distantes por meio das redes digitais e confiar que o produto chegará conforme o combinado – ainda que em alguns casos isso não se concretize – configurando essas plataformas como modelos de negócios rentáveis. Contudo, essas empresas se restringem às relações de compra e venda de objetos e, atualmente, as transações e a confiança entre estranhos têm ido bem mais longe. Talvez, assim como já se construiu a percepção de que “preciso da música, não do CD”, “do conteúdo do livro, não do objeto”, parece que estamos

<sup>4</sup> Gíria que diz respeito a uma espécie de piada, que busca irritar ou fazer troça de alguém ou algo.

<sup>5</sup> Criada em 1995, foi uma das primeiras empresas de comércio eletrônico dos Estados Unidos. Funciona colocando em contato vendedores (tanto individuais quanto empresas).

<sup>6</sup> Fundada em 1999, iniciou suas atividades na Argentina e depois no Brasil (funciona principalmente na América Latina). A empresa também faz a intermediação entre compradores e vendedores (individuais ou empresas).

percebendo também que necessitamos do transporte, não do carro; além de nos incomodar com os bens ociosos que podem, inclusive, tornarem-se rentáveis.

Foi percebendo essas questões e situações que me deparei, inicialmente, com um fenômeno que tem sido objeto de reflexão de pessoas em várias áreas: Rachel Botsman e Roo Rogers (2011), Lisa Gansky (2011), Russell Belk (2010; 2013) e Tapscott e Williams (2010) na área de administração, marketing e negócios; Yochai Benkler (2004 e 2011), já citado, que tem pesquisado a relação entre internet e o surgimento de novos modelos econômicos; Michel Bauwens (2012), pesquisador belga que estuda a relação entre tecnologia, cultura e inovação, focando na produção entre pares (p2p); além de Jeremy Rifkin (2001; 2009; 2012; 2014; 2016) e Ricardo Abramovay (2012; 2014) já citados, entre vários outros. Diante da diversidade de enfoques o fenômeno tem ganhado várias denominações: consumo colaborativo, economia colaborativa, economia peer-to-peer, economia do compartilhamento, wikinomia, entre outras. Porém, todas essas terminologias são oriundas do mesmo cenário e mobilizam questões semelhantes, fazendo referência a dinâmicas produtivas e diferentes maneiras de se relacionar e ter acesso a produtos e serviços, por meio do empréstimo, da doação, da troca, do aluguel, em geral a partir de sites.

Diante desses termos, escolhi me referir ao fenômeno como “economia da confiança”, não no intuito de criar mais uma terminologia para um cenário já repleto delas, mas, conforme disse na introdução, com o objetivo de fugir das conotações prévias que o termo “colaborativo” poderia outorgar e pelo fato de que nenhum dos conceitos existentes parece ter o entendimento suficientemente preciso do fenômeno – na maioria dos casos, possivelmente, porque não houve o interesse em tipificá-los. No item 1.2 justificarei essa escolha e precisarei a compreensão da ideia de economia da confiança que estou sugerindo.

O que estou chamando de economia da confiança é um fenômeno muito diverso, tanto do ponto de vista da natureza das relações criadas para se ter acesso aos produtos e serviços e como isso é feito, quanto das áreas e tipos de serviços e produtos que se pode acessar. Diante disso, para contextualizar o objeto de estudo, o que me interessa ver nele e pensar a melhor maneira de estudá-lo, irei descrever algumas das experiências que caracterizam a economia da confiança a partir de iniciativas que me parecem evidenciar as questões centrais desse fenômeno. Farei isso pela importância que me parece ter demonstrar como estou percebendo o fenômeno ao qual tenho me dedicando e como o estou construindo como objeto de estudo, especialmente por ser algo ainda não muito conhecido e por apostar na necessidade de convidar o leitor para acompanhar o processo de elaboração das minhas questões de pesquisa.

## 1.1 Desenhando a economia da confiança

O que tenho chamado de economia da confiança diz respeito a práticas muito antigas: o hábito de pegar algo emprestado com um vizinho ou parente, seja dinheiro ou um pouco de açúcar, de pedir caronas, de organizar a chamada “vaquinha”, dividir o espaço de trabalho com um colega, jantar com alguns amigos e hospedar outros, usar bibliotecas e o transporte coletivo, entre outras práticas. Contudo, essas situações, que em sua maioria eram realizadas nos círculos restritos de pessoas que já se conheciam ou coordenadas por uma instância “superior”, “instituída” e “confiável” para regular (como o Estado e seus outorgados, no caso das bibliotecas públicas e do sistema de transporte coletivo), agora passam a ser concretizadas entre completos desconhecidos, requerendo confiança em estranhos e ganhando escala global por meio da internet, configurando, inclusive, novos modelos de negócios.

A imagem abaixo parece bastante ilustrativa da economia da confiança. No centro estão as “formas” pelas quais essa dinâmica acontece e nas extremidades as áreas que estou considerando como principais. A intenção, neste item, é apresentar o fenômeno a partir de cada uma das áreas que aparecem nas extremidades da figura 1.

Figura 1 - Esquema da Economia da Confiança.



Fonte: Gráfico do autor.



### 1.1.1 Espaços de trabalho

Não é de hoje que profissionais alugam e dividem um espaço de trabalho visando diminuir os custos. Vale lembrar que essa prática, excetuando-se casos como os de médicos e advogados em suas sociedades, geralmente, é característica dos “pequenos profissionais”, pois símbolo de sucesso seria ter um escritório em um prédio próprio da empresa e quanto maior, mais alto, maior o sucesso. No entanto, atualmente, o que tem sido chamado de “espaços de trabalho compartilhados” (coworking) parecem funcionar em outra lógica e considerar o “sucesso” de outra maneira.

Existem diversos modelos. Alguns são empresas que funcionam de maneira centralizada, no qual o pagamento de uma mensalidade permite acessar os serviços; enquanto outros investem em modelos de gestão horizontais e não visam o lucro, funcionando como experimentos de dinâmicas produtivas diferentes das usuais. O que esses modelos parecem ter em comum é que os espaços, recursos e custos de um escritório são divididos entre os profissionais com a intenção de reduzir as despesas de manutenção e contribuir para que as pessoas auxiliem umas às outras, aumentando as possibilidades de “networking”.

No intuito de facilitar a exposição e longe da tentativa de criar categorias fixas para esses espaços de trabalho, os dividi em três modelos: os “centralizados”, as “casas abertas” e os “makerspaces”. Vejamos cada um deles.

O modelo mais comum é o que funciona de maneira centralizada: um proprietário, ou um grupo de sócios, oferece um espaço equipado com as necessidades de um escritório (mesas de trabalho, salas de reunião, telefone, acesso à internet, gerenciamento de correspondências, central de recados, espaço para eventos) e os profissionais interessados pagam por dia/mês/ano para utilizarem todos ou alguns dos serviços (existem vários planos), seja a partir de uma sala privada ou de uma estação de trabalho em um grande salão com outras pessoas. Vale lembrar que mesmo nesses modelos que estou chamando de “centralizados” há, geralmente, por parte dos que oferecem o serviço, o interesse em criar e manter estratégias de integração entre os profissionais que lá estão. Para isso, esses espaços costumam oferecer cursos e palestras regularmente e muitos possuem serviços de bares, refeitórios, cafeterias, piscinas e outros espaços que possam contribuir com a integração entre os membros, na tentativa de investir em uma forma de vinculação entre os integrantes diferente da que se teria em uma empresa tradicional.

Para se ter uma ideia da dimensão desse fenômeno, uma pesquisa realizada em 2016, conhecida como “Censo do Coworking no Brasil” (EKONOMIO; MOVEBLA; COWORKING BRASIL, 2016), traz alguns dados: existem 378 espaços ativos no país; as cidades com mais espaços são: São Paulo (90), Rio de Janeiro (32), Belo Horizonte (24), Curitiba (20). Dos 378 espaços, 173 responderam um questionário que oferece outros dados: existem mais de 10 mil espaços de trabalho, um média de 57 pessoas por coworking, 53 espaços funcionam 24h por dia, em 26% deles é possível levar o animal de estimação, mais de 90% organizam eventos no espaço. Além desses números, vários eventos têm acontecido no mundo para discutir essas formas de trabalho, sites dedicados ao tema foram criados e as notícias sobre novos espaços e/ou seus modelos de negócios são frequentes na mídia.

Esse formato centralizado de coworking, gerenciado por uma pessoa ou equipe a quem se pode recorrer no caso de algum problema e que busca oferecer soluções rápidas e praticidade para as relações de trabalho, configura um modelo de negócios rentável aos sócios/proprietários em consonância com as dinâmicas de trabalho do capitalismo contemporâneo, que pode ser caracterizado, dentre outras formas, por certa flexibilidade, instabilidade, rapidez e fragmentação, conforme enfatizou Sennett (2012a). O sociólogo acredita ainda que essa dinâmica do capitalismo enfraquece os laços sociais duradouros, compromete a vida familiar e acaba com os planos e projetos de longo prazo (SENNETT, 2012a). Embora eu concorde com a caracterização do capitalismo feita por Richard Sennett, se levarmos em consideração o funcionamento desses espaços de trabalho compartilhados um questionamento parece pertinente.

Assumindo que as formas de trabalho contemporâneas são marcadas pelo enfraquecimento dos laços duradouros e da contiguidade espacial, nessas experiências de trabalho compartilhado, ainda que não duradouros, poderíamos nos perguntar em que consistem e como se estruturam esses laços que emergem dessa condição laboral, tendo em vista que se tem como meta a promoção da integração entre os membros e a criação de outras dinâmicas de produção. Essa questão dos “laços” lembra o trabalho de Fabien Granjon (2001), que a partir de experiências de ação política na internet observa formas de participação mais flexíveis, caracterizadas por “laços frouxos”, sem “vínculos rígidos”, mas que “carregam” uma “potência”, isto é, eles podem ser “fortes”, dentro do que se propõe, embora “temporários”. Será que ao invés de tentar mudar o ambiente de trabalho e assumir sua condição fragmentada, “corrida”, instável e buscar inventar experiências que mesmo nesse ambiente se aproximem de algo que, na ausência de uma expressão melhor, vamos chamar de “bem estar”, não seria possível promover outros tipos de vinculação social?

Por exemplo, o espaço de coworking Casa de Viver<sup>7</sup>, que funciona em São Paulo, reúne as características de um espaço de trabalho compartilhado, conforme foi descrito, com a possibilidade de se trabalhar perto dos filhos. Enquanto o pai ou a mãe participa de uma reunião ou está fazendo algo em seu computador, seu filho está em outro andar com educadores. Caso se queira ver o filho “no meio do expediente” é só ir para outro espaço da casa, próprio para as crianças estarem com os pais, seja para brincar ou trabalhar. Há ainda espaços para atendimento de saúde e cozinhar, seja junto com outros pais, sozinho ou mesmo comprar comida.

Espaços como a Casa de Viver parecem criar experiências curiosas entre pais, funcionários e filhos, que acontecem em um determinado espaço físico com objetos, de computadores a brinquedos, configurando o cenário da experiência. É um ambiente no qual a função de mãe/pai parece coexistir com a de profissional. É como se houvesse uma confusão, ou junção, entre experiências características da vida privada (família) com a vida pública (profissional).

Nesse contexto, é importante perceber ainda uma espécie de “precarização” que parece ser naturalizada, na qual a precarização pode aparecer como fonte de sujeição e exploração. Contudo, ao mesmo tempo em que a “naturalização” dessas formas de trabalho pode levar a uma espécie de “exploração”, pode também produzir outro tipo de experiência, como a colaboração e a aproximação entre as pessoas<sup>8</sup>.

Além dos modelos de espaços de trabalho compartilhados que estou chamando de “centralizados”, há outros<sup>9</sup> que surgem na tentativa de investir em outro paradigma econômico e produtivo. Oswaldo Oliveira, economista que trabalhou 15 anos no mercado financeiro, estava interessado em testar uma ideia: “ao contrário do que entende a tradição econômica, o que existe é abundância de recursos, não escassez, tudo depende da maneira como os recursos são geridos e as pessoas interagem”<sup>10</sup>. Para ele, o padrão organizativo mais distribuído e menos centralizado geraria essa abundância (OLIVEIRA, 2014). Diante disso,

---

<sup>7</sup> Site do espaço: <<http://www.casadeviver.com.br/>>. Acesso em 30 set. 2016.

<sup>8</sup> Não é minha intenção, neste capítulo, responder (ou tentar responder) essas questões, mas continuar apontando possíveis controvérsias no intuito de construir o objeto e o problema de pesquisa, além de indicar o que será discutido posteriormente. Essa questão da “precarização” será retomada no quarto capítulo a partir da relação do Airbnb com seus anfitriões.

<sup>9</sup> Embora neste item eu trate apenas da experiência de um espaço, por acreditar que essa estratégia seja melhor para expor as questões que considero importantes, existem outros que exemplificam o modelo que estou chamando de “casas abertas”, como Casa Liberdade (em Porto Alegre/RS) e a Catete92 (no Rio de Janeiro).

<sup>10</sup> Essa questão será retomada no capítulo quatro.

ele decidiu fazer um experimento. Em maio de 2013, conforme relatou em entrevista, alugou a parte de cima de um sobrado (com 30 metros quadrados) na Rua Madalena, 80, no bairro de Vila Madalena, em São Paulo. O imóvel possuía banheiros, cozinha e espaços parecidos com escritórios. O economista tirou cópias das chaves e distribuiu entre conhecidos, que por sua vez poderiam deixar que outros também fizessem suas cópias. Cada uma dessas pessoas poderia usar o espaço para fazer o que quisesse: trabalhar, cozinhar, encontrar os amigos. Não havia nenhum líder, coordenador ou cargos para organizar a dinâmica na casa, só existia uma regra: nenhuma ação realizada poderia comprometer a existência da casa. As atividades eram organizadas em uma planilha pública no grupo do Facebook da casa, cada pessoa escrevia o espaço que usaria e quando, para que não houvesse conflito.

Para pagar o aluguel e as contas do espaço, Oswaldo Oliveira, vendo-se no papel de iniciador do processo, tomou as contas para si, inicialmente, e colocou, em uma planilha pública, também no grupo do Facebook da casa, a especificação de todas as despesas necessárias para bancar o espaço e cada pessoa contribuiria com a quantia que quisesse, mas ninguém era obrigado. Ao todo, era necessário cerca de 6 mil reais para pagar todas as despesas. Embora a arrecadação estivesse, paulatinamente, aumentando, sete meses depois a experiência da Madalena80 (como ficou conhecido o espaço) teve que acabar. O grande número de pessoas circulando na parte de cima do sobrado a qualquer hora do dia ou da noite, em um bairro residencial, deixou o proprietário do imóvel preocupado com possíveis danos patrimoniais, roubos, acidentes e ele pediu o espaço de volta.

Durante um mês, o experimento ficou sem sede, até que, em janeiro de 2014, conseguiram alugar uma casa maior, com jardim, copa, salão e outras áreas de convivência, totalizando 300 metros quadrados, também na Vila Madalena, mas agora na Rua “Laboriosa, 89”, como passou a ser conhecida a “nova casa”. O economista pagou um ano de aluguel adiantado e a arrecadação continuou voluntária com os custos abertos, como antes, não estando vinculado o uso a contribuição. Mas agora, as contribuições podiam ser feitas de várias formas: dinheiro depositado em uma caixa de acrílico localizada ao lado da porta de entrada, como antes, e doações mensais feitas por meio do cartão de crédito ou boleto bancário.

O custo mensal da Laboriosa89 também cresceu (totalizava mais de 20 mil reais), juntamente com o número de usuários: o grupo do Facebook possuía mais de sete mil membros. O funcionamento continuava o mesmo, só aumentou o número de empreendedores individuais, projetos e empresas de áreas diversas, desde culinária a consultorias, que

utilizavam o espaço baseados na auto-organização para fazer reuniões, ministrar oficinas, dar aulas de yoga, entre outras atividades.

A porta da Laboriosa<sup>89</sup> ficava a maior parte do tempo aberta e a chave sempre ao lado dela, juntamente com os cartões de vários chaveiros da região para quem quisesse copiar. Qualquer pessoa podia chegar e fazer o que quisesse, desde que respeitasse a regra única de “não colocar a casa em risco”. Quando Oswaldo Oliveira descreveu-me essas dinâmicas, durante entrevista, pareceu-me muito estranho, mas foi o que pude constatar na primeira vez que visitei a iniciativa: entrei, andei por todo o espaço, sentei e usei meu computador para acessar a internet – a senha estava colada na parede. Algumas pessoas entravam e me cumprimentavam com um sorriso simpático, mesmo eu nunca tendo estado naquele espaço ou as visto antes. Depois de um tempo, encontrei uma pessoa que, a meu pedido, me apresentou o espaço por ser minha primeira visita.

Oswaldo Oliveira não obteve ganhos financeiros com essa experiência, parecia buscar a existência de um espaço sem regras fixas e papéis predeterminados, baseado na confiança, no respeito ao outro e na emergência de um modelo organizativo apoiado em uma espécie de “cultura do acesso”. Falo em “cultura do acesso” levando em consideração o fato de que parece existir, em algumas áreas, uma espécie de priorização do acesso em detrimento da propriedade, conforme defende Jeremy Rifkin (2001) em sua ideia de “era do acesso”, que diz respeito a um momento no qual a utilização do bem, o que ele proporciona, é mais importante do que a propriedade sobre ele. É importante salientar que falar em “era do acesso” não significa considerar o surgimento de uma nova sociedade ou de relações que nunca existiram, mas que atualmente parece existir um ambiente que favorece essa forma de se relacionar com bens e serviços. Parece uma tentativa de trazer as facilidades de produção e circulação de conteúdos existentes na internet para o mundo físico. Essa perspectiva do acesso é uma das ideias que permite falar em abundância, como detalharei no quarto capítulo.

É importante notar que funcionar de acordo com outras premissas não significa inexistência de conflitos. Conforme relatou Oswaldo Oliveira, “a abundância resolve o problema da escassez, mas gera o problema da abundância”; pois em uma organização sem cargos e líderes, na qual cada um faz o que quiser tendo como único filtro para suas ações seu bom senso, é lógico que surgirão vários conflitos, como duas pessoas querendo usar o mesmo espaço simultaneamente. Em situações como essa, relatou o iniciador da Laboriosa<sup>89</sup>, a tendência das pessoas é “voltar à escassez e a centralização”: muitos recorriam a ele, zangados, para pedir que resolvesse um problema, mas o economista sempre respondia algo como: sou apenas o iniciador do processo, resolvam-se entre si.

Iniciativas como a Laboriosa89 permitem a experimentação de processos de vinculação pouco usuais, especialmente entre desconhecidos: acordos não formais, confiar em estranhos, uso compartilhado de espaços e objetos, ausência de regulação externa. Tais experiências talvez “convidem” os que nela estão a existir ou funcionar de outra maneira, conforme lembrou Oswaldo: “quando você não tem a proteção de um cargo, nem está inserido em uma hierarquia, você passa a ser somente você e a oferecer tudo o que sabe fazer” (JORGE, 2014, s/p).

Em julho de 2015, a Laboriosa89 fechou e em agosto do mesmo ano outra casa semelhante, no Rio de Janeiro<sup>11</sup>, também mudou seu modelo de funcionamento. No momento em que finalizo a tese nenhuma das casas voltou a funcionar nos moldes aqui descritos. Dentre os motivos que conduziram ao fim da Laboriosa89 talvez o principal tenha sido a saída de Oswaldo Oliveira no início de 2015 – para se dedicar a outros projetos e por acreditar que a “rede” já estava madura o suficiente para bancar a casa. O proprietário da casa, ao comunicar o fechamento, informou que além das dívidas outros problemas estavam acontecendo: “displicência no trato com o lixo, falta de iniciativa em repor um galão de água, abandono dos espaços e o arrombamento e saque da caixinha que ficava na cozinha” (HADDAD, 2015, s/p).

Contudo, o fim dessas experiências não parece diminuir a relevância do fenômeno. Ao observar esses espaços, é curioso notar como as pessoas envolvidas tentam garantir a existência das casas o máximo possível, mas sem apego. Uma das declarações de Oswaldo Oliveira indica isso:

A casa será entregue e a rede continuará a sua manifestação em outros lugares. Alguns já existem e, no tempo deles, morrerão também. Outros não existem ainda mas nascerão, no seu tempo. E assim a vida segue tendo como única constante a transformação. (HADDAD, 2015, s/p).

Ele parece partir do pressuposto de que outras casas surgirão e também desaparecerão. Talvez uma das potencialidades dessa experiência de convivência esteja no não apego a sua perpetuação. Tal perspectiva lembra-me o que ficou conhecido como “Jornadas de Junho”<sup>12</sup> (VAINER. *et al.*, 2013), quando se observou certa “sensação de liberdade” e “desejo de

---

<sup>11</sup> Refiro-me à Catete92, que funcionava em uma vila de casas, no bairro do Catete, no Rio de Janeiro. A casa precisou mudar seu modelo “aberto” por conta de reclamações dos vizinhos – assim como a Madalena80. Vale lembrar que a Casa Liberdade – citada em nota de rodapé anteriormente como exemplo de outra “casa aberta” – também fechou.

<sup>12</sup> Como ficou conhecido os protestos que ocorreram em junho de 2013 em várias cidades do Brasil.

mudança”, ainda que de maneira pontual, talvez até inocente, e sem projeto de longo prazo. As pessoas envolvidas nessas casas têm um “incômodo”, assim como, suponho, as que foram às ruas em junho de 2013, e criticam, constroem algo (digo isso entendendo que as manifestações em si foram algo), mas não buscam “chegar a um lugar específico”, talvez pelo fato de não saberem que lugar é esse. A potência dessas experiências pode ser que esteja, exatamente, na expressão de valores que manifestam formas de relação diferentes das que estamos acostumados e que ainda não sabemos como mantê-las no espaço e no tempo e, caso tentássemos, poderíamos cair nos modelos dos quais tentamos sair. São sujeitos que parecem aceitar a permanente impermanência da vida.

Outro modelo de espaço de trabalho compartilhado são os conhecidos como “Makerspace” ou “Fab Lab”: ambientes que funcionam como uma oficina na qual os membros têm acesso a materiais e ferramentas necessárias para a criação de objetos. Em geral, esses espaços possuem cortadores a laser, impressoras 3D, laboratórios de eletrônica, oficina mecânica e dependências para se trabalhar com metal, madeira, têxteis, entre outros recursos. Esses espaços possibilitam a pessoas interessadas em inventar objetos, mas que não têm condições financeiras para pagar por essa estrutura ou espaço para armazenar máquinas grandes, terem acesso às condições de produção. Tais ambientes também permitem e estimulam a interação entre “profissionais” e “amadores” para que possam criar juntos. O modo de funcionamento desses espaços é variado, há os que funcionam a partir do pagamento de uma mensalidade prévia (como os coworkings citados anteriormente) e outros que funcionam de maneira semelhante a Laboriosa<sup>89</sup>.

Tais espaços de “makers” ou “fazedores” (como são conhecidas as pessoas envolvidas nesse modelo de produção) devem ser vistos como parte de um contexto maior, o chamado “movimento maker”, uma espécie de “braço tecnológico da cultura do Faça-Você-Mesmo”<sup>13</sup>, ou seja, não é algo que surgiu agora, mas que ganha outras características a partir do contexto atual, conforme esclarece Chris Anderson (2012b, p.23).

O que, exatamente, define o Movimento Maker? A descrição é ampla e abrange grande diversidade de atividades, desde artesanato clássico até eletrônica avançada, muitas das quais estão aí há séculos. Porém, os Makers, pelo menos os de que trata este livro, estão fazendo algo novo. Primeiro, usam ferramentas digitais, projetando em computador e produzindo cada vez mais em máquinas de fabricação pessoais. Segundo, como pertencem à geração Web, compartilham instintivamente suas criações on-line. Apenas pelo fato de incluírem no processo a cultura e a

<sup>13</sup> Faça você mesmo (FVM) é originado do inglês Do It Yourself (DIY) e diz respeito à ação de fabricar ou consertar objetos ao invés de comprar um novo ou pagar pelo trabalho de um profissional. A origem exata do fenômeno é incerta, mas costuma ser indicada na década de 1950, nos Estados Unidos, por ocasião do aumento do preço da mão de obra.

colaboração pela Web, os Makers conjugam esforços para construir coisas em escala nunca antes vista em termos de FVM [Faça Você Mesmo].

Chris Anderson (2012b) defende que estamos começando uma nova revolução industrial, com uma diferença: agora as máquinas não vêm para ampliar a produção em massa, mas para transferir a possibilidade de criar e produzir para “pessoas comuns”, fora de grandes empresas proprietárias dos meios de produção. Diante do barateamento e popularização crescente de diversas tecnologias, como cortadores a laser e impressoras 3D, é que Anderson (2012b) defende que essas possibilidades de produção devem se espalhar a exemplo do que aconteceu com o computador pessoal nos anos 1980. Anderson lembra ainda que no início da computação pessoal apenas os interessados em tecnologia tinham um computador em casa e hoje ninguém concebe a vida sem um; assim como no início dos anos 1990 não estava claro para que serviria a internet, no entanto, atualmente boa parte das experiências sociais se baseiam nela (ANDERSON, 2012b). Para ele, assim também será com objetos como impressoras 3D. Igualmente como aconteceu com os computadores pessoais, essas impressoras estão cada vez mais fáceis de manejar, tornando possível que crianças possam desenhar seus próprios brinquedos no computador e imprimi-los em casa (ANDERSON, 2012a).

Essas possibilidades criam outras dinâmicas produtivas, por exemplo: a empresa que criou os famosos “Legos” não produz armas de brinquedos, mas um colecionador resolveu criar e imprimir armas para seus bonecos de Lego em sua impressora 3D. A ideia deu certo, ele criou uma empresa, a BrickArms, e hoje vende essas peças para vários países (ANDERSON, 2012a). Além disso, já se fala na possibilidade das empresas não entregarem fisicamente seus produtos, mas enviarem para que as pessoas imprimam em casa (ANDERSON, 2012a).

A existência dos espaços makers, os inúmeros produtos que estão sendo inventados neles<sup>14</sup> e os empreendedores que têm investido nesses modelos de produção<sup>15</sup> são fatores que talvez sugiram de fato um tipo de tendência, conforme defendem Anderson (2012b) e Rifkin (2012).

É importante lembrar que não só a possibilidade de produzir se amplia, mas também as maneiras de buscar financiamento (como será visto no próximo item). O site *Quirky.com*,

---

<sup>14</sup> Guitarras, próteses, carros, drones, robôs, bengalas eletrônicas de baixo custo, entre outros. Anderson (2012b) cita vários exemplos disso.

<sup>15</sup> O próprio Chris Anderson é um exemplo de profissional que largou o antigo emprego (editor-chefe da revista *Wired*) para se dedicar em tempo integral a 3D Robotics (empresa fundada por ele para fabricar drones).



por exemplo, funciona assim: qualquer pessoa com a ideia de um novo produto pode submetê-la ao site, que realiza votações semanais entre os membros para escolher as duas melhores ideias. As propostas escolhidas serão elaboradas pelos profissionais do *Quirky* e divulgadas no site. Assim que o produto tiver um número determinado de pessoas interessadas ele será produzido, com os lucros divididos entre o produtor e quem deu a ideia. Parece existir aí um tipo curioso de vinculação entre inventor, produtor, consumidor e financiador.

### 1.1.2 Dinheiro

Em fevereiro de 2011, a agente de trânsito Luciana Tamburini estava trabalhando em uma Operação Lei Seca no bairro do Leblon, no Rio de Janeiro, quando parou um carro sem placa e depois descobriu que o condutor também estava sem sua habilitação e os documentos do veículo, porém, se tratava do juiz João Carlos de Souza Correa (MELLO, 2014). Diante das irregularidades, a agente de trânsito alertou o juiz sobre a proibição de continuar com o carro e sobre a necessidade de apreensão do veículo (AFFONSO, 2014). Durante a discussão na abordagem, Luciana teria dito ao magistrado “você é juiz, mas não é Deus” e o juiz teria respondido: “cuidado que posso te prender”; ao que teria recebido como resposta da agente: “prende” (MELLO, 2014). O magistrado entrou com um processo contra a agente de trânsito.

Em outubro de 2014 saiu a sentença e Luciana foi condenada a pagar uma indenização de R\$ 5 mil ao juiz por danos morais (MELLO, 2014). A advogada Flávia Penido, de São Paulo, que não conhecia Luciana, tomou conhecimento da decisão através da mídia e resolveu ajudar: criou uma campanha de financiamento coletivo online para arrecadar o dinheiro (MELLO, 2014). O objetivo era angariar os cinco mil reais da indenização, mas as doações passaram de 20 mil reais em menos de um mês (PEREIRA, 2014). Interessante notar também a grande movimentação das pessoas na página da “vaquinha” oferecendo apoio a agente de trânsito, insultando o juiz e oferecendo conselhos. Uma pessoa sugeriu que Luciana entregasse todo o dinheiro em moedas, mas logo outra comentou: “não faça isso, você corre o risco de ganhar outro processo por desacato”.

Diante de situações consideradas injustas, os apoios e as manifestações de revolta são muito comuns atualmente, o que pode ser observado desde petições online até os comentários em portais de notícias, passando pelas chamadas redes sociais como Twitter e Facebook.

Contudo, apoiar uma causa oferecendo dinheiro para uma campanha criada por uma desconhecida visando ajudar outra pessoa estranha não parece tão comum. As inúmeras notícias sobre o caso poderiam comprovar que aquela situação era real, mas quem garantiria que a Flávia passaria o dinheiro para a Luciana? Por que continuar doando dinheiro mesmo depois de atingir a meta? O que Lucina fará com o dinheiro extra?

Doar dinheiro para desconhecidos é cada vez mais comum desde que surgiu o chamado crowdfunding, ou financiamento coletivo, uma das áreas mais conhecidas da economia da confiança e que consiste em uma repaginação da antiga “vaquinha”, que se fazia entre conhecidos, mas que agora se ampliou por meio das redes digitais, permitindo reunir grande volume de recursos e entre pessoas que nunca se viram. O primeiro site desse tipo, o *Kickstarter*, foi criado em 2009, nos Estados Unidos, e desde o seu lançamento, até setembro de 2016, 12 milhões de pessoas doaram mais de 2,6 bilhões de dólares para financiar mais de 112 mil projetos (KICKSTARTER, 2016), que vão desde invenções, como um controle de realidade virtual e impressoras 3D, até filmes e livros. No Brasil, o primeiro site dessa natureza, o Catarse, foi criado em 2011 e quatro anos depois atingiu a marca de mais de 2 mil projetos financiados, o que equivale a R\$ 35 milhões doados por mais 241 mil pessoas (CATARSE, 2015). Atualmente, os números dessas iniciativas são bem maiores. Essas plataformas recebem uma porcentagem sobre cada projeto financiado, que costuma variar em torno de 15%<sup>16</sup>.

De maneira geral, uma campanha de financiamento coletivo funciona assim: uma pessoa interessada em obter financiamento para um projeto/ideia (que pode ser qualquer coisa: publicar um livro, organizar um festival de teatro, fazer um filme...) faz um vídeo curto descrevendo sua ideia, dizendo de quanto necessita e publica em um site de crowdfunding. Após isso, as pessoas podem financiar com quantias preestabelecidas, que costumam variar entre vinte e mil reais, mas não há limite. Cada pessoa que doou receberá uma recompensa caso o projeto seja realizado, que deve ser proporcional ao valor investido, podendo ir desde o nome em uma página de agradecimento até um jantar com os realizadores, passando por receber o produto. O projeto fica disponível para doações durante um determinado período (geralmente entre um e dois meses), se o proponente atingir o valor solicitado, recebe o dinheiro, caso contrário, a quantia é devolvida para quem financiou<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Vale lembrar que existe uma plataforma brasileira que não cobra comissão, a Benfeitoria.

<sup>17</sup> Em algumas plataformas, como a *vaquinha.com.br*, é possível ficar com o valor arrecadado independente de atingir a meta.

Há várias campanhas de financiamento coletivo que chamam atenção pelos valores que mobilizaram e/ou pelas ideias que trouxeram. É por isso que essa forma de financiamento é uma das principais fontes de recurso dos “fazedores”, conforme tratei no subitem anterior. Além de conseguir recursos para concretizar as ideias, serve também como uma espécie de “pesquisa de opinião”, como faz o *Quirky*, para saber se existe demanda suficiente para determinados objetos que justifiquem sua produção.

Em 2012, antes de grandes empresas como Samsung e Apple lançarem seus relógios que se conectam aos celulares, a empresa Pebble Technology lançou uma campanha de financiamento coletivo no *Kickstarter* pedindo a quantia de 100 mil dólares para fazer o “E-Paper Watch” e conseguiram mais de 10 milhões de dólares<sup>18</sup>. A segunda versão desse dispositivo, em 2015, conseguiu mais de US\$ 11.242.417 através de 51 mil apoiadores em menos de uma semana (COSTA, 2015). Um exemplo interessante no Brasil, que também movimentou uma quantia significativa de dinheiro, foi financiado em outubro de 2014 pelo Catarse: o “Mola Structural Kit”, uma ideia que surgiu durante um curso de pós-graduação em arquitetura. Diante da abstração que era a abordagem das disciplinas de estrutura, desenvolveu-se um modelo interativo que simula o comportamento de estruturas reais a partir de molas e peças metálicas, voltado para estudantes, professores, engenheiros e arquitetos. O projeto pedia 50 mil reais para a elaboração, mas acabou recebendo mais de 600 mil em doações<sup>19</sup>.

Uma das campanhas de financiamento coletivo do Brasil com maior valor arrecadado foi proposta pela empreendedora Bel Pesce, que pedia R\$ 260 mil para realizar palestras e divulgar seus últimos livros em todas as capitais do Brasil e no Distrito Federal<sup>20</sup>. A campanha arrecadou mais de R\$ 889 mil doados por 5209 pessoas. Contudo, o financiamento coletivo também possui suas controvérsias. Em 2016, essa mesma empreendedora, juntamente com Zé Soares, do blog “Do Pão ao Caviar” e com o vencedor da terceira temporada do *MasterChef Brasil*, Leonardo Young, criaram uma campanha de crowdfunding para arrecadar R\$ 200 mil em dois meses e abrir uma hamburgueria em São Paulo (BELLONI, 2016). Depois de receberem inúmeras críticas pelas chamadas redes sociais desistiram da campanha.

---

<sup>18</sup> O projeto ainda está online no endereço: <[https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android?ref=nav\\_search](https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android?ref=nav_search)>. Acesso em 29 de set. de 2016.

<sup>19</sup> O projeto ainda está online no endereço: <<http://www.catarse.me/pt/mola>>. Acesso em 30 de set. de 2016.

<sup>20</sup> O site da campanha está no ar e pode ser acessado no seguinte endereço: <<http://www.kickante.com.br/campanhas/bel-pesce-legado-menina-do-vale>>. Acesso em: 30 set. 2016.

Foi criticada a utilização do financiamento coletivo quando os três empreendedores poderiam buscar investidores ou investir do próprio dinheiro para abrir a empresa (BELLONI, 2016).

Geralmente, campanhas de financiamento coletivo são realizadas para implementar projetos de pessoas pouco conhecidas, que teriam dificuldade para conseguir investidores; ou ideias não usuais, que não mobilizaria possíveis investidores preocupados com o retorno em curto prazo; ou mesmo projetos que visam o interesse público. Embora seja fácil identificar projetos que mesmo não seguindo essas regras sejam financiados, esse caso é significativo para observar como não basta ser conhecido e ter “seguidores” ou já ter tido algum projeto financiado coletivamente, como é o caso da Bel Pesce, para obter financiamento.

É importante lembrar que existem muitos projetos para ajudar pessoas que precisam de cirurgias, próteses, ou estão passando por algum tipo de dificuldade financeira. Campanhas para ajudar pessoas nessas situações costumam ocorrer em plataformas que permitem ao proponente ficar com o valor arrecado mesmo sem atingir a meta, como o site Vakinha, que também não exige vídeo e é possível iniciar a campanha sem uma proposta muito elaborada.

Obviamente existem vários projetos que não são bem sucedidos, assim como inúmeros outros que atingem a meta; mas minha intenção aqui é apenas chamar a atenção para a existência dessa dinâmica na qual está sendo possível viabilizar produtos e serviços, inclusive de valores elevados, por meio de plataformas nas quais milhares de desconhecidos interagem e fazem doações individuais.

Vale lembrar ainda a existência de outras plataformas que ao invés de proporcionarem a doação de dinheiro, como os sites de financiamento coletivo, permitem o empréstimo. Jeremy Rifkin (2016) acredita que o “colapso bancário em 2008” contribuiu para a emergência do empréstimo entre pares:

Como resultado do fiasco bancário, surgiu um novo tipo de instituição de crédito na Internet, chamada de empréstimo social, ou entre pares. Plataformas de bancos online como Zopa, Lending Club e Prosper emprestam dinheiro diretamente a pessoas ou projetos. Esses mecanismos financeiros online estão se tornando veículos de financiamento populares alternativos aos bancos tradicionais porque eliminam os intermediários e os enormes custos fixos incorridos pelas grandes instituições financeiras, que são repassados aos financiadores dos empréstimos na forma de altas taxas de juros. (RIFKIN, 2016, p.295-296).

Na verdade trata-se menos de eliminar o intermediário e mais de mudar as formas de mediação. Por exemplo, o site *Zopa.com*, criado em março de 2005. Ele une pessoas que precisam de dinheiro com outras que querem emprestar e faz a mediação com uma taxa de juros menor que a dos bancos tradicionais. Embora o dinheiro seja das pessoas e não de uma

instituição financeira não existe nenhum tipo de interação entre quem empresta e quem pega emprestado. A confiança é depositada na empresa que faz a mediação. Assim, esse processo de intermediação não parece sofrer grande alteração se comparado às instituições financeiras tradicionais.

### 1.1.3 Educação

“Acreditamos que todo conhecimento é útil e que todo mundo tem algo para compartilhar”. Esse trecho do “Quem Somos” da Cinese (2016), que se apresenta como uma plataforma de “crowdlearning”, é bastante indicativo da premissa que orienta os sites que poderíamos chamar de “aprendizagem colaborativa”. São plataformas que colocam em contato quem tem algo para ensinar com quem está interessado em aprender, ou seja, qualquer pessoa pode se cadastrar na plataforma, seja para oferecer ou fazer um curso. As “aulas” oferecidas podem ser cobradas ou não e as plataformas costumam receber uma taxa por cada aula paga realizada. Cinese (2016) e Nos.vc (2016) são exemplos de plataformas que funcionam nesse formato, a primeira já realizou mais de 2 mil encontros e a segunda mais de 600 até setembro de 2016.

Enquanto as plataformas citadas priorizam os cursos presenciais, o *Weeazy* funciona orientado pelas mesmas premissas, mas apenas para aulas online. A plataforma possui um software específico para aulas ao vivo, usando a webcam, microfone e fone de ouvido – também é possível compartilhar arquivos e conversar por mensagens instantâneas. Quem irá ministrar a aula propõe o preço e o horário, que podem ser negociados entre os envolvidos. A plataforma também contém um sistema de pagamento próprio e as aulas oferecidas são diversas: programação, matemática, teoria musical, entre outras.

Um dos sites mais conhecidos dessa natureza é o *Udemy*, criado em 2010, que possui mais de 40 mil cursos e 12 milhões de alunos até setembro de 2016 (UDEMY, 2016). As aulas oferecidas vão desde desenvolvimento para web até ioga, passando por lições de violão. No *Udemy*, as aulas são à distância e os alunos podem escolher o ritmo e o horário para os cursos, além de ter aulas em qualquer dispositivo.

Essas iniciativas de aprendizagem me lembram das muitas vagas de emprego abertas nas empresas de economia da confiança em todo o mundo<sup>21</sup>. É curioso notar que na maioria das oportunidades não se exige diploma em uma área específica. Pede-se conhecimento em determinadas atividades ou experiência, mas dificilmente um diploma é requerido<sup>22</sup>. Por outro lado, demanda-se por alguém com criatividade e ideias inovadoras. O fundador de um dos primeiros e maiores espaços de coworking do Rio de Janeiro, o Templo, por exemplo, Herman Bessler, não chegou a se formar em economia e é adepto da educação não formal (NOVAES, 2013).

Um dos motivos para essa aparente não preocupação com educação formal pode ter relação com o fato de serem experiências novas, que exigem habilidades profissionais que estão sendo inventadas cotidianamente e ainda não são ensinadas formalmente em universidades, mas não parece ser só isso. Talvez tenha relação também com o ambiente empreendedor, Steve Jobs, Bill Gates e Mark Zuckerberg, por exemplo, também desistiram da faculdade. Além disso, vale notar ainda como a “busca por propósito no trabalho” é algo recorrente entre as pessoas envolvidas nessas empresas. Essas questões parecem sugerir outros tipos de vinculação social e parece importante pensar esse “sujeito empreendedor” que se constitui. Isso será retomado posteriormente.

#### 1.1.4 Objetos e Tarefas

Vamos começar pelo “compartilhamento de objetos”, tanto por meio da troca quanto da venda. O site *DescolaAí* permite aos usuários cadastrados não só a venda de objetos usados, mas também a troca. A diversidade de produtos é enorme: fones de ouvido, utensílios domésticos, carros, celulares, livros, ferramentas, entre muitos outros. Também é possível publicar algo que se busca: aulas de dança, o DVD de um filme, um brinquedo, entre outros itens.

---

<sup>21</sup> Um dos sites mais conhecidos no contexto da economia da confiança traz uma seção com várias oportunidades de emprego abertas em empresas ligadas a essas práticas econômicas em diversos países: <<https://jobs.ouishare.net/>>. Acesso em 01 de out. de 2016.

<sup>22</sup> Um bom exemplo disso foi uma vaga aberta, no início de 2015, em uma organização que funciona na cidade do Rio de Janeiro, “Meu Rio”. A vaga era para “Coordenador de Nova Economia” e requeria experiência em diversas áreas, mas não formação.

Interessante perceber que no *DescolaAí* qualquer uma dessas transações começa com a criação de um perfil pelo usuário; com foto, nome completo, telefone, endereço<sup>23</sup> e a escolha de um plano: pagando 50 reais por ano é permitido o cadastro ilimitado de itens e pagar a plataforma uma taxa de 5% sobre cada transação; no plano gratuito, só é permitido o cadastro de um item para venda por vez, ainda que as trocas sejam ilimitadas, mas a taxa de comissão sobe para 10% sobre o valor da transação. Após cada transação, os usuários envolvidos avaliam um ao outro dizendo como foi a experiência, depoimento esse que passará a constar em seu perfil<sup>24</sup>.

Talvez inspirada em experiências similares mais antigas, como o *OurHood*, o *StreetBank* e o *Peerby*, foi criada no final de 2014 uma das primeiras plataformas brasileiras que visa conectar vizinhos para realizarem empréstimos. O site *Tem Açúcar?* é gratuito e funciona com base na localização geográfica. Ao se cadastrar, é necessário informar seu bairro e no momento em que essa localidade atingir o mínimo de 30 usuários os vizinhos podem postar, na página do bairro, pedidos do que necessitam. As condições do empréstimo, como o tempo de uso, são combinadas entre os usuários. Após cada transação também é necessário avaliar a experiência.

Vale ressaltar que existem também plataformas para trocas de objetos específicos; como a *Poshmark*, uma espécie de bazar online voltado para mulheres venderem e comprarem roupas de grifes que enjoaram ou não cabem mais; o *Truequebook*, uma plataforma espanhola para troca de material escolar, de livros a uniformes; o *Livra Livro*, para troca de livros.

No entanto, não só de intercâmbios materiais é marcada a economia da confiança, algumas plataformas para trocas de objetos também permitem o oferecimento de serviços, como o *DescolaAí*. Por exemplo: uma pessoa que precisa de serviços de electricista pode contratar as horas livres de outra – os valores e condições desse serviço são estipuladas pelo usuário que cadastrou a proposta. Uma das plataformas mais conhecidas que permite contratar pessoas para a realização de tarefas é o *TaskRabbit*, que foi criado em 2008 e hoje está presente em diversas cidades dos Estados Unidos. As tarefas vão desde limpeza e pequenos reparos domésticos até cuidar dos filhos e animais de estimação. O site fica com uma

---

<sup>23</sup> Informações como telefone e endereço não são públicas, só ficam visíveis aos usuários que irão efetivar alguma transação.

<sup>24</sup> É importante notar que essa forma de funcionamento da plataforma (presente também em várias outras), com elaboração de perfil pessoal e depoimentos após cada transação, desempenham um papel na construção da confiança e contribuem para a emergência de laços entre desconhecidos. Essa questão será retomada, especialmente no terceiro capítulo.

percentagem sobre cada pagamento, que é feito pelo site após a conclusão da tarefa. Assim como nas outras plataformas, os usuários possuem um perfil informando as atividades que realizam e as avaliações que receberam de seus “clientes”. Uma plataforma semelhante em funcionamento no Brasil é o GetNinjas.

É interessante notar como esse tipo de experiência cria um ambiente produtivo, uma espécie de redes de serviços, capaz de gerar renda regular baseada nas plataformas online e na confiança entre desconhecidos. Exemplo disso é Chris Mok, de 46 anos, que perdeu seu emprego como “negociador de arte” e tem ganhado cerca de cinco mil dólares por mês realizando tarefas através do *TaskRabbit* (BOTSMAN, 2012). Ele possui uma das melhores avaliações do site, que aparecem junto com comentários elogiando sua rapidez e simpatia (BOTSMAN, 2012). Tais avaliações foram responsáveis pela “criação de valor ao seu perfil”, permitindo a ele que cobre mais pelo serviço que realiza.

Existem sites voltados para a realização de tarefas que não envolvem dinheiro. Várias plataformas permitem essas relações, mas apresentarei isso a partir dos chamados “bancos de tempo”. O Bliive, que costumo entender como um espaço para troca de experiência, foi a primeira plataforma dessa natureza criada no Brasil. Funciona da seguinte forma: após o cadastro no site, alguém oferece uma experiência (uma aula de francês, por exemplo) e pela hora oferecida recebe um “timemoney”, que poderá ser trocado por outra atividade que outra pessoa ofereça em seu tempo livre (passear com o cachorro ou serviços de contabilidade, por exemplo). Essa plataforma foi lançada em 2013 no Brasil e até setembro de 2016 já tinha mais de 120 mil horas de experiências trocadas (BLIIVE, 2016).

No Bliive, quando você se cadastra recebe cinco “timemoney” para iniciar o consumo e incentivar sua participação. Contudo, quando esse objeto de troca acabar a única forma de obtê-lo é oferecendo ações – e quanto mais atividades oferecidas, mais “timemoney”. Após cada transação, como nos outros sites que apresentei, quem ofereceu é avaliado e ganha um “comentário”, ou seja, uma peça na construção de sua reputação. Diante disso, ser simpático com o outro e executar satisfatoriamente a tarefa, como em qualquer mercado, tem uma função no aumento dos ganhos, mesmo sendo de “timemoney”.

Outro exemplo de banco de tempo é o *Time Republik*, que funciona da mesma maneira que o Bliive. Fundado em 2012, na cidade de Nova Iorque, até setembro de 2016 está presente em mais de 110 países (TIME REPUBLIK, 2016). Os serviços oferecidos são os mais diversos: programadores, tradutores, fotógrafos, psicólogos, dentistas, consultoria financeira, serviços domésticos, entre outros.



Um site que permite a realização de ideias ou projetos sem envolver dinheiro é o *GoodPeople*, através do qual os usuários se cadastram por meio do perfil no Facebook (para conseguir a localização e outras informações) e postam suas “habilidades”, isto é, algo que saibam e/ou tenham satisfação em fazer (programar, realizar cálculos, dar aula de história...). Assim, quando algum cadastrado precisa de uma determinada habilidade deve buscar na plataforma e todos os que tiverem listado aquela habilidade recebem uma notificação, podendo atender ou não.

Antes de encerrar a questão do compartilhamento de objetos e tarefas é importante citar um modelo bastante curioso: as “plataformas de encomendas”, como o *Nimber* e o *Meep Meep*. Esses sites conectam pessoas que precisam enviar algo de um lugar para outro com alguém que esteja indo para lá de qualquer maneira. Em geral, a plataforma e quem está levando a encomenda ganham uma comissão. Existem também experiências que visam a compra de produtos e não o envio. Uma iniciativa dessa natureza, criada por brasileiros, é o *Stuff in Bag*. O funcionamento é o seguinte: você se cadastra no site (gratuitamente) e escreve que gostaria de comprar um chocolate suíço, por exemplo. Alguém que está viajando da Suíça para sua cidade e que também utiliza o site visualiza seu pedido e diz que pode levar em sua mala. A plataforma fica com uma porcentagem do total da compra.

Assim como em quase todas as outras experiências, são relações baseadas na confiança entre desconhecidos, na utilização de objetos que estariam ociosos e/ou habilidades que podem ser desempenhadas no tempo livre dos sujeitos (“abundância de recursos”) que se conectam por meio das plataformas digitais (“entre pares”). A confiança parece ser construída a partir de uma série de mecanismos, usos e ferramentas técnicas utilizadas de maneira articulada e que passam a funcionar produzindo, talvez, vínculos sociais e relações entre sujeitos e não apenas entre indivíduos que desempenhem funções, como veremos no próximo capítulo.

#### 1.1.5 Transporte

A exemplo do que aconteceu em diversas cidades do mundo, como Londres, Paris, Berlim, Barcelona, Madri, Bruxelas, Seul, Xangai e em algumas cidades dos Estados Unidos, desde junho de 2014, no Brasil, temos observado protestos de taxistas contra um aplicativo, o

*Uber*, que coloca passageiros em contato com motoristas<sup>25</sup>. Os protestos começaram em São Paulo, onde o aplicativo foi liberado primeiro, depois no Rio de Janeiro, e seguindo, gradualmente, nas cidades em que a *Uber* começou a funcionar, como Recife, Belo Horizonte e Porto Alegre. Ruas foram bloqueadas, carros incendiados, quebrados, apreendidos e pessoas feridas. Os taxistas, possivelmente sentindo sua profissão ameaçada, em geral defendiam a lei federal nº 12.468<sup>26</sup>, que garante exclusividade a esta categoria profissional para utilização de veículo objetivando o transporte individual remunerado de passageiros.

Apesar dos protestos, que até o final de 2016 não pararam completamente, o *Uber* já foi regulamentado em 82 regiões no mundo, entre cidades, estados e um país (GOMES, 2016). No Brasil, até setembro de 2016, o aplicativo já foi regulamentado em São Paulo (GOMES, 2016) e no Distrito Federal (ALVES, 2016).

Esse aplicativo foi lançado em 2009 e até setembro de 2016 opera em mais de 500 cidades no mundo (UBER, 2016). No Brasil, a *Uber* está presente em mais de dez cidades, com mais de um milhão de clientes e cerca de dez mil motoristas cadastrados – pretendendo ultrapassar os 50 mil em 2016 (ROSA, 2016). Há diferentes modalidades em funcionamento, as mais comuns no Brasil são: *Uber Black* (o carro sedã preto, que é a principal marca da empresa); *Uber X* (versão mais barata); *Uber Pool* (que permite compartilhar o carro e a tarifa com desconhecidos que estejam indo no mesmo caminho). Outras modalidades começam a ser experimentadas: *Uber Bag* (carros com porta-malas grande); *Uber English* (motoristas fluentes na língua inglesa); *Uber Pet*: (aceita animais nos veículos); *Uber Eats* (entrega de comida). Vale notar que a empresa ainda planeja lançar outras modalidades.

Para utilizar como passageiro basta instalar o aplicativo no smartphone, mas para ser motorista é necessário que o carro cumpra as exigências de cada modalidade, ser particular e o motorista precisa realizar um cadastro (seus antecedentes serão avaliados) incluindo documentos pessoais, como a habilitação com autorização para “exercer atividade remunerada”. Caso a pessoa interessada em ser motorista não tenha veículo, a *Uber* sugere a compra ou o aluguel de um carro com descontos em empresas parceiras.

Apesar de ser uma forma de complementar a renda para alguns, há pessoas que perderam o emprego e sua função como motoristas da *Uber* é sua principal fonte de renda, mas para conseguirem o suficiente precisam dirigir mais de 10h (alguns até não realizam refeições) e o resultado são motoristas exaustos (GRAGNANI, 2016). Duas razões

---

<sup>25</sup> Pessoas comuns, como eu e você, que tenham um carro e queiram trabalhar como motoristas.

<sup>26</sup> Art. 2º da Lei nº 12.468 de 26 de agosto de 2011.

contribuíram para o aumento na quantidade de horas trabalhadas visando uma renda razoável: uma redução na tarifa do *Uber* no final de 2015 e o aumento crescente no número de motoristas (GRAGNANI, 2016). Motoristas que largaram empregos e compraram veículos motivados pelos rendimentos ao longo de 2015 sentem-se prejudicados e até criaram uma associação para defender seus interesses (SOUZA, 2016). Tal cenário tem gerado, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, processos de motoristas contra a empresa exigindo direitos trabalhistas (DUTRA, 2016). Até o momento não existe clareza sobre os julgamentos, pois a *Uber*, que fica com uma porcentagem de cada transação, enfatiza ser uma empresa de tecnologia que não emprega motoristas, apenas os coloca em contato com passageiros.

Na contramão dos ganhos dos motoristas, o valor de mercado dessa empresa tem aumentado e em setembro de 2016 está em US\$ 62,5 bilhões (REUTERS, 2016). Talvez na tentativa de se livrar dos problemas envolvendo motoristas e/ou no intuito de seguir uma tendência, a *Uber*, que já tinha anunciado seu interesse na utilização de carros autônomos, firmou uma parceria com a Volvo para acelerar o desenvolvimento de carros que andam sem motorista (G1, 2016b).

Embora minha exposição tenha sido centrada na *Uber*, por ser o aplicativo de maior expressão desse gênero no Brasil e por julgar que sua trajetória e as questões envolvidas podem ser correlatas a outros softwares parecidos, é importante lembrar que existem empresas concorrentes, como *Lyft* e *Cabify*.

A *Uber*, assim como a *Airbnb*, que ainda será tratado, e outras iniciativas da chamada economia da confiança, funcionam em uma lógica parecida com a “Cauda Longa” proposta por Chris Anderson (2006), que, dentre outras coisas, destaca como empresas podem acabar com a tradicional limitação de espaço, além de facilitar e ampliar a comercialização de produtos de nichos, ao criar e administrar um conjunto de fornecedores, acionando-os quando for necessário. Da mesma forma, a *Uber* não possui uma frota de veículos, trabalha administrando os motoristas, que são proprietários dos seus carros, com pessoas que querem utilizar o serviço, podendo aumentar tanto o número de automóveis quanto de motoristas circulando sem alterar significativamente seus custos.

Vale notar que nem todas as experiências de transporte “ameaçam” os taxistas. Em 2014, os alunos Pedro Dias, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, e Ticiania Hugentobler, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, criaram o aplicativo *Borajunto Táxi*, que visa conectar pessoas que fazem caminhos similares para que possam dividir os custos do táxi (MOTTA, 2014). Com o aplicativo instalado no smartphone e após selecionar a origem e o destino da corrida, que pode ser qualquer lugar ou situação, de shows a traslados

para o aeroporto, o *Borajunto* mostra as pessoas que farão aquele trajeto e é possível conversar com elas para escolher com quem ir e acertar como será a divisão dos custos.

Atualmente existem também grupos em redes sociais, como o Facebook, e em aplicativos de mensagem instantânea, como o WhatsApp, que também cumprem a função de colocar pessoas em contato para dividir um táxi ou pedir carona, o que os aplicativos que citei fazem é facilitar essas interações e reduzir o tempo para as definições e escolhas.

É importante lembrar ainda as iniciativas de caronas. Talvez a mais conhecida, no mundo, seja a empresa *BlaBlaCar*, que apresenta-se como uma “comunidade de confiança, composta por condutores e viajantes que compartilham as suas viagens de carro, reduzindo as despesas” (BLABLACAR, 2016). Criada em Paris, em 2006, está presente em 22 países e reúne mais de 25 milhões de membros (BLABLACAR, 2016). Cada condutor e passageiro possuem um perfil no site, onde ficam registradas as opiniões e classificações de outros membros que já viajaram com eles – é possível dizer como a pessoa dirige ou se fala muito, por exemplo. Para viajar, basta procurar no site quem esteja indo para a localidade desejada (em caso de dúvidas é só fazer uma pergunta pública ao condutor). Após fazer a reserva o passageiro recebe o número de celular do motorista para combinar algo que esteja faltando, como ponto de encontro. Sobre o pagamento, ao cadastrar uma viagem a plataforma sugere um preço para o trajeto, que pode ou não ser aceito pelo condutor e apenas nos países em que a transação é mediada pela plataforma que a empresa fica com uma porcentagem (REUTERS, 2015). No Brasil, até setembro de 2016, a empresa ainda não cobra ninguém – o pagamento é feito pessoalmente em dinheiro para o condutor (REUTERS, 2015).

Outra experiência de carona no Brasil é o *Caronetas*, que reúne pessoas com trajetos semelhantes. Criado em 2009, inicialmente era voltado exclusivamente para empresas que deveriam cadastrar seus funcionários – essa era uma forma de minimizar os riscos de receber um desconhecido (VIEIRA, 2014). Atualmente, é possível também se cadastrar pelo Facebook e trocar carona com outros usuários cadastrados da mesma rede social. A carona pode ser gratuita ou com custo compartilhado. Na segunda opção, o passageiro cria seu trajeto, compra uma moeda virtual do site e a utiliza para pagar o motorista, que recebe os valores e pode trocá-los por produtos e serviços em lojas parceiras ou por vale-presente.

Vale lembrar também o aluguel de veículos. Alguns modelos não apresentam grandes novidades ao já conhecido aluguel de automóveis, uma vez que são empresas proprietárias de carros que disponibilizam aos clientes. Os exemplos mais conhecidos desse modelo são a *Zipcar*, criada nos Estados Unidos, e a *Zazcar*, brasileira. Ambas as empresas se propõem a oferecer aos clientes os benefícios de um carro particular, mas sem ter que arcar com os

custos e responsabilidades de um dono de automóvel. O possível diferencial deste modelo, em comparação com o aluguel convencional de carros, parece estar no fato dos veículos ficarem disponíveis em diversos pontos das cidades e o cadastrado poder reservar não apenas por dia, mas também por hora, usando o site ou um aplicativo para celular.

Serviços como esses, baseados no acesso e não na propriedade, parecem contribuir para um uso “funcional” dos recursos. Por exemplo, no final de semana você prefere um carro esporte e conversível para ir à praia, quando vai viajar no feriado com a família prefere um carro maior com lugar para mais pessoas e bagagem, quando vai para o trabalho pode preferir um carro pequeno porque talvez facilite encontrar vaga no estacionamento e, quando for mudar, pode preferir ter uma minivan. É assim que tais serviços costumam ser divulgados pelas plataformas, talvez diferente das empresas tradicionais de aluguel de carros.

As experiências que parecem mais interessantes, no que diz respeito ao aluguel de veículos, são as empresas que oferecem esse serviço sem possuir nenhum automóvel – apenas realizando a mediação entre os pares. Existem pelo menos três empresas brasileiras atuando nesse modelo: *Fleety* (fundada em 2014, possui 2 mil carros cadastrados e 20 mil usuários); *PegCar* (iniciou as atividades em 2015, conta com 5 mil usuários e 200 carros); *Parpe* (fundada em 2016, possui 600 carros e 3 mil usuários) (FUSSY, 2016). O funcionamento é semelhante ao de outras plataformas já citadas: o proprietário cadastra seus dados e os do carro no site, a empresa checa as informações (junto ao Detran, e-mail, celular, redes sociais) e antes de aceitar o pedido o dono pode ver detalhes de seu “cliente”, como avaliações feitas por outros usuários, perfil em redes sociais e trocar mensagens ou telefonar (FUSSY, 2016). Há depoimento de proprietários que chegam a receber mais de R\$ 1 mil por mês e o aluguel pode ser até 30% mais barato do que em locadoras tradicionais – sendo que a empresa que faz a mediação fica com uma porcentagem, geralmente em torno de 20% (FUSSY, 2016).

Nesse “aluguel entre pares” é interessante notar como a empresa “possui” uma vasta e diversificada frota de carros disponíveis mesmo sem ser proprietária de nenhum. Seu trabalho consiste em estabelecer as condições, especialmente no que diz respeito à segurança, para que as transações entre os desconhecidos ocorram. A empresa costuma oferecer seguro, realiza vistorias, verifica a identidade e documentação dos usuários, entre outras estratégias, visando minimizar os riscos das transações entre estranhos – mas garantem fazer isso de maneira rápida e sem burocracia. Contudo, não parece estranho entregar as chaves e deixar seu carro com uma pessoa que você nunca viu para receber algumas horas ou dias depois?

Antes de finalizar as iniciativas da área de transporte, vale lembrar que também existem experiências de aluguel de bicicletas. Exemplos bastante conhecidos são o Bike Rio e

o Bike Sampa, projetos das prefeituras do Rio de Janeiro e de São Paulo, respectivamente, em parceria com o banco Itaú, que disponibilizam bicicletas em diversos pontos das duas cidades. A partir de um cadastro prévio e do pagamento de um valor mensal (dez reais), é possível fazer um número ilimitado de viagens durante todo o dia (de até 60 min.), desde que sejam realizadas com intervalo de pelo menos 15 min (BIKE RIO, 2016). Outra experiência, gratuita, é o IntegraBike, uma iniciativa da prefeitura, que funciona na cidade de Sorocaba/SP de maneira integrada com o sistema de transporte coletivo. Para utilizar o serviço é preciso ter cadastro no sistema de transporte da cidade (INTEGRABIKE SOROCABA, 2016).

Pegar carona, fazendo amigos ou não; alugar o carro a um desconhecido e ganhar um dinheiro extra; entrar em contato com estranhos para dividir um táxi e pagar por mês para usar bicicletas sem possuir uma são práticas que de alguma maneira sempre estiveram presentes nas experiências cotidianas, mas que, nos últimos anos, parecem ganhar maior dimensão e sistematização em torno de modelos de negócios. Talvez os problemas de mobilidade dos grandes centros urbanos, as preocupações com a poluição e os altos juros tenham contribuído para a queda na venda de veículos<sup>27</sup> que se observa e tenham algum papel na emergência de diversos modelos para se ter acesso a transporte, como os que citei aqui. Independente das motivações, o fato é que tais práticas parecem indicar mudanças, pequenas ou não, nas formas de viver em sociedade e se relacionar com o outro.

### 1.1.6 Alimentação

Vamos imaginar uma família na qual a mãe precisa cozinhar diariamente para o marido e os três filhos adolescentes jantarem por volta das 19h. Certo dia, o marido liga dizendo que chegará tarde e não irá jantar e dois dos filhos irão dormir na casa de amigos. A mãe recebeu essas notícias pouco antes das 19h, com a comida já pronta. Sobrará muita comida que poderia ficar para o dia seguinte se não fosse o fato do marido e os filhos ausentes não gostarem de comida requentada. O que fazer? Essa mãe vive em um grande centro urbano, em um condomínio com doze andares (quatro apartamentos por andar), mas não conhece nenhum vizinho, embora resida lá há oito anos, e os poucos conhecidos/amigos

---

<sup>27</sup> A venda de veículos novos recuou 11% em agosto de 2016 se comparado com o mesmo mês de 2015. No ano, a queda é de 23% (G1, 2016a).

moram longe. O que fazer com essa comida extra? Jogar fora? Congelar? Apesar dessas opções, muitas pessoas têm preferido fazer outra coisa.

Uma possível solução para esse problema seria essa mãe entrar no site *Shareyourmeal* (ou A comida da vizinha, como foi traduzido para o português), fazer o seu cadastro, dizer o nome do prato, os ingredientes usados, a quantidade que sobrou e qual o preço daquela “sobra”. Essa plataforma foi criada em 2012, em Amsterdã, e possui usuários em diversos países (SHAREYOURMEAL, 2016). Iniciativa parecida é a francesa *Super Marmite*, que se propõe a oferecer a quem tem pressa o acesso a comida caseira perto de casa.

Outra situação comum, principalmente nos grandes centros urbanos, são os almoços apressados, muitas das vezes sem deixar de trabalhar. Levando em consideração essa questão foi que surgiu um modelo de alimentação que visa conectar desconhecidos em torno da “mesa do almoço”, geralmente em restaurantes, visando promover o encontro entre pessoas dispostas a acabar com as refeições apressadas e solitárias. Um exemplo de plataforma dessa natureza é a francesa *Colunching*, que conta com mais de 15 mil membros cadastrados, distribuídos em cerca de 30 países, entre eles o Brasil. A iniciativa já organizou mais de 2 mil encontros (COLUNCHING, 2014).

Pensando no desperdício de comida foi criada a *Food Cloud*, em Dublin, na Irlanda, em 2012, que coloca em contato empresas que tenham excesso de comida com instituições de caridade. As empresas notificam as instituições de caridade registradas sobre os alimentos disponíveis e as organizações recolhem. Segundo dados da empresa, foram redistribuídos quase 2 mil toneladas de alimentos, o que equivale a mais de 4 milhões de refeições (FOODCLOUD, 2016). Outra iniciativa dedicada ao não desperdício de alimentos é a *Food Sharing*, que funciona na Alemanha.

No que diz respeito à produção de alimentos, é cada vez mais comum a utilização de praças e outros locais públicos, abandonados ou subutilizados, para este fim. No Brasil existem alguns exemplos dessa natureza. A Horta das Corujas, que está localizada em uma praça pública da cidade de São Paulo, desde 2012, começou a partir de discussões sobre o tema em um grupo do Facebook, que gerou um contato com uma Conselheira Municipal do Meio Ambiente, até que se conseguiu autorização do subprefeito de Pinheiros para a construção da horta (HORTA DAS CORUJAS, 2016). Outro exemplo, também em São Paulo, é a Horta do Ciclista, na qual todo primeiro domingo de cada mês as pessoas se reúnem na praça para cuidar da horta levando mudas de hortaliças, composto orgânico, folhas secas, pás, enxadas, entre outros materiais, e qualquer pessoa pode participar (PERCEBÃO, 2014).

Sobre a compra de alimentos, existem iniciativas para compra/venda de produtos orgânicos e/ou frescos. Alguns sites, como o *Farm Drop*, que funciona apenas nos arredores da cidade de Londres, colocam em contato o produtor e o consumidor para compra online. O alimento é escolhido através do site, o pedido enviado ao produtor, que irá colher, e a plataforma se responsabiliza pela entrega na residência ou em um local combinado, sem guardar a comida em estoque.

Outro modelo existente para a compra de alimentos é o baseado em compras coletivas. Um exemplo disso é a Rede Ecológica, criada em 2001, no Rio de Janeiro, que funciona como uma cooperativa de consumidores<sup>28</sup> que realizam compras conjuntas diretamente de produtores agroecológicos/orgânicos (REDE ECOLÓGICA, 2016). A Rede funciona a partir de núcleos distribuídos em diversos bairros da cidade. Em cada núcleo, os associados encomendam os produtos que querem de maneira online e devem buscá-los nos locais, datas e horários previamente acertados e pagar na hora. As entregas acontecem aos sábados pela manhã, em espaços como escolas e centros culturais/sociais, a cada semana, uma ou duas vezes por mês. No dia anterior as entregas de secos, mensalmente, acontecem os “mutirões”, grupos de pessoas associadas à Rede que se reúnem para organizar a entrega do dia seguinte. A participação dos associados nos mutirões é obrigatória como uma forma dos consumidores interagirem entre si e com os produtores, contribuindo para que compreendam a dinâmica da Rede e não se vejam apenas como consumidores que trocam o dinheiro pelo produto, mas que estão inseridos em outra forma de consumo.

A maioria das experiências de alimentação que citei diz respeito a formas de se ter acesso aos alimentos para comer em casa, mas o que pensar do hábito, cada vez mais frequente dado o número de sites que visam promover isso, de se convidar um estranho para o jantar ou ir almoçar na casa de um desconhecido? Bastante comum entre turistas, esses sites são uma forma de se ter acesso a comidas típicas de algum lugar preparadas por pessoas com quem se pode conversar durante a refeição. Para além das experiências turísticas, essas plataformas também parecem funcionar como uma maneira de fazer amigos.

O site *Eat With* é um dos mais conhecidos dessa natureza e até setembro de 2016 tem mais de 650 anfitriões cadastrados distribuídos em mais de 200 cidades em todo o mundo (EAT WITH, 2016). Outros sites que oferecem serviços semelhantes são *Bookalokal*, *Mealsharing*, *Feastly*, *Cookening*, *Meal is Ready*. A maioria dessas plataformas funciona assim: o(a) cozinheiro(a) (alguns são chefes de cozinha profissionais e outros pessoas que

---

<sup>28</sup> Em certo sentido, a economia da confiança pode apresentar traços do “cooperativismo”. No próximo item deste capítulo abordarei essa questão ao tratar da “economia solidária” e do “cooperativismo de plataforma”.



gostam de cozinhar) faz seu perfil no site e inclui as receitas que pode fazer, uma apresentação pessoal e o preço por pessoa. O interessado em experimentar busca na plataforma a comida que lhe agrada, a data, analisa os preços e marca o jantar. Em cada perfil ficam registrados comentários de quem já experimentou e fotos das refeições e/ou dos encontros.

Experiências como essas causam estranhamento principalmente por “questões de segurança”, por isso essas plataformas, como quase todas as outras que citei aqui, mesmo de outras áreas, possuem e enfatizam em seus sites as estratégias que utilizam para garantir a segurança. As ações mais comuns são a verificação do número de telefone, do e-mail, de contas nas chamadas redes sociais, os comentários e fotos das pessoas que já jantaram com aquele(a) cozinheiro(a). Obviamente, nenhuma dessas estratégias garante integralmente que a experiência será positiva, mas o crescente número de sites para organizar esse tipo de relação talvez indique que é possível confiar, ou, pelo menos, que essas práticas funcionam.

#### 1.1.7 Turismo e hospitalidade

Se é possível viajar e jantar na casa de um desconhecido, trocar a empresa e o guia de turismo por um(a) morador(a) local que nas horas vagas acompanha o(a) turista e/ou organiza um roteiro para sua viagem parece fácil. O site *Rent a Local Friend*, por exemplo, conecta viajantes com moradores que podem oferecer um passeio com informações que não estão em livros ou guias de viagem. Exemplo parecido é o *TripAreal*, através do qual moradores locais levam turistas em excursões gastronômicas, para andar de bicicleta, dançar, fazer compras, visitar monumentos, praticar esportes, conhecer bairros, entre outras atividades. Esses passeios costumam ser pagos e as plataformas ficam com uma porcentagem do pagamento.

Além da experiência de jantar na casa de desconhecidos ou sair com eles para mostrar a cidade, o que pensar dos sites que conectam viajantes e anfitriões dispostos a recebê-los, pagando ou não por isso, e oferecendo a casa inteira ou apenas um cômodo? Há iniciativas dessa natureza que funcionam desde antes da popularização da internet, como o Troca Casa, que surgiu em 1992 (quando funcionava por meio de cartas) e permite aos viajantes trocarem hospedagens. Por meio dessa plataforma, os membros tornam-se ao mesmo tempo hóspedes e anfitriões. Funciona assim: uma pessoa estabelece-se na casa de alguém enquanto seu anfitrião hospeda-se em sua residência. Existem também outras plataformas, criadas há

poucos anos, que oferecem serviços semelhantes, tais como *Guest To Guest*, *Love Home Swap* e *Knok*. Em geral, para utilizar esses serviços é necessário pagar uma filiação. Somente o *Guest To Guest* permite realizar as trocas de residência sem envolver dinheiro.

Assim como no caso da *Fleety*, que não possui carros e apenas coloca proprietários de veículos em contato com pessoas interessadas em alugar automóveis, essas empresas que visam à hospedagem entre desconhecidos também não possuem imóveis, funcionam apenas como mediadoras das transações. Esse modelo de negócios, embora seja recente, tem crescido e exibe números expressivos. Talvez a iniciativa mais significativa, do ponto de vista do uso, seja o *Airbnb*, que surgiu em 2008 e permite alugar por temporada apartamentos e/ou casas (ou apenas quartos), além de castelos, cavernas, iglus, casas na árvore, barcos a preços tão diversos como as possibilidades de hospedagem, podendo custar menos que um albergue ou mais que um hotel de luxo.

O *Airbnb* possui escritórios em diversas cidades do mundo para administrar milhões de acomodações, em mais de 34 mil cidades, usadas por mais de 60 milhões de pessoas – isso até outubro de 2016 (AIRBNB, 2016a). Somente no Brasil, entre 2012 (ano em que foi lançada a versão em português do site) e 2014, o número de usuários passou de 3 mil para 20 mil (AGUILHAR, 2014a). Em outubro de 2016, talvez influenciado pelas Olimpíadas, já existiam mais de 70 mil acomodações brasileiras cadastradas na plataforma – um crescimento de 67% com relação ao ano anterior (INFOMONEY, 2016). A receita da empresa é oriunda das taxas sobre cada transação. É deduzida uma percentagem dos pagamentos recebidos pelo anfitrião e é adicionada outra percentagem aos pagamentos dos hóspedes. Até outubro de 2016, a empresa está com valor de mercado em US\$ 30 bilhões (FARRELL, 2016) e no final desse ano começou a oferecer outros serviços, em geral experiências com moradores locais, como passeios pela cidade<sup>29</sup> (NEWCOMER; CHANG, 2016).

Proporcionando serviço semelhante ao do *Airbnb*, mas sem cobrar nada e visando o “intercâmbio cultural” que pode existir a partir da interação entre desconhecidos de lugares distintos, foi criado, em 2004, o *Couchsurfing*, uma das primeiras e mais expressivas

---

<sup>29</sup> Em setembro de 2016, o *Airbnb* comprou o *TripAreal* – em curto prazo as duas empresas continuarão operando normalmente (SANDRI, 2016). Esse fato ilustra a expansão do *Airbnb* à qual me refiro. Além disso, no final de 2016, a empresa passou a oferecer experiências atreladas a hospedagem. Por exemplo, você se hospeda com a fundadora de uma comunidade de ciclismo e terá a possibilidade de pedalar com ela, ou é recebido por alguém que conhece os mercados de rua de sua cidade e que lhe apresentará a região, entre outras experiências de áreas diversas, como moda, esportes, natureza. Não aprofundi esse aspecto da plataforma por ter sido adicionado pela empresa apenas quando a pesquisa estava sendo finalizada. Sendo assim, o foco da análise foi somente a experiência de hospedagem.

plataformas dessa natureza. Até outubro de 2016, esse site reúne cerca de 10 milhões de pessoas em mais de 200 mil cidades<sup>30</sup> (COUCHSURFING, 2016).

Outros exemplos interessantes de hospitalidade na economia da confiança são o *The Room Link*, que coloca em contato estudantes com quartos disponíveis na África do Sul e o *Warm Showers*, voltado para cicloviantes. Para os interessados em viajar trocando trabalho por hospedagem existe o *Worldpackers*.

Vale notar que os possíveis perigos desse tipo de experiência existem tanto do lado de quem recebe quanto de quem viaja. É possível imaginar que anfitriões interessados em encontros sexuais utilizem esses sites para “conhecer pessoas”. No entanto, embora casos assim existam, não são muitos; talvez porque os que visam esse fim tenham sites específicos para isso, como o *Love Room*, gratuito, que coloca em contato pessoas interessadas em encontros sexuais para passarem alguns dias juntas.

É curioso o fato de tantas pessoas estarem confiando em desconhecidos a ponto de hospedá-los em casa, estando ou não presentes. Independente das motivações apresentadas para esse comportamento, seja a necessidade de fazer amigos ou economizar nas viagens, seja pela troca cultural ou pelo dinheiro extra proveniente do aluguel, o fato é que deixar um estranho ficar em sua casa, conviver com você e sua família e dormir no quarto ao lado, em um colchão de ar na sala, ou mesmo entregar as chaves para ele enquanto você viaja, parece requerer mais confiança do que receber um desconhecido para o jantar ou emprestar o carro.

## 1.2 A economia da confiança como fenômeno social e de comunicação

Diante da diversidade de tipos e da quantidade de experiências que costumam ser citadas pela mídia e/ou por seus criadores como parte do que estou chamando de economia da confiança, a apresentação de exemplos poderia continuar. Há quatro anos, quando iniciei a pesquisa, acompanho diariamente notícias desse universo e sempre me deparo com novas experiências. As áreas a partir das quais apresentei as iniciativas são as que me parecem centrais nessa maneira de produzir, acessar produtos e serviços e se relacionar. Ainda que existam outros exemplos que não se encaixem diretamente nas áreas apresentadas e/ou

---

<sup>30</sup> No final de 2016, o site do *Couchsurfing* também passou por algumas mudanças em sua apresentação visual e em um aspecto do perfil que ainda será citado, mas os tipos de serviço e como são oferecidos não foram alterados.

modelos de negócios que não foram citados, a partir do cenário que descrevi é possível perceber o fenômeno e as questões que são mobilizadas para sua existência – pelo menos tal como minha percepção construída ao longo desses anos faz considerar. Minha pretensão não foi tratar de todas as experiências, mas compartilhar a “paisagem” para que o leitor possa “ver” comigo, ainda que seja através de mim. A lista de iniciativas do Apêndice A<sup>31</sup> também não serve ao propósito de ser uma compilação definitiva e almeja somente facilitar o acesso aos que tenham interesse em “navegar pelas experiências” e aumentar sua percepção sobre o fenômeno.

A partir do que apresentei no item anterior cabe perguntar: o que existe em comum entre as experiências citadas que me permitiria construir a economia da confiança como um fenômeno social a ser estudado no campo da comunicação? É esta pergunta que pretendo responder neste item. No caminho de uma resposta, para além das experiências que já conhecemos, devemos lembrar os estudos que foram realizadas (e estão sendo) sobre esse fenômeno.

É importante enfatizar que falo em “construir o fenômeno” por compreender que os objetos de estudo são “recortes” do mundo que o pesquisador delimita para que possa se dedicar a ele. Essa delimitação diz respeito aos interesses do pesquisador, ao que ele quer ver em sua pesquisa. Dependendo da delimitação, o fenômeno pode “aparecer” de várias formas, por isso parece fundamental deixar claro como estou percebendo e demarcando meu objeto de estudo. Talvez fosse aceitável apenas indicar o “recorte” feito, no entanto, construir o fenômeno para ser estudado já faz parte da produção de conhecimento, por isso o faço dessa forma. Ao final deste capítulo espero que essa questão e sua importância fiquem claras.

Conforme indiquei anteriormente, as práticas de empréstimo, troca, aluguel, doação e também a produção em conjunto, enquanto fenômenos sociais que estão presentes na economia da confiança, não são necessariamente novas. Não apenas devido aos exemplos que citei, mas também se lembrarmos de que existem sistemas de trocas diferentes dos que estamos acostumados nas sociedades ocidentais. O clássico trabalho de Marcel Mauss (2003), “Ensaio sobre a Dádiva”, traz exemplos de mercados que se constituem a partir de “contratos” sob a forma de “presentes” e que permitem o acesso a bens e serviços através de um tipo de vinculação que se dá no que ele chamou de tripla obrigação: “dar, receber e retribuir”. No entanto, esse tipo de vinculação não diz respeito a sujeitos bondosos preocupados com outro,

---

<sup>31</sup> O Apêndice A traz uma lista de iniciativas que exemplificam a economia da confiança, com o nome e o site de todas as que foram citadas aqui e outras. Caso exista interesse, o [CollaborativeConsumption.com/Directory](http://CollaborativeConsumption.com/Directory) possui uma lista de atualização permanente com exemplos em todo o mundo.

pelo contrário, “dar” é um ato interessado, uma forma de demonstrar ou construir sua autoridade, uma vez que quem deu terá muitos que “retribuirão”, já que se é obrigado a “receber” a “dádiva”, pois recusar seria uma grande falta e deixar de retribuir poderia acarretar em problemas para toda a família ou grupo – uma vez que a troca não é individual, o vínculo que se estabelece é com todo o grupo e hereditário.

Não é meu foco tratar do paradigma da dádiva, minha intenção com isso, neste momento, é apenas enfatizar como não podemos ver essas dinâmicas como novas. O que talvez exista de singular nessas experiências de troca, doação, empréstimo, aluguel e produção que apresentei é sua escala e as dinâmicas entre as pessoas envolvidas, que parece ter relação com as tecnologias digitais de comunicação; o fato de acontecerem entre pessoas sem relação prévia; e a percepção de que os recursos podem ser otimizados dependendo da forma como nos relacionamos com eles. A partir de tais questões é que parecem emergir outros processos de vinculação social – nos quais estou interessado. Vejamos.

No final dos anos 1970, Felson e Joe L. (1978) publicaram um estudo sobre o compartilhamento de automóveis nos Estados Unidos e talvez tenham sido os primeiros a usar a expressão “consumo colaborativo”. Nessa época, ainda que as tecnologias digitais de comunicação não tenham tido papel no aumento da escala, visto que a computação pessoal “ganha fôlego” no início dos anos 1980 e a internet tem sua popularização na década seguinte, o compartilhamento de automóveis, isto é, a prática de dois ou mais desconhecidos viajarem no mesmo carro dividindo, ou não, os custos, o que pode reduzir o consumo de combustível e diminuir os engarrafamentos, foi incentivado nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial como estratégia de racionamento e voltou a ser estimulado nos anos de 1970, devido à crise do petróleo e de energia (OLIPHANT; AMEY, 2010) – quando Felson e Joe L. (1978) realizaram seu estudo. Talvez por conta desses incentivos do governo, o compartilhamento de veículos seja uma prática mais usual nesse país, fazendo com que nas décadas seguintes, com a popularização da computação móvel e da internet, os sites e aplicativos de carona tenham um ambiente favorável a sua expansão.

No início dos anos 2000, com as práticas de caronas entre estranhos convertidas em algo mais habitual nos Estados Unidos, mas também antes do surgimento de muitos aplicativos e empresas que visassem facilitar isso (como as citadas no item anterior), Yochai Benkler (2004) toma esse fenômeno, juntamente com a computação distribuída<sup>32</sup>, para estudar o que chamou de emergência do “compartilhamento como modalidade de produção

---

<sup>32</sup> Práticas de processamento de dados realizadas por vários computadores conectados a uma rede visando concluir uma tarefa em comum.

econômica”, que para ele apresenta quatro características: são práticas de compartilhamento em grande escala entre indivíduos que são ligados por laços fracos ou são completos desconhecidos; partilha de bens de propriedade de privada; existência de modelos de negócios através dos quais se usa a capacidade ociosa de bens; bens rivais ganham outros usos e deixam de rivalizar (BENKLER, 2004, p.281).

Na primeira década dos anos 2000, observamos e experimentamos uma série de alterações nas formas de viver que tem relação com mudanças tecnológicas. A consolidação do comércio online, a expansão do acesso à internet via banda larga, o crescente surgimento de softwares e plataformas que favorecem a autonomia dos usuários para criarem sites e publicarem conteúdos, a popularização da computação móvel, a redução dos preços de laptops, tablets e smartphones, entre outros dispositivos. Nesse cenário, notamos como algumas de nossas relações passaram a acontecer ou serem complementadas em sites e aplicativos para smartphones: compras de todos os tipos, transações bancárias, felicitações de aniversário, monitoramento de saúde, entregas de comida, previsão de tempo, mensagens instantâneas, trajetos e dicas de trânsito, entre várias outras relações.

Parece-me que foi nesse ambiente de aplicativos e sites para “quase tudo” que as experiências da chamada economia da confiança se ampliaram e ganharam visibilidade enquanto “fenômeno organizado”. Jeremy Rifkin, com a questão do acesso em detrimento da propriedade (citada anteriormente), e Yochai Benkler, observando algumas das características desses modelos produtivos baseados no compartilhamento, estão entre os primeiros estudiosos a se preocuparem com esse fenômeno no início dos anos 2000 – o que continuam fazendo.

Em 2006, Don Tapscott e Anthony D. Williams (2010), olhando para o fenômeno da colaboração em massa entre desconhecidos através da internet, que tinha sua forma visível, na época, em experiências como a Wikipédia, o Linux, o Projeto do Genoma Humano, o Flickr, entre outras iniciativas, analisaram como essas lógicas de funcionamento são capazes de influenciar as relações econômicas. Para os autores, essas “dinâmicas colaborativas” não se resumem aos sites, alteram o funcionamento das empresas e os modelos de negócios. Lembrando-se da ferramenta wiki<sup>33</sup>, criaram o termo Wikinomics (que em português ficou conhecido como Wikinomia) para fazer referência a essas dinâmicas produtivas, baseadas na colaboração, que estão alterando as formas de criação de bens e serviços e a construção de valor (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2010).

---

<sup>33</sup> Wiki é uma ferramenta que permite editar documentos coletivamente utilizando um navegador web. Wiki diz respeito tanto ao tipo de documento quanto ao software utilizado para criá-lo.

Para Tapscott e Williams (2010), a Wikinomia está baseada em quatro ideias que substituem algumas doutrinas de negócios: 1) Abertura, deixando de lado a “cultura do segredo” e trabalhando com a transparência para divulgar informações tanto aos funcionários quanto ao público. 2) “Peering”, que diz respeito a uma forma de organização baseada na horizontalidade, questionando os modelos hierárquicos de organização e gestão e possibilitando experiências de auto-organização. 3) Compartilhamento, contrariando o pensamento que diz ser necessário controlar e proteger ideias para garantir inovação, o compartilhamento e a troca entre pessoas, inclusive desconhecidas, podem inovar com mais eficiência e rapidez, gerando benefícios para todos e modelos de negócios rentáveis. 4) Ação global, com a diminuição das fronteiras por conta das tecnologias de comunicação e do melhoramento das condições de transporte, os negócios e as relações se dão em um ambiente global, que permite utilizar recursos, tanto humanos quanto técnicos, nessa escala.

Esses princípios e mudanças, na perspectiva de Tapscott e Williams (2010), têm sua condição de possibilidade nas mudanças tecnológicas que facilitam tais relações e, conforme enfatizam, embora o impacto mais visível dessas maneiras de funcionamento seja nas áreas de software, entretenimento e informação, elas se espraiam para outros campos, como a economia e a política.

O consultor de negócios Ray Algar (2007) costuma ser considerado como o responsável por “apresentar” a face contemporânea do termo “consumo colaborativo”. Em artigo publicado em abril de 2007 no *Leisure Report*, ele defende que os consumidores estão colaborando para a troca de bens em sites como o *eBay*, estão partilhando experiências no *Trip Advisor* e realizando compras coletivas (ALGAR, 2007). Esse mesmo cenário de experiências de consumo apontado por Algar (2007) serviu de estudo para outros consultores, como Rachel Botsman/Roo Rogers (2011) e Lisa Gansky (2011) e para o professor da área de Marketing da Universidade Iorque, Russell Belk (2010; 2013).

Se Algar (2007) introduziu o termo “consumo colaborativo”, Rachel Botsman e Roo Rogers (2011) talvez tenham sido os responsáveis por torná-lo conhecido com um livro repleto de exemplos desse fenômeno. Segundo Botsman e Rogers (2011) o consumo colaborativo pode ser entendido como práticas de troca, empréstimo, doação, aluguel, que ocorrem especialmente por meio de redes digitais de computador. Para eles essa forma de consumo se baseia em quatro princípios: (1) a confiança entre estranhos; (2) a crença no bem comum, (3) a existência de uma capacidade ociosa de bens e o que chamam de (4) massa crítica, que diz respeito a quantidade de pessoas necessárias para que certa ação aconteça (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Lisa Gansky (2011b) vai chamar o fenômeno de *Mesh*, que para ela diz respeito a mudanças nas formas como nos relacionamos com bens e serviços e como isso altera nossas vidas. Para ela, os fatores mais importantes que estão impulsionando esse ambiente são: 1) Recessão, que nos fez reavaliar o custo dos bens que possuímos e dos serviços que consumimos, bem como suas necessidades em nossas vidas. 2) Crescimento populacional e densidade nas cidades, o que implica em mais pessoas e menos espaço. 3) Preocupação com as mudanças climáticas. 4) Desconfiança nas marcas globais e nos diferentes setores da indústria, o que teria deixado as pessoas mais receptivas às empresas locais. 5) Maior conexão entre as pessoas devido às tecnologias digitais de comunicação. 6) Melhor infraestrutura que facilita os deslocamentos.

Para Gansky (2011b), essas empresas da economia da confiança, que ela chama de *Mesh*, reúnem três características: (1) a habilidade de nos conectarmos uns aos outros por meio do (2) uso de dispositivos móveis e a (3) capacidade de acessar “coisas físicas”. É como nos exemplos do item anterior, que por meio de aplicativos para smartphone posso me conectar com desconhecidos para pedir carona, jantar em sua casa, dormir algumas noites, entre outras relações.

Nos anos 1980, Russell Belk defendia que “você é o que você possui”, mas com a internet há muitas maneiras de expressar a nossa identidade sem a propriedade e as práticas que tem sido chamadas de consumo colaborativo são exemplos disso (BELK, 2013, p.01) – assim como as outras já citadas. Para Belk (2013) existem duas questões em destaque nas práticas de compartilhamento e de consumo colaborativo: o uso temporário de bens e serviços que não são nossa propriedade e a sua dependência em relação à internet para que essas práticas sejam possíveis.

O pesquisador belga Michel Bauwens (2012), coordenando uma equipe de pesquisadores de vários países e trabalhando com a ideia de “economia colaborativa”, publicou um estudo sobre o que chamam de “horizontalização das relações humanas produtivas que tem sido impulsionada por meio de redes digitais de comunicação”. Bauwens (2012) defende a necessidade de se organizar uma espécie de síntese geral sobre o fenômeno, trabalho esse que é desenvolvido a partir de duas questões. Primeiro o que chama de “emergência da dinâmica da comunidade” nos negócios, isto é, ao contrário de empresas que utilizam estratégias de marketing para atingir consumidores isolados, os atores econômicos dos modelos da economia colaborativa atuam em grupo, entre pares, para gerar valor. Segundo, diante da produção social de valor se dando entre pares nas redes digitais, a



propriedade intelectual se torna cada vez mais difícil e improdutiva, criando um cenário propício para o desenvolvimento de modelos de negócios “abertos”.

O Collaborative Lab (2014)<sup>34</sup> realizou um levantamento das pesquisas que têm sido realizadas no âmbito das práticas econômicas e de consumo em sua interface com a colaboração em vários países e identificou quais as questões mais recorrentes e alguns resultados. A seguir uma síntese desse levantamento.

- Não é apenas um fenômeno da chamada “geração Y”<sup>35</sup> uma vez que pessoas de várias gerações têm participado;
- As barreiras mais comuns para a utilização dos serviços têm sido a confiança em estranhos e o inconveniente de aprender a usar uma plataforma digital;
- Não há consenso sobre como conceituar essas práticas, não só por causa dos vários termos existentes, mas também pela dificuldade de precisar uma demarcação que possa estabelecer quais experiências fazem parte ou não desse universo;
- Alguns estudos tentam identificar os interesses presentes nas práticas, se estão mais próximos de uma “boa vontade” ou apenas do “uso funcional”, mas nada conclusivo;
- As pessoas se sentem mais confortáveis em compartilhar algo com um conhecido sem o uso de plataformas. Porém, há uma mudança comportamental acontecendo em que as pessoas saem dessas formas “privadas” de compartilhamento entre quem se conhece para experiências baseadas em plataformas digitais;
- Embora existam várias motivações para as pessoas utilizarem as plataformas, economizar dinheiro e conveniência (facilidade) são as mais comuns;
- Os itens mais compartilhados são objetos, como ferramentas e equipamentos de esporte, porque são mais fáceis de transportar e/ou porque há menor risco;
- Espera-se que o valor financeiro movimentado por essas práticas econômicas baseadas na colaboração cresça significativamente entre os próximos 5 e 10 anos, mas não se sabe o tamanho dessa contribuição para a economia global;
- A maioria dos estudos é feito tomando como referência um país e faltam delimitações capazes de precisar os dados, como urbano versus suburbano.

Independente da metodologia utilizada nessas pesquisas e longe de tratar esses resultados como verdade, encaro essas informações, oriundas de estudos realizados em diversos países, em diferentes áreas e com interesses distintos, como uma forma de ampliar a

---

<sup>34</sup> Organização fundada por Rachel Botsman e que oferece consultoria e pesquisa.

<sup>35</sup> Essa expressão diz respeito aos nascidos entre 1980 e 1990.

percepção sobre o fenômeno que estou tentando construir como objeto de estudo. Vale notar que todas essas pesquisas foram realizadas fora do Brasil, mas ainda assim esses estudos são úteis uma vez que tratam de um ambiente facilmente reconhecível no país, vide as questões apontadas anteriormente por Botsman e Rogers (2011), Gansky (2011a), entre outros. Além disso, uma vez que minha intenção é analisar os processos de vinculação social em determinadas experiências, utilizar esses dados apenas para compreender o fenômeno como um todo não parece problemático.

Ainda no esforço de caracterizar o que estou chamando de “economia da confiança”, julgo pertinente diferenciá-la de duas ideias, já muito conhecidas, que não raro são reivindicados para explicar, ou se referir, a essa prática econômica: economia criativa e economia solidária. Participando de congressos e eventos dessa natureza vários pesquisadores achavam que eu tratava de uma dessas duas economias. Por isso senti a necessidade de pontuar a diferença que percebo.

Não há consenso em torno do significado de economia criativa, mas de maneira geral o entendimento que a economista Ana Carla Fonseca Reis (2008) utiliza no livro “Economia Criativa” parece elucidativo das compreensões correntes: “a economia criativa compreende setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico” (REIS, 2008, p.24). Ainda que essa definição, de acordo com algumas compreensões, também incorpore a questão dos *makers* e das inovações tecnológicas, ela é muito relacionada, especialmente no Brasil, com áreas como cultura e arte, parecendo mais uma espécie de “economia da cultura”. Talvez essa questão possa ser exemplificada no escopo dos Setores Criativos do Ministério da Cultura:

a) Patrimônio Material, b) Patrimônio Imaterial, c) Arquivos, d) Museus, e) Artesanato, f) Culturas Populares, g) Culturas Indígenas, h) Culturas Afro-brasileiras, i) Artes Visuais, j) Arte Digital, k) Dança, l) Música, m) Circo, n) Teatro, o) Cinema e vídeo, p) Publicações e mídias impressas, q) Moda, r) Design, s) Arquitetura (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2012, p.30).

A economia da confiança tem mais relação com um “modo de funcionamento”, uma “percepção” e menos com áreas específicas. Como vimos no item anterior, as práticas da economia da confiança vão do transporte à hospitalidade, passando pela alimentação. Já a economia criativa trabalha com áreas um pouco melhor definidas e a forma de se relacionar com elas pode ser variada. Sendo assim, enquanto a economia da confiança diz respeito a um modo de funcionamento para inúmeras áreas, a economia criativa parece o contrário, tem

relação com áreas mais precisas, mas sem uma especificidade na forma como funcionam. Podendo ser, inclusive, contrárias aos três eixos que caracteriza a economia da confiança – conforme veremos.

As economias da confiança e criativa podem até se aproximar através de questões como inovação, modelos de negócios, ou mesmo os produtos e serviços que são mobilizados pela economia criativa podem funcionar seguindo os eixos da economia da confiança, mas essa relação não é automática. Assim, caso se queira entender as práticas que estou analisando como expressões da economia criativa é necessário elaborar e precisar essa compreensão para que não se percam as singularidades das experiências que tenho tratado até aqui sob o rótulo de “economia da confiança”.

Da mesma forma sugiro encarar a ideia de “economia solidária”. De acordo com Paul Singer (2002), uma das principais referências no assunto, a economia solidária pode ser entendida como um modo de produção no qual trabalho e capital estão juntos e a propriedade da empresa é dividida entre todos os trabalhadores que cooperam de maneira igual. Segundo Singer (2002), nesse modelo de organização não há lucro, o excedente tem sua destinação decidida pelos trabalhadores/proprietários (SINGER, 2002). Para o Ministério do Trabalho,

A Economia Solidária é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver. Enquanto na economia convencional existe a separação entre os donos do negócio e os empregados, na economia solidária os próprios trabalhadores também são donos. São eles quem tomam as decisões de como tocar o negócio, dividir o trabalho e repartir os resultados (MINISTÉRIO DO TRABALHO, 2015, s/p).

Duas diferenças são evidentes. Enquanto a economia solidária não gera lucro e a empresa é propriedade dos trabalhadores, muitas iniciativas da economia da confiança seguem o caminho oposto. Exemplos disso são a *Uber* e o *Airbnb*, empresas controladas pelos acionistas, com valores de mercado na casa dos bilhões de dólares e que não percebem seus “motoristas” e “anfitriões” como funcionários. No caso da *Uber*, como vimos, alguns motoristas estão processando a empresa para obter direitos trabalhistas.

Por outro lado, a economia solidária é muito próxima do que Trebor Scholz (2016), professor da *The New School*, chama de “cooperativismo de plataforma”. Scholz (2016) considera que as iniciativas da economia da confiança que citei, de modo geral, são serviços sob demanda realizados por trabalhadores sem direitos assegurados que estão levando o mercado cada vez mais fundo na vida de todos, configurando o que ele considera como “capitalismo de plataforma”. Diante disso ele propõe o “cooperativismo de plataforma” no

qual a propriedade e a gestão devem ser coletiva e democrática, isto é, de responsabilidade das pessoas envolvidas na plataforma, que deixariam sua condição precária.

Sobre a relação das empresas do que estou chamando de economia da confiança com o mercado, Abramovay (2012) entende que essas práticas não se colocam como contrárias ou alternativas ao mercado constituído, nem a favor dele:

(...) são modalidades descentralizadas de criação de riqueza, que, no entanto, não respondem a nenhuma lógica estritamente mercantil. Também não se trata de repudiar o mercado, e sim de introduzir nele (...) iniciativas de apoio comunitário (...). (ABRAMOVAY, 2012, p.156).

O entendimento de Abramovay (2012) parece se aproximar das compreensões de Botsman e Rogers (2011, p.80), que percebem as iniciativas de consumo colaborativo ocupando um “local intermediário onde o comércio e a comunidade se encontrem”.

Embora as compreensões de Abramovay (2012) e Botsman e Rogers (2011) possam ser questionadas, especialmente se levarmos em consideração as críticas de Scholz (2016), esse não é o momento para aprofundar essa questão (isso será feito no quarto capítulo) e não podemos perder o foco que é a caracterização da economia da confiança. O importante agora é que as diferenças entre as economias criativa, solidária e da confiança tenham ficado claras. Ainda que alguém defenda tais aproximações, o que julgo possível e válido, minha única intenção é mostrar que essas “leituras” não podem ser feitas de maneira automática. Certamente o que estou chamando de economia da confiança tem aproximação com várias áreas e entendimentos, mas dizer que equivale a algo já conhecido e tentar reduzir o fenômeno a esse conhecido pode ser problemático.

Feitas essas considerações e após apresentar algumas experiências da economia da confiança e suas dinâmicas, bem como observar de que maneira estudiosos(as) têm compreendido o fenômeno e algumas controvérsias, é o momento de voltar ao foco deste item e perguntar o que caracterizaria a economia da confiança.

Diante dos diversos termos que tem sido utilizados para caracterizar essas práticas econômicas e de consumo relacionadas à cooperação entre desconhecidos, Rachel Botsman (2013) faz um esforço para diferenciar as principais terminologias. Ela sugere o seguinte: 1) Economia colaborativa – estaria baseada em redes distribuídas de pessoas e comunidades conectadas, versus instituições centralizadas, transformando a maneira como produzimos, consumimos, financiamos e aprendemos. 2) Consumo colaborativo – seria um modelo econômico baseado na partilha, troca, comércio e aluguel de produtos e serviços, favorecendo

o acesso em detrimento da propriedade. 3) Economia da partilha – estaria baseada na partilha de bens subutilizados, espaços, objetos e habilidades, visando benefícios monetários ou não monetários. 4) Economia peer-to-peer – caracterizaria os mercados “pessoa-a-pessoa” que facilitam o compartilhamento e o comércio direto de bens, construído na confiança entre os pares.

Conforme deve ser possível notar, essas compreensões são muito parecidas. O que está implícito em um entendimento aparece explícito em outro e palavras diferentes são utilizadas para dizer a mesma coisa. Botsman (2013) evidencia ainda quatro questões centrais presentes em todos esses entendimentos: 1) O papel das tecnologias em criar as conexões, os sistemas de pagamento, de construção de confiança, localização, entre outros. 2) As mudanças de valores, repensando o que significa posse e partilha nesse ambiente. 3) A necessidade de se repensar o que significa riqueza e crescimento nesse contexto. 4) A importância de melhorar o uso dos recursos finitos. Além dessas quatro questões, existem outras duas que Botsman (2013) sugere e vale acrescentar: 1) migração de grandes e centralizadas instituições para redes distribuídas de indivíduos, caracterizando uma mudança de “consumidores passivos para criadores ativos”. 2) utilização de uma capacidade ociosa a partir das tecnologias e dos sistemas de localização, gerando um modelo de negócios.

Além da pouca precisão nos entendimentos existentes, vale ressaltar que os termos “colaborativo”, “compartilhamento”, “partilha”, frequentemente, geram interpretações dicotômicas ou moralistas, como percebo no caso de Russell Belk (2014), que vai distinguir o “compartilhamento” do “falso compartilhamento”, sendo o segundo caracterizado pela presença do lucro e da ausência do sentimento de comunidade e da expectativa de reciprocidade. Independente de concordar ou não com Belk (2014), o fato é que não acredito ser possível analisar os processos de vinculação social já com uma compreensão formada, como, por exemplo, supor que o fato das transações envolverem dinheiro exclui a possibilidade de reciprocidade.

Diante disso foi que decidi não tentar precisar um dos conceitos existentes e sim utilizar uma terminologia “menos carregada” e não tão comum, “economia da confiança”, no caso. Mas como entender essa terminologia? De que forma ela é capaz de abarcar a diversidade de exemplos que vimos? Conforme indiquei anteriormente, ela diz respeito a um modo de funcionamento no qual iniciativas (visando ao lucro ou não) conectam pares desconhecidos para realizarem transações. Sendo mais específico, a economia da confiança pode ser entendida como um processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços que acontece baseado em três eixos: a dinâmica entre pares (que trata do modo de

funcionamento); a confiança entre desconhecidos (que funciona como reguladora do processo); e a abundância de recursos (que desempenha o papel de premissa que orienta as ações). Falo em “eixos” por entendê-los como peças que tem o papel de transmitir o movimento de um lado a outro. Dessa maneira, embora desempenhem funções diferentes, não há hierarquia de importância entre eles e tanto faz a ordem da abordagem.

Antes de refletir sobre cada um desses eixos, talvez você esteja se perguntando por que “economia da confiança” e não “economia da abundância” ou “economia entre pares”? É devido a função da confiança como reguladora do processo, isto é, a dinâmica de se confiar em estranhos a partir de maneiras diferentes das que estamos acostumados é que parece modular outros processos de vinculação social.

A **dinâmica entre pares** tem relação direta com as tecnologias digitais de comunicação, com destaque para o papel da internet e dos dispositivos móveis. Como já foi dito, muitas das práticas que caracterizam a economia da confiança já existiam<sup>36</sup> e a partir da infraestrutura tecnológica se tem uma possibilidade para sua ampliação e para o surgimento de outras características. Essa infraestrutura contribui com as questões apontadas pelos autores que citei: a diminuição das fronteiras, a possibilidade de estruturas organizativas mais “abertas, transparentes e horizontais” e a criação de sistemas que facilitam a troca, o empréstimo, o aluguel e os sistemas de pagamento, localização, construção da confiança. Essa dinâmica entre pares é o que caracteriza o modo de funcionamento da economia da confiança.

A **confiança entre desconhecidos** manifesta-se na disposição para nos relacionarmos com estranhos, contribuindo com as trocas, empréstimos, aluguel e produção entre os pares desconhecidos. Pode parecer um pouco exagerado colocar a confiança em destaque uma vez que ela sempre existiu em todas as relações. E não me refiro somente ao ato de dar carona a um desconhecido que estende o braço na estrada ou em trocar de casa nas férias com outra família, mas ao papel que a confiança tem na manutenção dos mercados, das relações e acordos que sustenta as democracias e as relações pessoais. Viver em sociedade solicita que confiemos em desconhecidos: vendedores, taxistas, encanadores, que representam funções e/ou organizações/sistemas nos quais confiamos, ou seja, confiamos nesses papéis e não nas pessoas, pois nem as conhecemos. Porém, nas experiências da economia da confiança passamos a confiar em desconhecidos (pessoas como nós) a partir de outros mecanismos, não que passamos a ser amigos, mas a forma como se constitui o papel ou a função na qual confiamos parece mudar, instituindo outros processos de vinculação social. Estando a

---

<sup>36</sup> Vaquinhas e empréstimos de objetos entre vizinhos, aulas particulares para as crianças do bairro, hospedagem na casa de conhecidos, caronas...

confiança sempre presente em todas as relações, a forma como ela é construída é que parece regular o processo de constituição de determinados vínculos.

A **abundância de recursos** funciona como uma premissa, pois a entendo como uma ideia que está presente em todas as experiências da economia da confiança, estejam ou não as pessoas cientes. Ela aparece no momento em que objetos ociosos passam a ser utilizados e habilidades são colocadas à disposição dos outros em seu tempo livre. A abundância é como uma “lente” que permite observar formas de utilização que otimizem os bens (materiais e imateriais) e as habilidades. São pessoas que trabalham como dentista 6h por dia em seu consultório e 2h atendendo pessoas em sua casa ganhando *timemoney* ou que no final de semana trabalham como designers para um desconhecido que a contratou através de uma plataforma sem pedir um diploma. Trata-se de gerar uso e valor onde não se esperaria.

Figura 2 - A economia da confiança.



Fonte: Gráfico do autor.

Não podemos esquecer que esses “eixos” funcionam juntos, um “move o outro”. No momento em que a confiança entre estranhos e as possibilidades tecnológicas de conexão entre pares se “encontram” temos um ambiente favorável à otimização dos recursos e, conseqüentemente, a emergência da abundância, em larga escala, por meio do compartilhamento, conforme vimos nos exemplos do item anterior. Apenas um desses eixos, individualmente, não caracterizaria a economia da confiança. É por isso que as preocupações ambientais e a existência de bens ociosos em larga escala são fatores que contribuem com mudanças de mentalidade e sensibilidade para a existência do fenômeno, mas que

individualmente não os determina, pois poderíamos inventar outras formas de reciclagem e aumentar os espaços destinados ao lixo.

Percebo a questão do acesso em detrimento da propriedade, tratada anteriormente, de maneira semelhante. Por exemplo, o *Netflix* e outros serviços que oferecem acesso a filmes e séries de TV, a qualquer momento, através da internet e por meio do pagamento de uma mensalidade, tornando desnecessária a propriedade do DVD com os conteúdos. Não me parece possível considerar esses serviços como experiências de economia da confiança, embora tenham como “base” as tecnologias digitais de comunicação e partam do princípio da abundância, por não requererem algum tipo de relação e a construção da confiança entre pares desconhecidos. Toda a relação acontece entre o consumidor que paga pelo serviço e a empresa. Pelo mesmo motivo, talvez não seja possível também considerar a *Zazcar* e a *Zipcar*, citadas no item 1.1.5, como experiências de economia da confiança.

Seguindo esse raciocínio, experiências como a Wikipédia e o Linux fariam parte da economia da confiança? Nesses dois exemplos é evidente a presença dos três eixos: dinâmica entre pares, confiança entre desconhecidos e abundância. Contudo, a cooperação acontece entre desconhecidos anônimos e não existe interação “direta ou física”, tudo se dá por meio das ideias e conteúdos. Diante disso, tendo a considerar que a confiança entre desconhecidos não pode ser construída entre anônimos. Além desse aspecto, quase todas as experiências que citei possuem relações “online” e “off-line”.

Devemos considerar também que algumas experiências já existentes antes da internet, como o *Troca Casa*, podem nos levar a questionar a importância da dinâmica entre pares. No entanto, indicar a infraestrutura tecnológica como um elemento importante não significa dizer que ela invente a economia da confiança. A questão é que, como já tratei, com essas condições tecnológicas parece existir uma ampliação significativa dessas práticas, o que não significa que a economia da confiança tenha surgido com a internet ou seja determinada por ela. Além disso, vale notar que o *Troca Casa* funcionava a partir de um tipo de dinâmica entre pares materializada por meio das cartas que eram trocadas.

Raciocínio semelhante deve ser usado nos espaços de trabalho compartilhados. Nesse modelo, existente há tempos, pessoas que se conheciam, ou que conheciam alguém que as colocava em contato, passavam a dividir o espaço visando diminuir os custos. Porém, nos últimos anos, observamos o surgimento de espaços destinados a receber qualquer pessoa interessada em trabalhar ali. A ampliação desses espaços nos últimos anos e as facilidades para conectar desconhecidos certamente tiveram como facilitador a infraestrutura tecnológica.



Outra controvérsia significativa é o fato de algumas das experiências da economia da confiança envolverem dinheiro e gerarem lucro, como é o caso do *Airbnb*, e outras não envolverem transações financeiras, como o *Couchsurfing*. Isso não faz com que sejam modelos diferentes? Estou considerando que não pelo fato de envolverem dinâmicas muito semelhantes, que colocam em funcionamento os três eixos. É possível que cada uma dessas experiências envolva processos de vinculação social diferentes por conta do envolvimento financeiro?

Para finalizar a caracterização do fenômeno, vamos tomar como exemplo o Projeto “Passupreto Imageria”, que consiste em duas pessoas viajando pelo Brasil de bicicleta no intuito de “mapear em audiovisual a cultura brasileira” sem envolver dinheiro e baseado em trocas de serviços (PASSUPRETO IMAGERIA, 2016). É possível considerar que envolve confiança entre desconhecidos, dinâmica entre pares e abundância de recursos. Porém, eles utilizam computadores e câmeras, mas não sites de financiamento coletivo para conseguir dinheiro e/ou acesso a produtos e serviços, que são adquiridos pessoalmente. Essa experiência faria parte da economia da confiança? Eu diria que sim, mas não do formato que foi objeto da minha pesquisa.

O “Passupreto Imageria” é o tipo de experiência que sempre teve condições de existir, mas que não se amplia a partir das condições atuais, que tenho tratado aqui, funcionando como uma espécie de “modelo alternativo”. Por exemplo: a existência das tecnologias digitais de comunicação, que contribui com a dinâmica entre pares, não fez com que esse modelo se ampliasse, como vimos no caso dos espaços de trabalho compartilhados, que também sempre existiram, mas que passam a funcionar para além dos já conhecidos e a se preparar especialmente para receber estranhos. Cabe notar que mesmo nesse Projeto existe um modelo de negócios, uma vez que há geração de valor para impulsionar as trocas de serviços, ainda que não envolva dinheiro. Isso nos leva a considerar que a economia da confiança pode se expressar de diferentes formas, mas espero que tenha ficado explícita a especificidade da economia da confiança a qual me dediquei.

As controvérsias apontadas no final deste item a partir do entendimento que estou propondo de economia da confiança serão retomadas nos próximos capítulos, onde serão devidamente discutidas. A intenção aqui é caracterizar a economia da confiança como fenômeno a ser estudado, explicitando suas possíveis características e seu funcionamento, que serão gradualmente abordadas, exemplificadas e fundamentadas ao longo da tese.

No entanto, há mais uma questão que pode ter ficado sem resposta. Por que uma tese sobre “uma economia” na comunicação? O papel das tecnologias digitais de comunicação na

dinâmica entre pares até pode ser usado para localizar o estudo no campo da comunicação, por sua interface com os estudos das sociabilidades contemporâneas, mas não me parece ser suficiente. Além disso, não é o que mais me intriga.

A economia da confiança, como estou tratando, é menos uma dinâmica econômica e mais uma maneira de viver que pode ser examinada como questão de produção de vínculo social. Falo em “maneira de viver” não como algo “alternativo” ou mesmo um “grupo organizado”, mas como um conjunto de ideias, valores, aspirações, que orienta nossa ação e percepção sobre mundo e que se constrói na relação com objetos, espaços, pessoas e tecnologias de comunicação. Como a questão da abundância, que ao alterar a percepção sobre a quantidade de recursos existentes modifica também a forma como as pessoas interagem umas com as outras e pode mudar a experiência social, econômica, política. Da mesma forma são as interações entre pares, que instauram relações “mais diretas” – o que não quer dizer não mediadas nem que não surjam questões preocupantes como as relacionadas à privacidade e ao controle. Além disso, a forma como se constrói a confiança, “reduzindo” o papel das marcas e empresas e “fortalecendo” o das pessoas desconhecidas nas quais se confia através de determinados mecanismos construídos, também parece indicar outra maneira de viver.

Falar que a economia da confiança trata dos processos de construção de modos vida é evidenciar o foco da minha pesquisa e o que irá localizar a tese na comunicação uma vez que entendo esses processos de construção de maneiras de viver como “processos de vinculação social”. Assim, pergunto: de que tratam e como ocorrem os processos de vinculação social que constroem as práticas da economia da confiança? Como funciona cada um dos eixos nesse contexto?

Essas perguntas, que resumem minha pesquisa, localizam-me no campo da comunicação uma vez que sigo na perspectiva proposta por Muniz Sodré (2001; 2007; 2014; 2015), segundo a qual o campo dos estudos da comunicação seria caracterizado pela vinculação social, isto é, por como é que se constrói o “comum” em vários níveis. Falar em vínculo social não diz respeito somente à mera interação entre pessoas através da “tecnologia”, mas a própria constituição dos sujeitos, conforme veremos, inclusive ao nível dos usos das tecnologias de comunicação. Nessa perspectiva, a comunicação é entendida como experiência vinculatória que constrói a realidade na qual vivemos e a pesquisa se preocupa então com a dimensão da “produção de sentido” pelas práticas, discursos e formas de ser e de estar no mundo implicadas nessa construção, particularmente no contexto das experiências da economia da confiança. É isso que tenho buscado estudar e que trataremos a seguir.

### 1.3 Um apreço pelos arranjos instáveis e heterogêneos

Após responder a pergunta do item anterior outras duas parecem importantes: em que consistem os processos de vinculação social? E, após ter essa resposta, como estudá-los? Os próximos subitens buscam responder essas duas questões.

#### 1.3.1 Os processos de vinculação social

A partir de como caracterizei a economia da confiança temos um fenômeno no qual pessoas, em geral desconhecidas, interagem, principalmente por meio da internet, trocando, emprestando, doando ou alugando bens/serviços e produzindo em conjunto. Assim, parece que sempre temos relações entre pessoas e objetos técnicos, que vão desde os computadores e smartphones conectados à internet até os bens trocados. Dessa forma, é possível considerar, com Gilbert Simondon (2007), que os objetos técnicos funcionam como uma espécie de mediadores entre a natureza e o homem. Podemos notar isso também ao reconhecer que os seres humanos sempre criaram objetos técnicos para viver, alterando a natureza exterior e modificando a sua própria: artefatos de pedra do chamado período Paleolítico, chapéus para proteger do sol, sapatos para não ferir os pés, roupas para o frio, escadas, vacinas, sistemas de comunicação e transporte, computação vestível<sup>37</sup>.

Diante disso, é possível considerar que os fenômenos, como a economia da confiança, existem e/ou funcionam como “redes sociotécnicas”, isto é, como séries heterogêneas compostas de elementos humanos e não-humanos conectados e que se afetam mutuamente (LATOURET, 2012).

O sociólogo Michel Callon (2008), ao apresentar a ideia de rede sociotécnica, visando distinguir esse entendimento do que se convencionou chamar de “rede social”, esclarece bem a questão.

(...) usamos durante muito tempo o termo rede sociotécnica apesar de ser este confundido com o de rede social. As redes sociais são configuradas por pontos e

---

<sup>37</sup> Termo que tem se popularizado nos últimos anos e que diz respeito a pulseiras com sensores para medir as atividades corporais, óculos como o Google Glass e relógios que se conectam a smartphones, entre outros dispositivos.

relações identificáveis; diferentemente, nas redes sociotécnicas, desejamos conhecer as traduções e as coisas que se deslocam entre os pontos. A implicação importante na rede sociotécnica reside em que se quer saber o que é transportado entre os pontos, conhecer como são e de que maneira ocorrem os deslocamentos, o que está circulando, apreciar o que está em causa, o que está-se fabricando como identidade, a natureza do que se desloca, etc. A focalização teórica e a metodologia interessada no que circula permite conhecer de que matéria o social está feito e seguir sua dinâmica. (CALON, 2008, p.309).

A ideia de rede sociotécnica, assim, guarda relação com o conceito oriundo da topologia, conforme nos diz a professora e pesquisadora da área da psicologia Virgínia Kastrup (2010, p.80):

(...) não é definida por sua forma, por seus limites extremos, mas por suas conexões, por seus pontos de convergência e de bifurcação. Por isso a rede deve ser entendida com base numa lógica de conexões, e não numa lógica das superfícies.

Diante disso, é possível perceber que rede sociotécnica não diz respeito a “uma coisa”, mas a um conjunto de relações, um modo de funcionamento, uma maneira de seguir/abordar os fenômenos. É nesse sentido que Bruno Latour (2012) entende o termo, que não diz respeito a algo preexistente ou dado de antemão, mas ao que passa a existir na medida em que se conectam esses elementos de naturezas diversas, tendo menos relação com a noção de sistema e mais com conjuntos de relações entre pessoas e coisas que formam determinadas configurações e estabilizações: uma carona, um jantar ou hospedagem na residência de um desconhecido, por exemplo, resultam de arranjos entre pessoas e objetos técnicos como carro, casa, móveis, site, pagamento etc.

Além disso, ainda pensando a elaboração da economia da confiança como “fenômeno comunicativo”, cabe considerar que essas relações construídas entre objetos e seres humanos estão também permeadas de valores, desejos, emoções, crenças. Essas “dimensões” podem aparecer em incontáveis formas visíveis: “compro um carro da Fiat ou da Mercedes-Benz?”, “preciso de um Apple Watch?”, “ao viajar, fico em um hotel ou na casa de um conhecido e acabo devendo um favor?”, “alugo uma sala para meu escritório ou uma estação em um coworking?”, “peço dinheiro emprestado em um banco para fazer um longa-metragem ou começo uma campanha de financiamento coletivo?”, “contrato um guia de turismo ou alguém pelo *Rent a Local Friend*?”.

A preocupação com essa “dimensão” quase “invisível” é bastante recorrente. Um exemplo que me parece expressivo é um trabalho de Georg Simmel (2005), que na virada do século XIX para o XX, observando um período de transformações sociotécnicas (como a expansão da economia monetária e a divisão do trabalho) se preocupa com o que vai chamar

de a “vida do espírito” e trata das dificuldades que as pessoas enfrentam para se adaptarem ao modo de vida das grandes cidades, que seria marcado pela aglomeração de pessoas com interesses diversos, agitação nervosa, estímulos contrastantes e frequentes mudanças, requerendo que a pessoa altere seu modo de vida, deixando de lado as relações “mais sólidas” das cidades pequenas; uma vez que era necessário forjar relações “mais superficiais”. Esse cenário configuraria o que Simmel (2005, p. 581-583) chamou de “atitude blasé”, uma espécie de “embotamento” dos sentidos diante da incapacidade de reagir aos estímulos, contribuindo para que as pessoas se relacionem de uma maneira mais impessoal, reagindo menos com a “alma” e mais com o “intelecto”, adotando uma espécie de postura de reserva, distanciando-se das coisas e das pessoas.

A forma como Simmel (2005) analisa esse cenário de mudanças, observando como transformações urbanas, inovações científicas, relações de trabalho e alterações nas formas de sentir e ser estão relacionadas, parece bastante elucidativa de como pessoas, objetos técnicos e valores, desejos, emoções, crenças se afetam mutuamente, configurando os fenômenos que observamos. Compreendo que termos como “emoção”, “desejo”, “crenças” e “valores” mobilizam uma série de interpretações, mas minha intenção ao utilizá-los é fazer referência a conjuntos de ideias e maneiras de sentir e de ser que configuram as relações individuais e coletivas e são por elas configuradas.

Uma “chave” que me parece bastante útil para compreender como componentes de naturezas diversas – de ordem biológica, social, técnica, imaginária – estão relacionados na constituição e na dinâmica de um fenômeno são as ideias de Michel Foucault, Gilles Deleuze e Félix Guattari, especialmente no que diz respeito aos “processos de produção social de subjetividade”<sup>38</sup>. Seguindo esses autores, entendo tais processos como lógicas de funcionamento que produzem realidades nas quais vivem as pessoas e que exprimem crenças, valores, desejos, organizadas de maneira transversal a diversos campos, como o econômico, o político e a vida pessoal. Nesse sentido, fala-se da subjetividade como “produção social”, pois subjetividade aqui não remete às expressões interiorizadas de um sujeito, mas a uma experiência coletiva elaborada a partir de um fluxo permanente de sentimentos, desejos, emoções, valores, crenças, sensações, imagens, que se dão no entrelaçamento entre áreas técnicas, sociais, pessoais. A produção social de subjetividade está, assim, em circulação nos conjuntos sociais e é assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares

---

<sup>38</sup> Seguindo as ideias desses filósofos, eu poderia recorrer a outros conceitos para explicitar isso, como a ideia de “agenciamento” ou “dispositivo”. Porém, para o que me interessa ver e fazer, a questão da produção subjetiva parece mais pertinente.

(GUATTARI; ROLNIK, 1999, p.42). Nesse sentido, esses processos de produção social de subjetividade podem ser compreendidos como a configuração de conjuntos de referenciais que orientam a percepção sobre a vida e a ação no mundo, organizando os modos de vida em sociedade (GUATTARI, 1992).

Sendo assim, falar em produção subjetiva é tratar da elaboração de visões de mundo e de maneiras de viver, entendendo que tais elaborações mobilizam e são mobilizadas por dimensões diversas e que se justapõem: sociais, econômicas, políticas, ambientais, crenças, desejos, objetos etc. Guattari (1990) chega a defender uma abordagem que vai chamar de “ecosofia”, caracterizada pela compreensão articulada de três registros ecológicos: o meio ambiente, as relações sociais e a subjetividade humana. Para ele, “mais do que nunca a natureza não pode ser separada da cultura e precisamos aprender a pensar ‘transversalmente’ as interações entre ecossistemas, mecosfera e Universos de referência sociais e individuais” (GUATTARI, 1990, p.25).

É nessa heterogeneidade de componentes que entendo a economia da confiança e considero impossível pensá-la fora dessa “perspectiva de rede”, que contempla e articula de questões climáticas a espaços urbanos, passando pelas tecnologias, modelos de gestão e valores que constroem e modulam experiências como as da economia da confiança.

É importante lembrar que esses arranjos são sempre instáveis, pois, conforme aponta Gabriel Tarde (2007, p.98), para quem “existir é diferir”, se existe algo de permanente no mundo é a mudança. É por isso que insisto: embora determinadas práticas, como a troca de casas e o empréstimo já acontecessem, elas se davam em outra “configuração”, e o que me interessa é, exatamente, entender como se dá esse arranjo contemporâneo que mostrei com as práticas citadas anteriormente. Assim, são esses arranjos que caracterizam a produção social de subjetividade, nas quais são construídas as formas de viver e as visões de mundo em escalas e gradações que parecem distintas de experiências similares anteriores.

Quem vivencia alguma das experiências que apresentei anteriormente, isto é, participa de financiamento coletivo, empresta ou pega emprestado dinheiro pelo *Zopa* e não em um banco, viaja e se hospeda usando o *Airbnb* ou o *Couchsurfing* ao invés de escolher um hotel, aluga o carro de desconhecidos e não o de uma locadora, troca seu trabalho como decorador pelas horas livres de alguém para limpar sua casa, pede para estranhos trazerem um livro do exterior ao invés de encomendar em uma loja, opta por jantar na casa de desconhecidos em detrimento do restaurante ou aprende a tocar violão por meio do *Udemy* e não com um professor particular ou em uma escola de música, parece se inscrever em determinados processos de produção social de subjetividade que caracterizam a economia da confiança,

marcados por usos, funções e formas de vinculações sociais particulares, que, por sua vez, parecem indicar modos singulares de ser e de estar no mundo, de se relacionar consigo, com o outro, com os objetos, os lugares, o trabalho etc.

Nesses outros processos de produção de subjetividade, caracterizados, por exemplo, pelo apreço ao acesso e não a posse e por formas particulares de se ter acesso a produtos e serviços diferentes das que têm marcado majoritariamente nossa sociedade, parecem emergir outros sujeitos, que tanto constituem como são constituídos nesses processos. Entendendo-o com Foucault (2010), o sujeito é uma forma variável.

(...) essa forma nem sempre é, sobretudo, idêntica si mesma. Você não tem consigo próprio o mesmo tipo de relações quando você se constitui como sujeito político que vai votar ou toma a palavra em uma assembleia, ou quando você busca realizar o seu desejo em uma relação sexual. Há, indubitavelmente, relações e interferências entre essas diferentes formas do sujeito; porém, não estamos na presença do mesmo tipo de sujeito. Em cada caso, se exercem, se estabelecem consigo mesmo formas de relação diferentes. (FOUCAULT, 2010a, p.275).

(...) penso efetivamente que não há um sujeito soberano, fundador, uma forma universal de sujeito que poderíamos encontrar em todos os lugares. Sou muito cético e hostil com relação a essa concepção do sujeito. Penso, pelo contrário, que o sujeito se constitui através das práticas de sujeição ou, de maneira mais autônoma, através das práticas de liberação, de liberdade, como na Antiguidade – a partir, obviamente, de um certo número de regras, de estilos, de convenções que podemos encontrar no meio cultural. (FOUCAULT, 2010a, p.291).

Essa compreensão de sujeito, feito em conjunto ao mesmo tempo em que também faz o conjunto, parece concordar com as considerações de Sodré (2007, p.21), a partir de Esposito, de que existimos em rela o: “não se parte do ‘eu’ ou do ‘não-eu’, mas do ‘com’ constitutivo” . O sujeito  , assim, o que se configura na rela o   medida que se vincula; ele não existe antes, como algum tipo de essência.

  o conceito de comunidade (e não qualquer entidade “comunitarista”) quem nos diz que ser   estar-junto,   ser-com. A preposi o deixa ver o afastamento ou a diferencia o que, entretanto, nos relaciona ou vincula aos outros, entendidos não como sujeitos constituídos, mas como uma exterioridade, para a qual se abre originariamente o si mesmo. Para vincular-se,   preciso que cada um perca a si mesmo, que lhe falte o absoluto domínio da subjetividade e da identidade em fun o da abertura para o outro. A *communitas* a que se refere Esposito não   “o ‘entre’ do ser, mas o ser como ‘entre’”. (SODRÉ, 2007, p.21).

Conforme argumenta Sodré (2007), diante da diversidade de fenômenos abarcados pelos estudos de comunica o, a vincula o social parece ser para onde converge o campo.

É o que se divisa no caso da comunicação: a multiplicidade dos fenômenos comunicativos converge reflexivamente para uma identificação teórica da comunicação com o “vínculo” intersubjetivo, seja no nível das operações discursivas para a produção de sentido, seja no nível das formações sociais de controle e gestão do vínculo pelo discurso, como as desenvolvidas no âmbito da midiaticização. (SODRÉ, 2007, p.20).

A vinculação, diante disso, deve ser entendida em um “nível originário da comunicação” (SODRÉ, 2015, p.123). O vínculo é como um “elo” a partir do qual a “realidade”, as “experiências”, os “sujeitos” são elaborados. Ainda que a mídia possa ser um dos elementos presentes na criação desse “elo”, sua presença não é um imperativo. Assim, para Sodré (2001; 2007; 2014; 2015), o que caracteriza o processo da comunica o   a instaura o desse vínculo, que não   uma “coisa” ou uma “substância”, mas uma rela o que se constrói, que ele vai chamar de “comum”:

Comunicar   a a o de sempre, infinitamente, instaurar o comum da comunidade, não como uma entidade agregada, mas como uma vincula o, portanto, como um nada constitutivo, pois o vínculo   sem substância física ou institucional,   pura abertura na linguagem.

O sujeito que se comunica   o mesmo ser como “entre”, logo, uma interioridade destinada a uma exterioridade, o *Outro*, a ser entendida antropológica ou psicanaliticamente como uma dimensão imprescindível   instaura o do comum. Em outras palavras,   o sujeito de um diálogo estrutural, inerente   ideia de *communicatio*. (SODRÉ, 2014, p.214).

Considero o modo de funcionamento desses processos de vincula o social correlato aos processos de produ o social de subjetividade. Primeiro porque no pensamento de Sodré (2007, 2014) esses processos de vincula o se dão em um contexto que ele vai chamar de “bios midiático”, que diz respeito a uma esfera existencial caracterizada pelos instrumentos sociotecnol gicos de media o que afetam as percep es e representa es sobre o mundo social. Segundo, esses processos de vincula o social, ao constituírem sujeitos, têm expressam visões de mundo e modos de vida. Assim, parece-me que são nos processos de vincula o social, tal como nos processos de produ o social de subjetividade, que se constituem os sujeitos, essas formas variáveis, e que se instaura o processo comunicacional, não como uma substância, mas como processo de organiza o do vínculo social para constru o de um “comum”.

Nessa perspectiva proposta por Sodré (2014) o comum não   nem um “dentro” (sentimentos) nem um “fora” (institui es), mas diz respeito a uma espécie de “vazio”, de “vir a ser”, no qual se constroem os vínculos. O comum não   predeterminado, mas construído na rela o, no processo de constru o dos vínculos. Parece-me importante não perder de vista a



dimensão sociotécnica da construção desse comum uma vez que, conforme vimos, nossa existência é permeada por objetos técnicos que participam dos processos de vinculação social e produção social de subjetividade. Nos próximos capítulos exemplificarei a construção desse “comum”.

Tomando como referência o pensamento de Martin Buber (2001), que dedicou boa parte de sua obra ao que se pode chamar de uma “ontologia da relação”, é possível considerar que esse comum é anterior ao próprio sujeito, à linguagem e ao sentido – como também defende Sodré (2007; 2014). Para Buber (2001), não existe sujeito senão em relação, por isso o vínculo   tão importante como questão de produção subjetiva e, neste caso, também de comunicação, entendendo-a como um processo dinâmico de produção de formas de estar no mundo. Contudo, segundo Buber (2001), não   qualquer tipo de relação que   capaz de constituir o sujeito,   necessário que esta se baseie em uma atitude que o filósofo chama de “Eu-Tu”, fundada em uma reciprocidade, na entrega e na abertura ao outro, e   nesse “encontro” que se constituem os sujeitos, momento esse que não   dotado de um sentido cognitivo ou mesmo formal, apenas vive-se.

Assim, parece necessária uma predisposição e interesse pelo outro para se permitir interagir e trocar em suas singularidades e diferenças, de modo a produzir um “comum”. Sugiro que essa “abertura ao outro” tenha menos relação com interações nas quais, apenas, se “derrama” ideias “embebidas” em crenças e valores inflexíveis sobre o interlocutor e mais com o movimento de estar interessado no modo de ser, sentir e estar no mundo do outro e deixar-se afetar por ele. Tal movimento parece ter relação com a “alteridade”, entendendo-a como uma capacidade de perceber e se colocar no lugar do outro; ou, com César Guimarães e Cristiane Lima (2013), que refletem sobre a  tica em Emmanuel Lévinas e a episteme comunicacional, a alteridade parece ter relação com aceitar o outro sem enquadr -lo em meu ponto de vista ou em meu mundo, entendendo que a comunicação são irá existir na diferença.

Por outro lado, não devemos considerar a instauração do comum apenas como uma experiência “pacífica”. Para Sodré (2015), o afeto   uma condição originária do vínculo. Sendo assim, pode gerar também discordâncias.

Nós nos juntamos socialmente primeiro por relações de coexistência, de proximidade. Estar simplesmente junto ainda que se odeie. Estar junto e brigar com quem não quer estar junto e fazer guerra. Essa relação, mesmo de força, ainda   afeto. Isso significa que afeto   tudo o que escapa   racionalidade instrumentalizada pelo signo, pela palavra. (SODRÉ, 2015, p.124).

O entendimento de “afeto” proposto pelo filósofo norte-americano Brian Massumi (1995) parece concordar com a perspectiva trabalhada aqui. Para ele, o afeto seria caracterizado pela intensidade do momento e teria relação com algo inqualificável e por isso difícil de ser apreendido em uma “forma conhecida” residindo, aí, sua potência (MASSUMI, 1995). O afeto, assim, seria constituído por elementos “conhecidos”, mas que se tornam inqualificáveis devido aos arranjos nos quais se inserem.

Diante disso, parece possível considerar que dependendo da natureza do afeto envolvido teremos diferentes experiências de instauração do comum e, conseqüentemente, de vinculação social. Pensando na economia da confiança, talvez vários afetos possam existir naquelas transações, no entanto, os três eixos indicados no item anterior parecem estar sempre presentes. Você se conecta através de um aplicativo (dinâmica entre pares) com alguém que irá lhe oferecer um objeto ocioso ou um serviço extra (abundância) e passa a confiar em uma pessoa que você nunca viu. Os três eixos são fundamentais para que as transações ocorram, mas a confiança parece cumprir um duplo papel na construção do vínculo: ao mesmo tempo em que ela parece importante para a “abertura ao outro”, uma vez que sem confiar talvez seja difícil, ou impossível, isso acontecer; ela também parece surgir na medida em que se constrói um “comum”, ou seja, ela é elaborada e parece não existir de antemão, talvez não esteja, inclusive, nunca acabada, sempre em processo. A confiança entre estranhos, foco do terceiro capítulo, parece, assim, indiciar o “ritmo” dos processos de vinculação social da economia da confiança.

Espero que eu tenha sido capaz de explicitar a relação entre os processos de produção social de subjetividade, de vinculação social e instauração do comum, como uma questão de comunicação. Comecei tratando da produção social de subjetividade por vê-la como um entendimento pertinente para a dinâmica que se observa na economia da confiança, uma vez que compreende os modos de vida como configurações que se dão entre conjuntos de relações instáveis entre elementos heterogêneos. É nesse contexto que vejo o que Sodré (2014) chama de vinculação social, que se dá por meio da instauração de um comum e que caracteriza o fenômeno comunicacional, expressando, por sua vez, formas de viver. Encaro, assim, a comunicação como construtora de realidade (social, política, econômica, pessoal) a partir das formas de vinculação social. Nesse sentido, considero que estudar a construção dos vínculos sociais nas práticas da economia da confiança, em particular nas experiências de hospitalidade do Airbnb e do Couchsurfing, é analisar como nessas experiências se dá o processo de instauração do comum e por meio de quais arranjos e quais elementos heterogêneos os modos de vida parecem ser expressos nesse contexto. Fazer isso, se preferirmos, é estudar a

construção dos vínculos nessas experiências como processos de produção social de subjetividade.

### 1.3.2 O método da pesquisa

Estamos diante de um objeto e de um problema de pesquisa caracterizados por conjuntos de relações instáveis, processuais, entre elementos de naturezas diversas. Minha intenção, conforme explicitarei algumas vezes, é, exatamente, analisar o processo de construção dessas relações que caracterizam a constituição dos vínculos no contexto da economia da confiança. Sendo assim, um objeto de estudo que podemos chamar de “relacional” requer também uma abordagem “relacional”.

É possível que você se pergunte: por que se preocupar com a construção de algo e não com a coisa em si? Eu poderia estar interessado simplesmente em definir, caracterizar e ilustrar o que é a economia da confiança ao invés de buscar analisar o fenômeno como questão de produção subjetiva e de comunicação/vinculação social, por exemplo. Ou por que realizar e/ou validar um estudo que assume a instabilidade e a processualidade do objeto e seu aspecto multifacetado? Qual a validade/importância de uma pesquisa que tem como resultado a análise do processo de construção de algo? Mas se o que me interessa no fenômeno é exatamente o fato de ele ser constituído por arranjos instáveis de elementos heterogêneos – que precisam ser levados em consideração – como então evidenciar a interconexão desses elementos, sua lógica e o que resulta dela senão pela descrição e análise de seus processos? E como fazer isso sem deixar de atentar para a constituição dos modos de vida e dos vínculos sociais que eles implicam e exprimem?<sup>39</sup>

Talvez, agora que o objeto está definido, seja aceitável apenas apresentar as estratégias usadas para levantar os dados e iniciar as análises. Foucault (1999), quando analisa a constituição das ciências humanas, por exemplo, está preocupado em observar as condições de possibilidade que configuram aquelas formas de conhecimento, ou seja, refletir sobre as bases a partir das quais os saberes são produzidos. Ainda que minha proposta não seja realizar um estudo como esse, parece imprescindível, em qualquer pesquisa, estabelecer e precisar as condições de produção do conhecimento tanto quanto possível. Considero que qualquer

---

<sup>39</sup> Pretendo esclarecer esses questionamentos e explicitar a pertinência da abordagem adotada até o final deste capítulo. Nos próximos capítulos buscarei seguir as orientações e premissas apresentadas neste item.

estudo precisa estabelecer suas condições não só metodológicas, mas também epistemológicas, isto é, evidenciar as premissas, a natureza e as condições de produção do conhecimento elaborado para que se possa compreender sua validade. Diante disso, e entendida a natureza do objeto de estudo em questão, para finalizar este capítulo, tratarei das “premissas que sustentam” esse estudo.

Gabriel Tarde (2007) e Bruno Latour (2012) – este último seguindo as pistas deixadas pelo primeiro – consideram o que chamamos de “sociedade” ou “social” não como um domínio específico, já dado, estabilizado, ou uma categoria analítica; mas como conjuntos vivos de relações nos quais emerge “uma série de associações entre elementos heterogêneos” (LATOURE, 2012, p.23). Nesse social entendido como “modalidade associativa”, os fenômenos que observamos são o que se configura em relações de afetação mútua entre diversos “atores”, isto é, “qualquer coisa que modifique uma situação fazendo diferença é um ator” (LATOURE, 2012, p.108), podendo ser um site, uma empresa, um depoimento, uma norma, um profissional, um pesquisador. Latour (2012) propõe, assim, o abandono das separações ontológicas entre “natureza e cultura” e “humano e não humano”.

Esses “atores” humanos e não humanos, defende Latour (2012), devem ser considerados de maneira simétrica, isto é, como tendo ambos algum “peso” ou capacidade de agência nos processos de que participam – podendo esse “peso” sempre se alterar, dependendo do tipo de arranjo de forças em que se encontrem. Esses conjuntos de relações entre “atores” heterogêneos costumam se estabilizar em formas visíveis (discursos, ideias, valores, procedimentos, visões de mundo), que, em geral, são vistos separadamente e não juntos, como parte de um mesmo processo em construção.

Tarde (2007) estabelece suas reflexões no final do século XIX, inclusive em “disputa” com Émile Durkheim pelas bases do que viria ser uma “ciência do social”, em um momento no qual se percebia que a filosofia já não era suficiente para pensar a sociedade tendo em vista que se valia apenas da coerência interna dos seus enunciados (VARGAS, 2007). Latour (2012), cerca de um século depois, tem como cenário para suas reflexões a Sociologia já constituída enquanto ciência, muito influenciada pelas ideias de Durkheim (VARGAS, 2007), e recupera os estudos de Tarde para fazer a crítica do que vai chamar de “projeto moderno”, que diz respeito a maneira como a “razão ocidental” foi desenvolvida no último século, caracterizada, dentre outras coisas, por uma abordagem “segregada” do social que impediria de ver a construção dos fenômenos.

Os críticos desenvolveram três repertórios distintos para falar de nosso mundo: a naturalização, a socialização, a desconstrução. Digamos, de forma rápida e sendo um pouco injustos, Changeux, Bourdieu, Derrida. Quando o primeiro fala de fatos naturalizados, não há mais sociedade, nem sujeito, nem formas de discursos. Quando o segundo fala de poder sociologizado, não há mais ciência, nem técnica, nem texto, nem conteúdo. Quando o terceiro fala de efeitos de verdade, seria um atestado de grande ingenuidade acreditar na existência real dos neurônios do cérebro ou dos jogos de poder. Cada uma dessas formas de crítica é potente em si mesma, mas não pode ser combinada com outras. Podemos imaginar um estudo que tornasse o buraco de ozônio algo naturalizado, sociologizado e desconstruído? (LATOUR, 1994, p.11).

Sem querer entrar nas minúcias do argumento de Latour, meu intuito é chamar a atenção para uma abordagem dos fenômenos focada em sua construção, levando em consideração a natureza instável e heterogênea dos conjuntos de relações nos quais se inserem. Essa perspectiva parece necessária para encarar a economia da confiança como questão de comunicação e de produção subjetiva, ou seja, como forma de produção de sentido para a experiência social nesse contexto da produção, circulação e consumo de bens e serviços que se baseia na cooperação entre desconhecidos, tal como acontece na atualidade. Pelo que apresentei, é possível notar como esse fenômeno mobiliza, para sua existência, elementos e questões diversas: tecnologia, questões ambientais, relações de trabalho, confiança, o que ecoa em áreas diversas, como economia, política, comunicação, neurobiologia, dentre outras. Obviamente, como também aponta Latour (2012), qualquer fenômeno pode ser visto nessa perspectiva, é uma decisão do pesquisador sobre o que ele quer estudar e como deseja fazer isso. Uma vez que me proponho a analisar a construção dos vínculos sociais, encaro como imperativa essa abordagem, visto que os processos de vinculação, tal como apresentei, se dão em relações entre elementos instáveis e heterogêneos.

É importante notar que a proposta de encarar os fenômenos nessa perspectiva, ou de maneira próxima, não é exclusividade de Tarde e Latour, mas uma preocupação presente em estudiosos de diversas áreas. Vejo certas aproximações em Gregory Bateson (1986), que, preocupado com o “padrão que liga todas as criaturas vivas”, criou um pensamento que se estabeleceu entre várias disciplinas, como a psicologia, a biologia e a cibernética. Talvez seja possível também encontrar semelhanças em Martín-Barbero, que, interessado nos processos de mediação a partir dos quais os fenômenos sociais se organizam, vê-se como um “cartógrafo” que não está preocupado em representar fronteiras, mas em “construir imagens das relações e dos entrelaçamentos, dos caminhos em fuga e dos labirintos” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.12) que se dão entre articulações econômicas, políticas, de trabalho, entre outras.

É possível encontrar afinidades também em outros estudiosos, especialmente na antropologia, porém, é preciso cuidado para não dizer que as ideias sejam equivalentes. Não acho possível considerar, por exemplo, que as noções de “mediação” e “cartografia” propostas por Martín-Barbero (2004) sejam equivalentes, respectivamente, as noções de “mediação” em Latour (2012) e de “cartografia” em Passos, Kastrup e Escóssia (2009)<sup>40</sup>, ainda que, além de utilizarem o mesmo nome, tenham semelhanças. Não pretendo fazer uma análise e confrontar esses conceitos, levanto essas questões apenas para precisar a que me refiro e o que me interessa nos pensamentos e autores aos quais faço referência. Assim, o cerne do meu interesse em Latour e Tarde são as compreensões de que o social e os fenômenos sociais são construções que se dão em conjuntos de relações mutáveis, de natureza heterogênea, e a simetria entre os elementos, que faz considerar como suas funções podem se alterar.

Onde encontrei bastante ressonância com o pensamento de Latour e Tarde, e dentro da perspectiva que me interessa, foi em um grupo de pesquisadores da psicologia social interessados em formular uma metodologia adequada à investigação de processos de produção social de subjetividade (PASSOS; KASTRUP; ESCOSSIA, 2009). Eles buscavam estratégias que os auxiliassem no acompanhamento dos processos e não na representação dos objetos. Sua preocupação não é com o significado ou o significante do fenômeno, mas com seu funcionamento, com os conjuntos de relações nas quais o fenômeno funciona e o que sugerem. Foi pensando nessas questões que esse grupo de pesquisadores organizou o que chamaram de “método da cartografia”, que foi desenvolvido na esteira do pensamento de Deleuze e Guattari (1995).

Assim como Latour (2012), o método da cartografia também critica uma “ciência moderna” e propõe outro funcionamento.

Diferente do método da ciência moderna, a cartografia não visa isolar o objeto de suas articulações históricas nem de suas conexões com o mundo. Ao contrário, o objetivo da cartografia é justamente desenhar a rede de forças à qual o objeto ou fenômeno em questão se encontra conectado, dando conta de suas modulações e de seu movimento permanente. (BARROS; KASTRUP, 2009, p.57).

O interesse reside, assim, seja estudando grupos, instituições ou qualquer outro fenômeno, em olhar as “inter-relações, isto é, relações entre relações. O método é, então, a cartografia do intermediário” (PASSOS; BARROS, 2009, p.28). Por estarem preocupados em analisar como se constroem relações, Passos e Barros (2009) enfatizam que o método deve ser

---

<sup>40</sup> Tratarei disso em seguida.

definido juntamente com a construção do objeto de pesquisa, uma vez que somente observando suas dinâmicas é possível saber quais serão as melhores estratégias.

Nesse sentido, a metodologia de um estudo é vista como “forma de construção de conhecimento” e não apenas como estratégia para levantamento e análise de dados. Para Passos e Barros (2009, p.17), “toda pesquisa é uma intervenção”, ou seja, nenhum pesquisador é neutro e todo estudo, da definição dos problemas e do objeto até o trabalho de campo e o relato da experiência, resulta de escolhas e interesses que precisam ser explicitados. O pesquisador, inclusive, é um agente que se altera em campo ao mesmo tempo em que modifica e constrói o objeto de estudo, é por isso que, para eles, conhecer o caminho de constituição de um objeto equivale a caminhar com ele, constituir esse próprio caminho e constituir-se nele (PASSOS; KASTRUP; ESCOSSIA, 2009). Assim, “todo conhecimento se produz em um campo de implicações cruzadas, estando necessariamente determinado neste jogo de forças: valores, interesses, expectativas, compromissos, desejos, crenças etc.” (PASSOS; BARROS, 2009, p.19). A utilização da primeira pessoa e apontar, desde o início deste capítulo, a importância de tratar da construção do meu objeto de estudo se devem a isso.

Diante disso, com Barros e Kastrup (2009), considero que conhecer uma realidade, um fenômeno, significa acompanhar seu processo de construção.

Defender que toda pesquisa é intervenção exige do cartógrafo um mergulho no plano da experiência, lá onde conhecer e fazer se tornam inseparáveis, impedindo qualquer pretensão à neutralidade ou mesmo suposição de um sujeito e de um objeto cognoscentes prévios à relação que os liga. Lançados num plano implicacional, os termos da relação de produção de conhecimento, mais do que articulados, aí se constituem. Conhecer é, portanto, fazer, criar uma realidade de si e do mundo, o que tem consequências políticas. (PASSOS; BARROS, 2009, p.30).

Trabalhar nessa perspectiva parece mais imprescindível ainda uma vez que estudar os vínculos sociais implica em analisar a instauração de um comum, sem a existência de sujeitos cognoscentes prévios, visto que eles passam a existir na relação que os liga. Tal preocupação, com a produção de sentido da existência, requer mais do que um olhar interessado em conhecer uma realidade já existente formada por pessoas e objetos que já são algo de antemão e caberia ao pesquisador unicamente “desvendar os segredos” desses seres. É necessário encarar o estudo como uma forma de construção de conhecimento e de realidade, que não se restringe a representar o fenômeno estudado, mas compreende que a narrativa produzida, embora seja uma representação, enfatiza-se como uma versão que se preocupa não em dizer o que a “coisa é”, mas em evidenciar, certamente de determinados pontos de vista definidos pelo pesquisador, as relações que a constituem. É nessa perspectiva que reside o rigor de uma

pesquisa com esses pressupostos: no esforço de retratar a construção do fenômeno e transparecer esse processo de elaboração. Esse esforço pode não gerar a verdade do fenômeno, mas, ao enfatizar seu caráter precário diante de sua instabilidade, produz outro conhecimento e outra realidade ao trazer não o que a “coisa é”, mas como ela se constrói na dinâmica que foi possível observar e descrever por meio da observação-participante e do trabalho de campo, de entrevistas e outros materiais empíricos.

Ao falar dos processos e das lógicas de construção não deixo de abordar a “coisa em si”. A maneira de tratar o fenômeno é que se altera. A partir da concepção que estou adotando, a “coisa em si” é uma abstração, uma vez que são os modos de apresentação do material empírico, das análises e da organização do discurso do pesquisador que a constroem. É a conexão entre as “coisas” que nos fala sobre o mundo, e não as “coisas em si”.

A compreensão de conhecimento que adotei se aproxima do que defende Didi-Huberman (2012) em suas investigações sobre os usos da história e da arte para pensar as imagens como forma de conhecimento do mundo, apoiado no pensamento de Walter Benjamin: o conhecimento é o resultado de um processo eminentemente narrativo e circunstanciado, de uma operação de montagem e criação de associações na qual o pesquisador recolhe, agrupa e ordena dados empíricos, conceitos, teorias, pontos de vista e intenções. Portanto, assim como as imagens para Didi-Huberman (2012), o que chamamos de “conhecimento”, pode, no máximo, “tocar” o real, ser uma forma de apreensão sempre contingencial e incompleta desse. Benjamin, embora não tenha sistematizado o “conhecimento por montagem” como um método, o praticou sistematicamente e tem sido uma inspiração para os interessados em produzir conhecimento a partir das inter-relações, como Beatriz Sarlo, para quem

Benjamin é sensível ao aspecto mais estranho, excepcional, fortemente individual da experiência; descobre no incomum o significado geral, em vez de buscar o geral no habitual e na acumulação do mesmo. Seu olhar é fragmentário, não por renunciar à totalidade, mas por procurá-la nos detalhes quase invisíveis. Ele constrói um conhecimento a partir de citações excepcionais, e não só de séries de acontecimentos parecidos. (SARLO, 2013, p.35).

Benjamin (1987) exemplificou essa forma de produção de conhecimento gerado na conexão de fragmentos – à qual Sarlo se refere e que inspira Didi-Huberman – na coletânea “Rua de Mão Única”, onde apresenta pequenos textos que reúnem cenários e objetos, sensações e formas de viver em sua infância em Berlim e em outras cidades por onde esteve no início do século XX. Um texto que me parece emblemático dessa maneira de fazer é



“Cervejaria” (BENJAMIN, 1987, p.66-67), no qual o filósofo aborda as relações de trabalho e o estilo de vida da época a partir da experiência dos marinheiros e trabalhadores dos portos, com uma vida baseada na noite, quando as únicas opções de circulação são as tabernas e os bordeis, fazendo da cervejaria “a chave de toda a cidade”.

Benjamin (1987, p.66-67) fala também dos laços que se constroem e dos vínculos que se perdem diante das formas de trabalho – “os portos não são mais lares, mas berços” – uma vez que aquele modo de trabalho/vida envolve aqueles sujeitos de tal forma que eles não só passam muito tempo em suas funções, mas é como se esquecessem de que tinham ou teriam outra vida. Esse modo de viver foi internalizado: “até os ossos a normal internacional da indústria é presente para eles” e é mais fácil identificar os lugares “pela preparação de seus peixes que pela construção das casas e o padrão da paisagem”. A relação com a cidade também é de outra ordem: “a cidade não é visitada, mas comprada – o navio mal atraca e os comerciantes sobem para vender”. Não se tem tempo para conhecer a cidade, mas compram-se lembranças sem sair dos navios.

Assim, Benjamin (1987, p.66-67) parece estar preocupado com o modo de vida da época, o que implica em formas de trabalhar, se relacionar com o outro, experimentar a cidade, entre outras dimensões que o filósofo-escritor nos mostra a partir de situações que são “conectadas” ou “montadas”. Não se pode dizer que exista, neste seu trabalho, uma “verdade” passível de comprovação através da replicação dos métodos, o que parece existir é o esforço de retratar as relações que constroem o fenômeno. É menos dizer em que consistem as condições de trabalho/vida dos marinheiros e mais evidenciar as condições nas quais existem.

Essa compreensão sobre a produção de conhecimento aparece também em outros estudiosos, como em Michel Foucault, que influenciou quase todos os outros pesquisadores que citei. O historiador-filósofo, ao longo de seus estudos, sempre procurou

(...) saber como o sujeito humano entrava nos jogos de verdade, tivessem estes a forma de uma ciência ou se referissem a um modelo científico, ou fossem como os encontrados nas instituições ou nas práticas de controle (FOUCAULT, 2010a, p.264).

Nessa trajetória, também Foucault não se preocupou com a “coisa em si”, mas com seus modos de construção. Quando fala dos “enunciados” e das “visibilidades”, por exemplo, não se refere ao que é dito ou visto, nem mesmo ao que está oculto, mas aos processos que constroem o que é dito e mostrado, conforme Deleuze (2005, p.64) esclarece: “em suma, os

enunciados só se tornam legíveis ou dizíveis em relação com as condições que os determinam (...).”.

Importante notar que essa compreensão de produção de conhecimento aparece ainda em diversos estudos recentes independente de explicitarem ou não essa “filiação intelectual”. Richard Sennett (2012a), por exemplo, ao se colocar como questão a maneira como o capitalismo molda ou interfere no caráter dos indivíduos mostra as lógicas de funcionamento dos processos que vemos, isto é, das formas de trabalho e dos vínculos existentes, e como isso se constrói. Ele trabalha, em alguns momentos, com casos e situações específicas (dimensão micro) e as conecta com um contexto (macro), evidenciando suas dinâmicas de conexões. Da mesma forma, Fernando Gonçalves (2013), em seus estudos sobre as relações entre Fotografia e Arte, está menos interessado nas imagens em si, em seu aspecto visual ou em seu significado como representação e mais no estatuto da imagem na atualidade e nas inter-relações que configuram seus modos de circulação e legitimação e que constroem, por exemplo, seu sentido e valor como “obra” no contexto da arte contemporânea.

Diante do exposto, utilizo as seguintes premissas: não separação entre sujeito e objeto; o fenômeno existe a partir das relações transversais e não-dicotômicas nas quais se insere; essas relações são instáveis e acontecem entre elementos heterogêneos; interesse no processo de construção do fenômeno. É importante enfatizar que tratar das diversas relações que configuram o objeto de estudo não significa buscar uma explicação totalizante, mas estudar as “conexões” entre essas relações que podem ser observadas.

Trabalhando nessa perspectiva, o texto, enquanto laboratório do cientista social (LATOUR, 2012), é onde as ideias são testadas e apresentadas. Não é apenas um resultado da pesquisa, mas também uma experimentação, que pode não deixar de ser uma interpretação, mas que se preocupa não em “decifrar o mistério” que é o fenômeno, mas em ser um relato de sua construção. A intenção é abordar, tanto quanto possível, as dinâmicas em jogo nos arranjos instáveis de elementos heterogêneos presentes na economia da confiança, particularmente em algumas de suas experiências. Esse relato buscará, em sua descrição, trazer para o primeiro plano as dinâmicas observadas, deixando que os conceitos e teorias venham na medida em que as dinâmicas apresentadas pelo objeto de estudo os “chamem”. Trata-se menos de descrever o estado das coisas e mais de relatar os processos e seus movimentos, produzindo um discurso que conecta essas várias dimensões, que mostra suas conexões e inter-relações.

Os vínculos sociais, que estou estudando a partir das experiências da economia da confiança, enquanto “objetos invisíveis”, são apreensíveis apenas nas práticas que permeiam

as relações, presencialmente ou não, nas trocas de mensagens, nos comentários e referências, nos objetos trocados e/ou emprestados, entre outras. Essas relações são a matéria-prima dessa pesquisa.

Sobre o objeto de estudo ao qual me dediquei no trabalho de campo, conforme indicado anteriormente, foram duas iniciativas da área da hospitalidade: o Couchsurfing e o Airbnb. Essa escolha foi motivada por várias razões. Desde o início, a área da hospitalidade me parecia a mais curiosa, uma vez que todas envolviam confiança, abundância e dinâmica entre pares, mas doar cem reais para alguém que você não conhece fazer um documentário é bem diferente de receber o mesmo valor para que alguém que você nunca viu durma um dia em seu quarto de hóspedes, ou, o que parecia mais estranho, aceitar um desconhecido para dormir em sua casa sem que ele pague nada por isso.

Optei por analisar uma experiência paga (Airbnb) e outra não (Couchsurfing) para pensar se a existência de pagamento interfere (e de que maneira) na construção dos vínculos sociais e na instauração de um “comum” entre os envolvidos. Essa me pareceu uma questão relevante devido a afirmações que ouvi e li como “o Couchsurfing é melhor porque não envolve dinheiro” ou “o Airbnb não deveria ser considerado como parte da economia da confiança pelo fato de visar lucro”; mas me pergunto se de fato o envolvimento de dinheiro induz a experiências tão diferentes.

O motivo pelo qual escolhi essas duas experiências como objeto de estudo, e não outras de hospitalidade, é o fato de serem as mais antigas, reunirem o maior número de usuários e, de certa forma, funcionarem como “referências” para outras. Porém, apesar de tomar essas duas experiências para observar a construção dos vínculos sociais com mais tempo, todas as outras que apresentei anteriormente me ajudaram a construir um entendimento sobre o fenômeno e, eventualmente, farei referência a elas.

Com o objeto de estudo escolhido faltava delimitá-lo e estabelecer as estratégias para levantamento dos dados. As duas plataformas, por si só, já são uma delimitação, mas eu deveria escolher usuários de uma cidade ou faixa etária específica, por exemplo? Os membros de cada uma das plataformas tem suas experiências em “trânsito”, ou seja, residem em uma cidade, mas viajam para outros lugares. O mesmo acontece com os anfitriões, que recebem pessoas de outras cidades e países. Situação semelhante aparece em outras delimitações. Talvez eu pudesse também focar em pessoas que fossem muito ativas, mas isso não me faria perder as experiências de pessoas que acabam de chegar nas plataformas e que parece importante diante do meu objetivo de analisar os processos de construção dos vínculos sociais?

Diante da dificuldade de estabelecer as fronteiras do objeto resolvi adotar o que o antropólogo George Marcus (2009) chama de “trabalho de campo multissituado”, isto é, um trabalho de campo que não está restrito a um espaço específico, mas é definido por certas relações entre coisas, pessoas, eventos, lugares e artefatos. Assim, utilizei de forma integrada os recursos abaixo para levantar os dados:

**Entrevistas em profundidade** (orientadas pelo roteiro do Apêndice B e realizadas entre 2013 e 2016). A duração média das entrevistas foi de uma hora e foram realizadas de diferentes formas: Skype, telefone, pessoalmente, e-mail e aplicativos de mensagens instantâneas. Embora eu tenha realizado mais, para utilização na pesquisa estou considerando 30 entrevistas com usuários do Couchsurfing e do Airbnb, sendo 15 pessoas de cada plataforma e alguns usuários se repetem porque usam as duas iniciativas. Alguns membros são muito ativos, enquanto outros tinham iniciado suas experiências recentemente.

**Observação participante.** Utilizei, entre os anos de 2013 e 2016, duas vezes o Airbnb me hospedando e três vezes o Couchsurfing: recebi um casal, hospedei-me uma vez e passei pela cidade uma vez.

**Observação e coleta de perfis, comentários e referências de pessoas das duas plataformas.** Essa ação foi realizada entre os anos de 2013 e 2016, mas de maneira sistemática nos últimos semestres de 2015 e 2016 – totalizando doze meses.

**Análise documental das trocas de mensagens.** Essa ação também foi realizada entre os anos de 2013 e 2016 nas vezes em que tive minhas experiências nas plataformas. Cabe ressaltar que no caso do Couchsurfing, através do qual sempre recebo pedidos de estadia, a análise se manteve permanente.

**Análise documental de textos na mídia sobre o fenômeno.** Como se trata de um fenômeno relativamente recente, frequentemente são publicadas notícias e artigos de opinião na mídia nacional e internacional. Esse acompanhamento também foi permanente entre os anos de 2013 e 2016.

**Observação das interações em grupos.** Ambas as plataformas possuem grupos no Facebook. Entrei nos grupos e acompanhei entre os anos de 2013 e 2016 as interações entre os membros: dúvidas, problemas e organização de eventos (no caso do Couchsurfing). Com o Couchsurfing também acompanhei as discussões nos fóruns e grupos de cidades da plataforma. Para utilização sistemática na pesquisa considerarei o período de doze meses (os últimos seis meses de 2015 e de 2016).

**Observação participante de eventos.** Entre os anos de 2013 e 2016 participei de diversos eventos relacionados ao que estou chamando de economia da confiança. Ministrei palestras e acompanhei discussões.

**Revisão bibliográfica.** Acompanhei os estudos que estavam sendo publicados sobre o fenômeno e também bibliografia secundária.

**Análise das trocas de ideias através de textos publicados na plataforma *Medium*.** No primeiro semestre de 2016, publiquei três textos sobre a pesquisa na plataforma *Medium*<sup>41</sup>. O primeiro apresentando a ideia da economia da confiança, o segundo sobre turismo e hospitalidade e o terceiro sobre a questão da alimentação. O objetivo dessa ação foi receber o retorno de pessoas diversas interessadas na temática.

Após realizar essa discussão preliminar acerca do objeto, do problema e do método, passemos às análises do objeto. Cada um dos próximos capítulos tratará de um eixo da economia da confiança. O próximo iniciará as reflexões sobre os processos de construção dos vínculos sociais focando na questão da dinâmica entre pares.

---

<sup>41</sup> Plataforma para publicação e compartilhamento de textos.

## 2 DINÂMICA ENTRE PARES

Eu, que nasci no Nordeste e tenho parentes no Sudeste, cresci vendo meus familiares entrarem em contato com irmãos, tios e tias pedindo que hospedassem, por alguns dias, conhecidos que estavam viajando para tentar algum tipo de investida profissional. Essa situação me parece tão corriqueira quanto receber um parente e sua família, geralmente em férias, para passar alguns dias em casa. No entanto, o que o Airbnb e o Couchsurfing (CS) expressam, bem como outras iniciativas parecidas, é a ampliação desses costumes, possibilitando que mais pessoas, não somente conhecidas, se conectem para intercâmbio de hospedagem e a sistematização de tais práticas a ponto de transformá-las em modelos de negócios rentáveis.

Através dos mecanismos criados por essas plataformas é possível alugar um imóvel, no caso do Airbnb, contemplando a residência inteira, apenas um quarto, ou somente um colchão de ar na sala, permanecendo ou não nela juntamente com o hóspede/cliente<sup>42</sup>, compartilhando espaços e até mesmo a rotina da casa; ou oferecer gratuitamente, no caso do CS, um sofá, um colchão de ar, ou mesmo um quarto, mas permanecendo, na maioria das vezes, com o hóspede. Nessas iniciativas, as transações (pagas ou não) são organizadas por uma empresa que funciona como “vitrine” dos espaços disponíveis; responsáveis também por criar estratégias visando construir e medir a confiança para que completos desconhecidos se sintam seguros a ponto de receber ou se hospedar com o outro.

O que veio a se tornar o CS começou com uma experiência no mês de abril do ano 2000, quando Casey Fenton, então estudante de Produção em Cinema e Vídeo no Hampshire College, nos Estados Unidos, comprou uma passagem para passar um final de semana na Islândia, ainda que não conhecesse ninguém nesse país. Como não tinha lugar para ficar e não queria gastar com hotel ou albergue, ele procurou um banco de dados dos estudantes da Universidade da Islândia e enviou e-mails para mais de mil estudantes da universidade dizendo algo como: “Olá, estou indo para a Islândia. Posso dormir no seu sofá e sair com você durante o fim de semana?”. Em menos de um dia ele recebeu cerca de 50 respostas positivas, tendo que escolher onde ficaria. Fenton decidiu se hospedar na casa de uma cantora, que o levou a pontos turísticos e lugares que dificilmente teria conhecido se não fosse com um

---

<sup>42</sup> O que diferencia as plataformas que estou tratando do “aluguel por temporada” é, principalmente, a possibilidade de conviver com os hóspedes. No caso do “aluguel por temporada”, geralmente, se tem uma casa destinada a isso e não a própria residência com seus pertences, como acontece no Troca Casa e nas experiências semelhantes citadas no item 1.1.7.

morador local. Quatro anos depois dessa experiência, Fenton e três amigos<sup>43</sup> criaram o CS para permitir que mais pessoas tivessem experiências como a de Fenton na Islândia<sup>44</sup>.

Conforme relata Joe Gebbia (2011), um dos fundadores da Airbnb, essa plataforma também surgiu a partir da iniciativa de dois amigos (estudantes de Design) que, em 2007, dividiam o apartamento na cidade de São Francisco (Califórnia, EUA) e diante do alto preço do aluguel e de uma conferência da área de Design em sua cidade, que estava ocupando boa parte da rede hoteleira, pensaram em colocar colchões de ar em sua sala, oferecer café da manhã (“Airbed and breakfast”, por isso a sigla Airbnb) e divulgar o aluguel em um site próprio voltado para participantes do evento. Para divulgarem o site, enviaram e-mails a diversos blogs de design apresentando a iniciativa. A estratégia funcionou e no dia seguinte vários desses sites estavam falando da plataforma.

Pessoas de diversos países enviaram pedidos de estadia e, ao contrário do que talvez possa parecer, os hóspedes não foram “jovens mochileiros com pouco dinheiro” (talvez por conta da lotação da rede hoteleira), mas dois homens e uma mulher na casa dos trinta anos. Durante a estada, anfitriões e hóspedes interagiram bastante. Um dos hóspedes (uma web designer da cidade de Boston/EUA) ofereceu, inclusive, dicas para melhorar o site (GEBBIA, 2011).

Após essa experiência, pensaram em expandir o site para outros eventos nos Estados Unidos. Como o Festival South by Southwest (SXSW)<sup>45</sup> estava próximo, acharam que seria uma boa oportunidade. Os fundadores viajaram para o evento utilizando a plataforma e, segundo Gebbia (2011), perceberam que trocar dinheiro físico entre pessoas parecia estranho, pois era como se após ótimas conversas de repente surgisse a pergunta “onde está o meu dinheiro?”. A partir daí, de acordo com Gebbia (2011), veio a ideia de introduzir o sistema de pagamento através do cartão de crédito – também para facilitar e simplificar as reservas. Além disso, é possível inferir que com os pagamentos físicos era mais difícil garantir uma porcentagem de cada transação para a empresa. Após essa experiência, iniciaram a expansão do site para viagens de qualquer natureza. Nessa época, em 2008, o Airbnb aproximou-se do formato que o popularizou.

---

<sup>43</sup> Daniel Hoffer (licenciado em filosofia pela Universidade de Harvard), Sebastian Le Tuan (designer de interfaces vietnamita) e Leonardo Bassani da Silveira (designer gráfico nascido no Brasil).

<sup>44</sup> Essas informações sobre o início do Couchsurfing estão disponíveis em Botsman e Rogers (2011).

<sup>45</sup> Consiste em um conjunto de eventos de cinema, música e tecnologia que acontece, anualmente, na cidade de Austin, no estado do Texas, nos Estados Unidos.

No início das atividades do Airbnb os sócios buscaram possíveis investidores que não se animaram com a ideia (GEBBIA, 2011), talvez por achar que ninguém aceitaria abrir e alugar a própria casa. Afinal, soa estranho sair para trabalhar, viajar e deixar a residência, com objetos de valor sentimental e material, às vezes conseguidos com esforço, com desconhecidos ou simplesmente ir dormir com um estranho no cômodo ao lado. Contrariando as expectativas iniciais, após oito anos, a Airbnb tornou-se uma empresa que vale bilhões de dólares<sup>46</sup> e se define como um “mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de um tablet” (AIRBNB, 2016a).

Já o CS, que começou como uma organização sem fins lucrativos, em agosto de 2011 recebeu um investimento de US\$ 7,6 milhões da Benchmark Capital e passou a funcionar como uma empresa (CABRAL, 2011). O recurso foi destinado ao desenvolvimento de aplicativos e a contratação de programadores, designers, executivos e publicitários (CABRAL, 2011). Apesar do investimento, a organização dos serviços de hospedagem sempre foi gratuita e nunca condicionou a utilização do site a algum tipo de pagamento.

Atualmente, com grande número de usuários, conforme citei no item 1.1.7, o CS se apresenta como uma “comunidade global de viajantes que compartilham suas vidas, promovendo o intercâmbio cultural e o respeito mútuo” (COUCHSURFING, 2016c).

Tanto no Airbnb quanto no CS, para ser hóspede ou anfitrião, é necessário realizar um cadastro nos sites e elaborar um perfil parecido com o das chamadas redes sociais contendo informações gerais, tais como nome, e-mail, foto, cidade, descrição do espaço que tem para oferecer, línguas que fala, onde estudou e/ou trabalha e uma apresentação pessoal. Porém, cada uma das plataformas possui especificidades de acordo com seu foco. No Airbnb, para quem quiser ser anfitrião, é necessário descrever em detalhes o lugar que está sendo oferecido: quantos quartos, banheiros, mobília, garagem, piscina, como é o bairro e o transporte na região, entre outras informações dessa natureza; além de postar fotos dos espaços. É necessário descrever também serviços extras que possam ser oferecidos ao hóspede/cliente, tais como internet, café da manhã, TV, uso da cozinha, máquina de lavar e secar, entre outros. No Airbnb é possível se cadastrar para ser apenas anfitrião, hóspede ou os dois. Quem opta por usar a plataforma apenas para se hospedar não precisa incluir as informações sobre o local, somente as informações pessoais. Abaixo a descrição do espaço de um dos meus anfitriões como exemplo.

#### **Informações sobre este espaço**

---

<sup>46</sup> No item 1.1.7 apresentei esses números.



No coração de SP, próximo à Av. Paulista e Shopping Frei Caneca. Transporte (metrô e ônibus) para todas as regiões de SP. Gosto de fazer amizade com pessoas de diversas nacionalidades. I speak English and our place is drug free.

#### **O Espaço**

Acomoda: 2

Banheiros: 1

Tipo de cama: Cama de Verdade

Quartos: 1

Camas: 1

Tipo de propriedade: Apartamento

Tipo de acomodação: Quarto inteiro

#### **Comodidades**

Cozinha

Básico

Mais

Máquina de Lavar

Internet Sem Fio

#### **Preços**

Hóspedes adicionais: Não há cobrança

Desconto semanal: 0%

Desconto mensal: 0%

Cancelamento: Moderada

#### **Descrição do Espaço**

Amplio quarto com varanda em prédio familiar. Acomoda um casal.

#### **Acesso dos Hóspedes**

Quero que meus hóspedes sintam-se em casa. Podem usar as áreas comuns do apartamento.

#### **Interação com os Hóspedes**

Estou à disposição para orientar meus hóspedes no que for preciso e, quando possível, acompanhá-los em seus passeios.

#### **O Bairro**

Região privilegiada: vá a pé a cinemas, restaurantes, teatros, museus e lojas. Para aqueles que gostam da noite, é possível aproveitar as casas noturnas da região, ou ir facilmente à Vila Madalena e Jardins. Por ser uma região central, não é uma região silenciosa, especialmente à noite.

#### **Indo e Vindo**

Região com muita facilidade de transporte. Próximo às linhas verde, amarela e vermelha do metrô. Ponto de ônibus em frente.

#### **Regras da Casa**

Não é permitido fumar ou usar drogas.

#### **Recursos de Segurança**

Extintor de incêndio. Tranca na porta do quarto.

#### **Disponibilidade**

Estadia mínima de 2 noites.

Quem busca um lugar para se hospedar no Airbnb deve escrever a cidade de destino, as datas de chegada e partida e o número de hóspedes para encontrar as opções disponíveis. É possível refinar a busca definindo a faixa de preço, o tipo de acomodação (imóvel inteiro, quarto inteiro, quarto compartilhado), o tamanho do imóvel (quantidade de quartos, banheiros, camas), o idioma do anfitrião, comodidades (internet sem fio, garagem, máquina de lavar etc.) e o bairro. Algumas cidades possuem guias de bairro com fotos e descrições feitas por profissionais contratados pela Airbnb e indicando características locais, por exemplo: se o bairro é tranquilo, se possui vida noturna, se é indicado para compras, entre outras.

Interessante notar que ao procurar um lugar para ficar no Airbnb o resultado da busca coloca em destaque o imóvel e não o anfitrião. Há uma foto grande, geralmente de algum cômodo da residência, e no canto inferior direito uma pequena foto do anfitrião, paralela ao valor da diária daquele lugar. Ao contrário, no CS, o resultado da busca por cidade traz os anfitriões daquela localidade e não há fotos dos espaços, mas das pessoas, tendo em vista que o foco não é o conforto, mas a experiência com o outro, tanto que a proposta do site é oferecer o “sofá”<sup>47</sup>, ainda que muitos anfitriões ofereçam uma cama ou um lugar mais confortável.

Além das informações citadas anteriormente, no perfil do CS deve constar se a pessoa está aceitando hóspedes (é possível dizer “sim”, “não”, “talvez” ou escolher a opção “não pode ser anfitrião, mas quer conhecer”<sup>48</sup>), se aceita crianças ou animais de estimação, se é permitido fumar, em quais condições o hóspede irá dormir (cama compartilhada, quarto compartilhado, cômodo público, quarto privativo), se prefere hospedar pessoas do sexo masculino ou feminino, número de hóspedes e quais dias pode receber, entre outras informações. É possível ainda descrever se o anfitrião oferece algo mais ao hóspede, informações de transporte na região e com quem vive.

O perfil do CS requer a resposta de perguntas que tentam mostrar o modo de vida dos usuários da plataforma para que o hóspede, ao buscar um lugar para ficar, possa escolher alguém com quem tenha afinidade e vontade de conhecer; assim como o anfitrião, que deve ler o perfil do viajante e decidir se quer ou não hospedar aquela pessoa. As questões são: “por que estou no Couchsurfing”, “quais são seus interesses (artes, política, gastronomia, por exemplo)”, quais “músicas, filmes e livros favoritos”, uma coisa incrível que você tenha feito, algo que pode ensinar, aprender ou compartilhar, países que visitou e/ou morou. Essas perguntas mudaram um pouco<sup>49</sup> na última atualização da plataforma e agora também não é mais obrigatório responder todas para criar o perfil. A partir dessa alteração percebi mais perfis incompletos e algumas das pessoas mais ativas no site utilizando o item da descrição pessoal para oferecerem informações da cidade e/ou regras da sua casa que não são

---

<sup>47</sup> Couchsurfing – Surfando no Sofá, em tradução livre.

<sup>48</sup> No final do capítulo anterior, ao falar do levantamento de dados, disse que uma das minhas experiências no CS foi “passeando pela cidade”. Trata-se da opção “não pode ser anfitrião, mas quer conhecer”, geralmente utilizada por pessoas que não podem receber viajantes onde vivem ou que ainda não confiam o suficiente para receber um estranho em sua casa.

<sup>49</sup> Antes, as perguntas eram: “missão de vida”, “como participa do CS”, “experiências no CS”, “interesses”, “filosofia”, “música, filmes, livros”, “tipos de pessoas de que eu gosto”, “ensine, aprenda, compartilhe”, “uma coisa incrível que vi ou fiz”, “opinião sobre o CS”.

contempladas nos itens pedidos na plataforma<sup>50</sup>. Abaixo a transcrição do perfil de um dos meus entrevistados para exemplificar.

#### **OVERVIEW**

Fluent in English, German, Portuguese, Spanish; learning French, Japanese

28, Male

Member since 2010

spend as much time as possible with friends outside. go t...

I'm studying sustainable economics and management

From Offenbach, Hesse, Germany

Profile 100% complete.

#### **ABOUT ME**

##### **CURRENT MISSION**

Capture life. Everywhere... through my mind or my camera's lense.

I'm from Germany where I recently finished studying Economics. Pretty much all my life I've spent all my money on travelling, but haven't regretted it not even once.

I love meeting other people from other countries and possibly become friends. Other cultures are the most fascinating for me. Since my trip with the Transsiberian Railway all the way to Hong Kong, I love ground travel. It just makes you experience way better how far away the place really is.

When I'm not travelling I especially like the warmer months in Germany when I can stay outside. I like music, but don't really have a certain preference. Almost every genre has some cool stuff.

I like languages. Before every trip I try to learn at least a little bit of the local language. I think it's a kind of respect to at least know to greet the persons. Anyway i surrendered with Mongolian ;-)

So after all, I'm an open guy who right now wonders why he joined the Couchsurfing Project so late...

##### **PHILOSOPHY**

Open your eyes, look to your left and right, reflect about the world around you and constantly expand your horizon. That's what I'm trying to do.

##### **Why I'm on Couchsurfing**

##### **HOW I PARTICIPATE IN COUCHSURFING**

I appreciate couchsurfing a lot because it's good for two things. Getting to know people, especially locals who know the place a lot better and can show places off the beaten path.

And second it gives flexibility on the trips. Staying in places doesn't need to cost money. The friendly exchange of couchsurfing is a great alternative. So I will gladly receive surfers and spend a great time with them as well as I'm looking forward to spend a great time with people hosting me.

##### **COUCHSURFING EXPERIENCE**

Until now all of my experiences were great. All of them gave a me a completely different view of the city. One, that a tourist in a hotel would have never gotten. They are encouraging me a lot to couchsurf more during my travels and give this experience to others visiting my city.

##### **Interests**

I'm very interested in politics, history, languages, arts. I love photography and often just go out with my camera trying to get a good shot. I especially like talking with people from all parts of the world. About experiences we share, that differ and about different perceptions because of different cultures.

##### **Music, Movies, and Books**

It's quite difficult for me to describe my taste in music. I generally like quite a lot. I tend to fall in love with a certain musician so much that i listen to it almost exclusively until it's too much. Anyways one of the reasons why I keep going back to Brazil is its amazing music. I'd say it's certainly one of the countries with the richest culture in music in the world.

---

<sup>50</sup> No próximo capítulo tratarei desses casos.

In movies I like realistic ones. Fantasy, Science Fiction, Horror are all not my things because I can't relate to it. Something like this couldn't even remotely happen. I like films with a real political or historical background. Although all of this I'm a great fan of the works of Quentin Tarantino. In books I have to admit I don't read a lot of novels. Though I do like to read. I read about current affairs that interest me at that moment.

**One Amazing Thing I've Done**

Hiking up a mountain in the Alborz mountains in Iran and being surprised with a homemade welcome drink on the peak by another hiker.

**Countries I've Visited**

Argentina, Austria, Belgium, Bolivia, Brazil, Canada, Chile, China, Croatia, Czech Republic, France, Germany, Greece, Hungary, Iran, Italy, Japan, Luxembourg, Mongolia, Netherlands, Peru, Poland, Portugal, Russian Federation, Slovakia, Slovenia, Spain, Switzerland, Turkey, United Kingdom, United States, Uruguay

**Countries I've Lived In**

Brazil, Germany<sup>51</sup>.

Após cada estadia, tanto o anfitrião quanto o hóspede devem escrever uma “referência” sobre o outro, isto é, avaliar a experiência através de um pequeno texto que ficará exposto no perfil do avaliado e não poderá ser alterado ou apagado. As pessoas costumam falar tanto do espaço físico, especialmente no caso do Airbnb, quanto de como foi a experiência com o outro, em ambas as plataformas. É interessante notar o tom de personalidade das referências, mesmo entre pessoas que só se encontraram para trocar as chaves, como pode acontecer no Airbnb. A seguir dois exemplos de referências para ilustrar. A primeira do CS escrita por um usuário brasileiro após hospedar uma mulher russa e a segunda de um usuário austríaco do Airbnb, que escreveu após se hospedar em um quarto do apartamento de uma mulher em Barcelona.

We were supposed to travel together to a hippie place nearby during the weekend. But after that weekend in the house of the rising sun I just couldn't let her go! She's an excellent cook. She has one crazy story to tell about every topic you can imagine! She introduced me to some amazing Russian bands! (...)  
She taught me so much things about russian culture that I can even tell that I went to Russia for a week without leaving home.  
She accompanied me in every single activity I had... party, longboard, slackline... She's up for anything!  
You can host her for the whole month and you won't get bored!  
Hope everything is ok with your trip and back home too, sweet tooth russian panda!  
Hope to see you some day in St Petersburg! =D

She is a smart, creative and energetic person, who will give you all the information you'll need to find your way around town in the beginning. She's always up for a nice chat and has a very good taste when it comes to music and other arts. She even gave me her bike on several occasions and helped me to get rid of some nasty stains on my t-shirt! Her place is clean and nice and in a good location. Apart from the sad fact that her cat has some serious gender issues, which shouldn't worry you too

---

<sup>51</sup> Decidi não traduzir ou alterar os trechos das referências e mensagens que reproduzo para não “retirar o tom” dos diálogos e comentários.

much, everything was perfect. I can only recommend her place for a nice time in Barcelona.

É importante perceber que tanto as perguntas do perfil quanto as referências parecem funcionar como uma espécie de “mediador das relações”. Todas as plataformas citadas no capítulo anterior também solicitam a existência de um perfil que responda inúmeras questões – cada uma com suas especificidades. As perguntas em si e suas respectivas respostas podem ser encaradas como “atores” no processo de construção da confiança e de produção do vínculo intersubjetivo uma vez que “coordenam” a inserção das pessoas na plataforma e tem um papel na obtenção do serviço. Essas questões serão retomadas ao longo da tese.

Um outro aspecto importante sobre essas plataformas é a organização de eventos. Em 2014, a Airbnb começou a organizar um evento para reunir anfitriões da plataforma, o “Airbnb Open”. A primeira edição aconteceu em São Francisco (Califórnia/EUA), a segunda, em 2015, em Paris (FR) e a terceira em Los Angeles (Califórnia/EUA) no ano de 2016. O evento costuma ter palestras, tanto dos fundadores quanto de funcionários do Airbnb, workshops, jantares, entre outras atividades. Nesse evento também costumam ser apresentados os novos planos e produtos da plataforma.

No CS qualquer usuário tem a possibilidade de criar um evento e convidar outros membros para participar. É possível também encontrar atividades já existentes buscando na plataforma pelo o que acontece em uma determinada cidade. Alguns eventos são frequentes, como os “Meetings”, as “Invasões” e os “Encontros Nacionais”. Os “Meetings” são uma espécie de reunião que costuma acontecer semanalmente no mesmo dia, horário e local (normalmente em bares) para que os usuários do CS que estão em uma mesma cidade possam interagir – sejam moradores ou viajantes. As “Invasões” e os “Encontros Nacionais” são parecidos, duram em torno de uma semana com atividades diversas, como passeios em lugares turísticos, churrascos e festas. A principal diferença, conforme relatou um entrevistado que já participou da organização de vários eventos do CS, é que as “Invasões” tem um foco regional, não participam muitas pessoas de fora, enquanto os “Encontros Nacionais” reúnem uma quantidade maior de pessoas e de diferentes cidades. Não existem muitos registros desses eventos. Os próprios organizadores não parecem ter preocupação com a memória das atividades e a empresa não possui nenhum controle sobre o que acontece.

As duas empresas, apesar das semelhanças no serviço oferecido (hospedagem na residência de desconhecidos), apresentam dinâmicas diferentes em seu funcionamento, que tem relação com as múltiplas formas de construção da confiança utilizadas, com os objetivos enunciados em cada plataforma, com as dinâmicas oferecidas para que a hospedagem

aconteça, entre outros aspectos. Diante disso, que vamos explorar ao longo do trabalho, pergunto-me que “comum” é construído nesses processos de vinculação? Como funciona e qual a importância do que estou chamando de dinâmica entre pares nessas experiências de hospitalidade?

O primeiro subitem deste capítulo reflete sobre a “dinâmica entre pares”, que estou propondo como um “eixo” da economia da confiança. O segundo aborda as dinâmicas entre os usuários das plataformas no intuito de evidenciar seu funcionamento e os processos de construção dos vínculos. O terceiro propõe uma compreensão inicial sobre as experiências de sujeito e de “comum” que são construídas nos processos de vinculação da economia da confiança em geral e do Airbnb e do Couchsurfing em particular.

## 2.1 Sobre a dinâmica entre pares

Tomando como referência o pensamento de autores como Yochai Benkler (2006; 2011) e Michel Bauwens (2012) é possível considerar que “condições propícias” tornam favorável a existência de práticas cooperativas. Exemplo disso é a internet, pois a partir de sua criação e popularização houve uma ampliação das ideias e práticas de cooperação, compartilhamento e as possibilidades advindas dessas condições – conforme foi discutido no capítulo anterior.

Pretendo com isso chamar a atenção para o fato de que a “infraestrutura” material, física, tecnológica constitui uma das condições de possibilidade (ainda que não determine) para a expressão de determinados desejos e valores. Diante disso, como seria a “infraestrutura” característica dos processos de vinculação social da economia da confiança? Primeiramente é importante ter claro o que estou chamando de infraestrutura e de que forma isso se relaciona com os processos de vinculação social.

Segundo Jeremy Rifkin (2016), a reunião de três elementos (comunicação, energia e transporte) cria a “infraestrutura”:

Infraestrutura requer três elementos, que interagem mutuamente para permitir a operação do sistema como um todo: um meio de comunicação, uma fonte de energia e um mecanismo de transporte. Neste sentido, infraestrutura pode ser considerada como uma extensão protética, uma maneira de ampliar o organismo social. Na ausência de um meio de comunicação, uma fonte de energia e uma forma de mobilidade, a sociedade deixaria de funcionar. (RIFKIN, 2016, p.29).

Importante notar como diferentes infraestruturas parecem contribuir com distintos processos de vinculação. Para Rifkin (2016, p.344), “cada nova matriz comunicação/energia/transporte também transforma a consciência humana, estendendo o impulso empático ao longo de domínios temporais e espaciais mais amplos (...)”. Assim, podemos entender a noção de infraestrutura proposta por Rifkin (2016) como um modo de funcionamento que altera as maneiras de viver ao “orientar” determinada forma de interação entre os elementos comunicação/energia/transporte, que também interfere nos valores, crenças, desejos, que orientam as ações, conectando dimensões heterogêneas e que estão em mudança permanente para orientar as formas de viver – em consonância com a perspectiva proposta e descrita no capítulo anterior.

A partir disso é que proponho a dinâmica entre pares como um eixo da economia da confiança que diz respeito ao modo de funcionamento que “orienta” o que Rifkin está chamando de “infraestrutura”. Para entender como a dinâmica entre pares altera a infraestrutura contemporânea na qual a economia da confiança funciona vale observar diferentes infraestruturas a partir do que descreve Rifkin (2016) até chegarmos na dinâmica entre pares.

Nas chamadas sociedades caçadoras ou coletoras, que ainda não haviam domesticado os animais ou aproveitado a força das correntes de água e dos ventos, a fonte para produção de energia era o corpo humano propriamente dito (RIFKIN, 2016). Cada sociedade tinha alguma forma de linguagem oral para coordenar as atividades coletivas e o impulso empático se estendia apenas a laços de sangue e tribais (RIFKIN, 2016). As maiores sociedades, nas quais era possível manter relações regulares e assegurar confiança não passavam de 500 pessoas (RIFKIN, 2016).

As civilizações hidráulicas, em torno de 3500 a.C. no Oriente Médio e em torno de 3950 a.C. no Sul da Ásia, trouxeram um sistema agrícola centralizado e irrigado por canais, conforme descreve Rifkin (2016, p.345):

O regime de energia – armazenamento de grãos – levou ao surgimento da vida urbana e disseminou silos, sistemas viários, cunhagem de moeda, mercados e o comércio a distância. Burocracias governamentais foram estabelecidas para gerenciar a produção, o armazenamento e a distribuição de grãos. O gerenciamento centralizado dessas iniciativas hidráulicas disseminadas só se tornou possível com a invenção de uma nova forma de comunicação – a escrita.

De acordo com Rifkin (2016), a produção agrícola hidráulica combinada com a escrita contribuiu para que a mentalidade humana saísse de uma dimensão “mitológica” para uma

“teológica”, o que pode ser percebido com as várias religiões que surgiram no período chamado de Era Axial (aproximadamente entre 800 a.C. e 100 d.C).

A passagem da consciência mitológica para a teológica foi acompanhada por uma grande extensão do impulso empático dos laços de sangue para novas famílias simbólicas baseadas na identidade religiosa. (...). Na Roma do século I, recém-convertidos ao cristianismo beijavam-se no rosto e se cumprimentavam como irmão e irmã – um conceito completamente estranho a gerações anteriores para quem a família se limitava a laços de sangue. (RIFKIN, 2016, p.345).

Adiantando-nos para o século XIX, a existência da impressão e do transporte ferroviário movidos a vapor e da fábrica leva ao surgimento de uma “consciência ideológica” (RIFKIN, 2016):

A nova matriz comunicação/energia/transporte possibilitou a expansão do comércio e das transações dos mercados locais para mercados nacionais e consolidou a nação-estado como entidade governante para gerenciar o novo paradigma econômico. As pessoas começaram a se ver como cidadãos e a considerar seus compatriotas como uma família estendida. Cada nação criou sua própria narrativa histórica (...) tudo isso destinado a estender a sensibilidade para além dos laços sanguíneos e religiosos e incluir os laços nacionais. (...).(RIFKIN, 2016, p.345-346).

No século XX surge o que Rifkin (2016) vai chamar de “consciência psicológica”; em um ambiente caracterizado pela eletrificação, petróleo, transporte automotivo centralizado e emergência de uma sociedade consumista.

A consciência psicológica estendeu o impulso empático para além das fronteiras políticas para incluir laços associativos. Os seres humanos começaram a criar empatia dentro de uma família simbólica maior baseada em afiliações profissionais e técnicas, preferências culturais e diversos outros atributos que estenderam as fronteiras da confiança social para além da nação e a ter afinidade com outros que compartilhavam da mesma mentalidade e atributos, num mundo em que a matriz comunicação/energia/transporte e os mercados estavam se globalizando. (RIFKIN, 2016, p.346).

Talvez possa parecer que essas mudanças nas formas de consciência sugeridas por Rifkin (2016) avancem de forma mecânica e linear. Porém, não é isso que ele considera.

As consciências ideológica, teológica, mitológica e psicológica ainda existem e coexistem, inculcadas na mente de cada pessoa e em diferentes proporções em cada cultura. Existem áreas minúsculas no mundo onde caçadores-coletores ainda vivem com base em uma consciência mitológica. Outras sociedades são totalmente vinculadas a uma consciência teológica. Outras ainda, migraram para uma consciência ideológica e agora, inclusive, para uma consciência psicológica. (RIFKIN, 2016, p.346).



Importante notar como Rifkin (2016) relaciona diferentes infraestruturas com a emergência do que ele vai chamar de “consciências”, isto é, determinadas formas de perceber e viver o mundo que são diretamente influenciadas pela infraestrutura. As ideias propostas pelo economista americano de como a infraestrutura e a consciência se alteram conjuntamente parecem-me muito útil para ilustrar diferentes processos de vinculação social, que também passam, conforme apresentei no capítulo anterior, por dinâmicas de áreas diversas que envolvem pessoas e coisas.

Qual seria, então, a infraestrutura que prevaleceria atualmente? Qual a infraestrutura que caracterizaria a economia da confiança? Chris Anderson oferece uma indicação ao tentar resumir o que ele diz ser “duas décadas de inovação em duas afirmações”: “os últimos 10 anos foram de descobertas de novas maneiras de criar, de inventar e de colaborar na Web. Os próximos 10 anos serão de aplicações desses ensinamentos no mundo real” (ANDERSON, 2012b, p.19). Há várias formas de entender essas afirmações. A abundância do “mundo digital” chegando ao “mundo físico”, citada anteriormente e que será retomada posteriormente é uma delas. Porém, Anderson (2012b) se refere a um contexto específico.

Por mais maravilhosa que seja a Web, ela não se compara com o mundo real. Nem em tamanho econômico (o comércio on-line corresponde a menos de 10% de todas as vendas) nem em participação na vida cotidiana. A revolução digital em grande parte se limitou às telas. Evidentemente, gostamos muito de telas, nos computadores, nos televisores e nos telefones. Estamos cercados de bens físicos, a maioria deles produzida por uma economia industrial que, nos últimos 100 anos, se transformou de todas as maneiras possíveis, menos sob um aspecto: ao contrário da Web, ela não abriu a todos. Em razão da expertise, dos equipamentos e dos custos de produção em grande escala, a indústria tem sido, principalmente, domínio de empresas e de profissionais treinados. (ANDERSON, 2012b, p.19).

O que Anderson (2012b) chama de “movimento maker” (“fazedores”) está reconfigurando os processos de produção e circulação de bens, conforme foi tratado no subitem 1.1.1: as máquinas que estão surgindo atualmente indicando outra revolução industrial parecem estar menos intensificando a produção em massa conduzida por grandes empresas e mais permitindo que pessoas sem grandes recursos financeiros tenham acesso aos meios de produção. Não é mais, apenas, o software que está com o código aberto, mas também o hardware, facilitando as apropriações e recriações de produtos. Já existem empresas multimilionárias de hardware aberto, como a Arduino<sup>52</sup> e 3D Robotics do próprio Chris Anderson (ANDERSON, 2012b). Não é mais, somente, o “especialista” contratado por uma

---

<sup>52</sup> Trata-se de uma placa microcontroladora que funciona como plataforma física de prototipagem eletrônica. A partir de um código a ser escrito é possível programar a placa para realizar diversas funções, facilitando a utilização por “não especialistas”.

grande empresa que tem acesso e pode criar objetos, mas pessoas que encontram orientações em tutoriais no YouTube e interagem (ou não) com outras em Fóruns e/ou Makerspaces.

É importante perceber como esse cenário de dinâmica entre pares, que Anderson (2012b) chama a atenção a partir da figura dos “fazedores”, está presente em diversas áreas. Exemplo disso são os chamados “influenciadores digitais”, isto é, pessoas que se tornam conhecidas a partir de sua atuação na produção de conteúdo, seja vídeos de 10 segundos no Snapchat<sup>53</sup>, vídeos no YouTube, textos de até 140 caracteres postados no Twitter, entre outras plataformas. Essas pessoas chamam a atenção de marcas em suas campanhas publicitárias devido a sua capacidade de influenciar públicos menores em quantidade que os meios de comunicação de massa, porém mais direcionados. São pessoas que de posse de um smartphone, uma câmera filmadora, um computador (todos de simples configuração) e conexão banda larga passam a produzir e colocar em circulação seus conteúdos, sejam textos com erros ortográficos, vídeos não raro sem edição ou editados sem preocupações técnicas – pelo menos no início.

Gradativamente, esses produtores de conteúdo vão construindo sua audiência a partir de publicações que são compartilhadas em redes sociais digitais e melhorando suas produções – seja aprimorando a edição dos conteúdos a partir de técnicas e softwares obtidos gratuitamente online ou contratando empresas para editar e/ou gerenciar seus conteúdos. Ilustram isso figuras como Whindersson Nunes, piauiense que costumava trabalhar como ajudante de garçom e que teve seu canal de comédia no YouTube considerado o maior do Brasil em outubro de 2016 (isso depois de anos produzindo vídeos) e Thaynara OG, advogada maranhense que começou a utilizar o Snapchat em torno de 2012 e se tornou conhecida no Brasil em meados de 2015. O importante aqui é como os processos de construção de audiência também têm passado por alterações. As empresas de mídia de massa passam a dividir (ainda que a maioria de suas verbas continuem voltadas para as celebridades tradicionais) lugar com outras plataformas que constroem audiência a partir do consumo e do compartilhamento entre pares.

A dinâmica entre pares, enquanto modo de funcionamento que orienta uma infraestrutura contemporânea dos processos de produção e de consumo, pode ser percebida em incontáveis outras áreas além da produção de bens e da construção de audiência. Considero importante observarmos outros contextos para compreendermos como a dinâmica entre pares atua e não a considerarmos como um fenômeno isolado. Vejamos exemplos em

---

<sup>53</sup> Aplicativo, que funciona como uma rede social, através do qual os usuários podem postar fotos e vídeos de até 10 segundos que se autodestroem após 24h.

mais quatro áreas distintas nas quais podemos observar essa dinâmica para depois retomarmos a questão da infraestrutura: a circulação do conhecimento, o funcionamento do ensino, as dinâmicas do trabalho e a política.

No que diz respeito a questão do conhecimento, o filósofo francês Michel Serres (2015) a discute em um ensaio no qual reflete sobre como se organizam as instituições e as formas de ser e saber contemporaneamente. Para Serres (2015), antes, o suporte do saber estava no corpo dos eruditos, nos livros e agora, acessível pela internet, o conhecimento pode estar disponível e ser transmitido em quase todo lugar – basta ter as condições de infraestrutura e a vontade. Diante disso, o saber “se liberta” do lugar físico, das salas de aulas e bibliotecas (SERRES, 2015). A inteligência não está mais, apenas, no corpo ou na cabeça, mas também em dispositivos externos; não é mais tão essencial lembrar já que um buscador online cumpre essa tarefa (SERRES, 2015, p.36-37). Assim, para Serres (2015), o ser pode ficar livre das atividades mecânicas e se dedicar às atividades inventivas e criativas.

O reitor da Singularity University<sup>54</sup>, Peter Diamandis, e o jornalista Steven Kotler, em um livro no qual defendem a tese de que podemos experimentar a abundância em diversas áreas também refletem sobre o sistema educacional ocidental e nos ajudam a pensar a questão do conhecimento e do ensino:

Nosso sistema educacional atual foi forjado no calor da Revolução Industrial, fato que influenciou não apenas as matérias lecionadas, mas também como eram lecionadas. A padronização era a regra, e a conformidade, o resultado desejado. Estudantes da mesma faixa etária recebiam os mesmos materiais e eram avaliados de acordo com as mesmas medidas de sucesso. As escolas se organizavam como fábricas: o dia era dividido em períodos regularmente marcados, campanhas assinalando o início e o fim de cada período. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.221).

Diamandis e Kotler (2012) concordam com Serres (2015) sobre a diminuição da necessidade de memorização e a emergência da priorização de outras habilidades:

O que sabemos é que o modelo industrializado de educação, com sua ênfase na memorização mecânica de fatos, deixou de ser necessário. Fatos podem ser encontrados no Google. Mas criatividade, colaboração, pensamento crítico e resolução de problemas são uma história diferente. Essas habilidades vêm sendo repetidamente enfatizadas por todos, desde executivos de empresas a *experts* em educação, como os fundamentos requeridos pelos empregos atuais (...). (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.23).

<sup>54</sup> A Singularity University é uma universidade criada em 2009, com o apoio da Nasa e da Google, que está localizada no Vale do Silício (Califórnia, EUA). A universidade não fornece títulos e os conteúdos ensinados costumam mudar anualmente. O cerce de seu funcionamento está no fato de que os alunos devem utilizar tecnologias para resolver desafios do planeta, como acabar com a fome, oferecer serviços básicos de saúde, acesso à água potável, educação, energia, segurança, levando em consideração o meio ambiente.

Apesar desse cenário, Serres (2015) não parece confiante em uma transição no funcionamento do ensino: “provavelmente por não terem ainda se aposentado, os que se arrastam na transição entre as últimas etapas são quem decidem as reformas, seguindo modelos há muito tempo superados” (SERRES, 2015, p.28).

É importante notar como esse contexto altera não apenas o ensino, mas também a experiência do trabalho. No subitem 1.1.3 vimos exemplos disso em iniciativas da economia da confiança, na área da educação, a partir das quais é possível aprender diversas atividades. Paralelo a isso, também indiquei como algumas empresas dessa experiência econômica não priorizam diplomas obtidos em determinada área, mas habilidades e experiências para a contratação, criando um cenário que parece favorável a educação não formal. Isso talvez tenha relação com o que Serres (2015) apontou, ou seja, ainda que existam condições para outras experiências de ensino e aprendizagem, os que conduzem as reformas ainda estão apegados a modelos antigos, fazendo com que não observemos mudanças expressivas.

Diante disso, ao invés de mudar o que existe, isto é, tentar mudar o sistema educacional mais amplo, algumas iniciativas da economia da confiança parecem construir e legitimar outras instâncias de educação. Isso pode ser percebido na experiência do modelo de escola da Perestroika, que se apresenta como uma escola de atividades criativas criada em 2007 na cidade de Porto Alegre e atualmente com unidades em outras cinco cidades (CASTRO, 2014). Entre os cursos oferecidos estão *Bitch!*, focado em aumentar a autoestima feminina; Felicidade, sobre a felicidade como modelo de negócio; Rede, que aborda a estrutura da sociedade; *New Ways of Thinking*, que apresenta outras formas de pensamento para resolver problemas; *On Tap*, para degustadores de cerveja; Nova, sobre novas plataformas de educação e aprendizagem, entre outros (CASTRO, 2014, p.37).

A Perestroika possui uma metodologia própria, a chamada *Experience Learning*, que se baseia na construção de espaços de aprendizagem através da experiência. Recentemente “abriram” a metodologia, ou seja, divulgaram-na em uma publicação gratuita para que qualquer organização ou pessoa possa utilizar. Repare como esse fato ilustra a questão da abundância e dos processos de produção contemporâneos que tenho abordado aqui.

São experiências de educação que talvez estejam afinadas com o ambiente atual no qual postos de trabalho consolidados parecem perder sua utilidade enquanto outras funções e necessidades emergem. Encontramos exemplo disso na temática central do Fórum Econômico Mundial de 2016, a “Quarta Revolução Industrial e o Futuro do Trabalho”. Por conta da automatização, milhões de empregos poderão ser perdidos nos próximos anos, ao mesmo tempo em que outras funções e necessidades surgirão (WORLD ECONOMIC FORUM,

2016). Parece que serão necessários outros modelos educacionais, de gestão, políticos, que evidenciarão outros processos de vinculação. É nesse sentido que a economia da confiança me parece um modelo de vinculação social condizente com esse cenário que se organiza – cito isso como hipótese.

Para finalizarmos essa breve observação de como a dinâmica entre pares parece alterar, direta e indiretamente, várias áreas da experiência humana, vale abordarmos também como na política parecem emergir outras experiências de vinculação. Um partido argentino, *Partido de la Red*, tem como proposta legislar a partir do que os cidadãos definirem em uma plataforma online, a *DemocracyOS*, na qual os usuários podem discutir e votar, devendo o parlamentar acatar o que for definido pelos cidadãos na plataforma (FRANCO, 2015). O partido é formado, principalmente, por programadores e pretende “hackear o sistema político”, isto é, propor outro nível de representação política (FRANCO, 2015). Essa é uma proposta embrionária e é difícil prever em que implicará ou se terá êxito. Contudo, meu objetivo com esse exemplo, assim como com os anteriores, é demonstrar como vivemos em uma sociedade na qual a dinâmica entre pares, intensificada pelas tecnologias digitais de comunicação, em especial a internet, contribui com formas de conexão entre as pessoas que parecem alterar as formas de viver em várias áreas da existência.

Diante desse cenário o fato é que está cada vez mais evidente o estado (crescente) de conexão e de imbricamento entre pessoas e coisas. Ações cotidianas realizadas através de aplicativos para o smartphone parecem corriqueiras: conseguir um carro (seja táxi, *Uber* ou outros) e acompanhar seu trajeto, pedir um objeto qualquer emprestado (talvez através do *Tem Açúcar*), obter uma hospedagem na casa de um desconhecido, entre outras. Isso sem contar pulseiras que coletam informações de saúde, dispositivos em lixeiras que avisam quando estão cheias, bem como televisores, eletrodomésticos e carros que cada vez mais apresentam funções através de sua conexão à internet. É crescente o número de objetos cotidianos que possuem softwares, recolhem e processam informações.

Outro exemplo disso é a montadora de automóveis chinesa Geely, dona da Volvo, que lançou outra marca de carros, a *Lynk & Co*, que tem como característica veículos “superconectados” (G1, 2016). O carro, que possui motor a combustão e elétrico, terá conexão permanente com a internet e um botão “compartilhar”, que por meio de um aplicativo permite deixar o carro disponível para outras pessoas alugarem quando o proprietário não estiver usando (G1, 2016). O sistema é semelhante ao aluguel entre pares citado no item 1.1.5, a diferença é que será um aplicativo próprio da empresa e que virá embutido no carro.

Esse ambiente de conexão potencialmente generalizada tem sido chamado de Internet das Coisas. Lucia Santaella (2013) descreve assim esse ambiente:

(...) Daqui a muito pouco tempo, os *microchips* se tornarão tão abundantes que sistemas inteligentes serão espalhados aos milhões em todo canto de nosso ambiente, incorporados às paredes, aos móveis, aos nossos aparelhos, nossa casa, nosso carro, penetrando na estrutura de nossas vidas. Os ambientes irão se tornar inteligentes, transformando tudo à nossa volta.

Tal panorama anuncia a “internet das coisas”, que se define como a extensão da internet no mundo físico, tornando possível a interação com objetos e a comunicação autônoma entre objetos. (SANTAELLA, 2013, p.31).

Vale lembrar que essa conexão generalizada e o tipo de experiência de convergência e de integração entre pessoas e objetos, que a chamada Internet das Coisas parece implicar, certamente não ocorre sem conflitos. Na esteira de Félix Guattari (1992) podemos lembrar que os processos de imbricação do ser humano é investido de técnica, assim como a técnica é investida de uma dimensão humana e isso não acontece de maneira harmônica. Nas experiências entre pares citadas há um aumento na quantidade de informações pessoais disponíveis, seja por meio dos perfis ou hábitos de consumo que podem ser monitorados através das plataformas ou de outros “rastros online”. O acesso a essas informações pode reduzir a privacidade e ampliar as possibilidades de invasões não autorizadas desses dados. Não irei aprofundar essa discussão por não ser o meu foco, mas chamo a atenção para esse aspecto no intuito de evitar alguma interpretação da dinâmica entre pares como um processo positivo e harmonioso, quase como uma etapa evolutiva da experiência humana.

Agora podemos voltar à questão da infraestrutura especificamente. A ideia de “Internet das Coisas” pode ser tomada como figura de uma infraestrutura contemporânea orientada pela dinâmica entre pares que temos tratado. Tendo a entender a Internet das Coisas com Rifkin (2016, p.25):

A Internet das Coisas (IdC) irá conectar todas as coisas com todo o mundo numa rede global integrada. Pessoas, máquinas, recursos naturais, linhas de produção, hábitos de consumo, fluxo de reciclagem e praticamente todo e qualquer aspecto da vida econômica e social estará conectado via sensores e software à plataforma IdC, alimentando continuamente cada nó – empresas, lares, veículos – com Big Data (megadados), minuto a minuto, em tempo real.

Para o economista americano, a Internet das Coisas, entendida como uma infraestrutura, é composta pela “Internet das Comunicações” (a internet como a conhecemos), pela “Internet dos Transportes” (pares conectados compartilhando transporte como foi descrito no subitem 1.1.5) e pela “Internet da Energia”.

Cada uma dessas três Internets ativa a outra. Sem comunicação, não podemos administrar a atividade econômica. Sem energia, não conseguimos gerar informação ou possibilitar o transporte. Sem transporte e logística, não podemos mover a economia ao longo da cadeia de valor. (...). (RIFKIN, 2016, p.29).

Dessas “três internets”, cada uma representando um elemento que compõe a infraestrutura, conforme sugerida por Rifkin (2016), a que ainda não abordamos é a “Internet da Energia”. Cabe enfatizar que não se trata de abordar um novo ou melhor modelo de produção e distribuição de energia elétrica, mas de perceber como a dinâmica entre pares também está presente especificamente nessa área. Uma notícia da Revista Página 22, publicação ligada ao Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, escrita por Elaine Carvalho (2015), traz algumas informações sobre o que se pode entender como “Internet da Energia” no Brasil.

De novembro de 2012 até março deste ano [2015], o número de pequenos consumidores que geram a própria energia, e com fontes limpas, passou de 3 para 534 no Brasil. Com 99 dos projetos instalados, Minas Gerais lidera a lista dos estados. (...). A maioria dos adeptos (69%) é residência (...), seguida pelo comércio (18%). (...).

A mudança veio com a Resolução nº 482, da Agência Nacional de Energia Elétrica, publicada há três anos, que permitiu abatimento na tarifa mensal para quem produzir até 1 megawatt de potência. A redução varia entre 50% a 70% e o investimento se paga entre oito e dez anos.

Nesse sistema de geração distribuída, o dono do imóvel pode compartilhar a energia com outro local (casa e escritório ou casa própria e de filhos, por exemplo), desde que ambos estejam registrados em seu nome; e o excedente vai para a rede pública, ajudando a suprir a demanda nacional.

(CARVALHO, 2015, p.06).

Em matéria para a Folha de São Paulo, Filipe Oliveira (2015) relata:

O estudo “New Energy Outlook 2015”, da consultoria *Bloomberg New Energy Finance*, aponta que, daqui a 25 anos, um quinto de toda a capacidade instalada brasileira não virá de usinas, mas da chamada geração distribuída, produzida por consumidores principalmente a partir de painéis fotovoltaicos. A análise considera que a capacidade instalada no Brasil, hoje de 132 gigawatts (GW), será de 383 GW. Do total, cerca de 80,5 GW virão dessa nova fonte. (OLIVEIRA, 2015, s/p).

O modelo que tem sido discutido e começa a ser implementado no Brasil parece funcionar de maneira complementar às grandes empresas de geração de energia elétrica já existentes e, conforme foi visto, não é incentivada a venda ou a troca de energia entre vizinhos ou pares desconhecidos, tendo em vista que o excedente vai para a “rede pública”. É bem diferente, por exemplo, da empresa holandesa Vandebron.nl, fundada em 2013, que não gera energia elétrica, apenas coloca em contato produtores individuais (responsáveis por

estabelecer o preço da energia que geraram) com pessoas interessadas em consumir. É uma “espécie de Uber ou Airbnb da energia elétrica”. Não é meu foco, repito, discutir qual o melhor modelo, mas apenas indicar as possibilidades de geração de energia entre pares.

Diante do exposto, proponho a infraestrutura contemporânea como sendo caracterizada pela Internet das Coisas, que permite/facilita não apenas o compartilhamento de bens imateriais, mas também de bens materiais – conforme temos visto até aqui. As formas de conexão entre pessoas e coisas se ampliaram e se complexificaram. Assim, o que há em comum na infraestrutura da Internet das Coisas, que por sua vez é formada por três elementos (comunicação, transporte e energia)? Entendo que é a “dinâmica entre pares”, isto é, a condição de conexão que reúne pares desconhecidos e contribui para que “todos” funcionem como potenciais produtores (seja de conteúdo, energia, bens ou serviços) ao terem as possibilidades para circular suas produções e criações entre pares.

Minha intenção com essa discussão é evidenciar como a dinâmica entre pares mediada pelas tecnologias de comunicação parece estar permeando e modulando cada vez mais as relações entre pessoas e coisas. De certa maneira, talvez seja possível considerar que essas interações entre pares sempre existiram; o diferencial é o modo como essas dinâmicas estão ocorrendo: a ampliação da quantidade de pessoas do planeta que podem estar conectadas<sup>55</sup>, o fato disso se tornar um modelo de negócios, a existência de uma espécie de naturalização dessa experiência de conexão que está “colada” ao que fazemos e somos, sem contar a confiança entre desconhecidos e a abundância de recursos que ainda serão tratadas.

Interessante perceber como os três elementos da infraestrutura (comunicação, transporte e energia) podem não mudar ao mesmo tempo, mas uma alteração parece conduzir a outra. Se quisermos seguir o pensamento de Rifkin (2016), é possível considerar que a primeira a se consolidar foi a “Internet das Comunicações”, a “Internet dos Transportes” iniciou sua ampliação e popularização e começamos a observar a estruturação da “Internet da Energia”.

Diante desse cenário é que proponho a “dinâmica entre pares” como um dos eixos da economia da confiança. Ela é como o “núcleo”, ou o que há de comum, nessa infraestrutura que parece iniciar seu processo de consolidação e evidencia um modo de funcionamento. Emergem e consolidam-se outros mediadores, nem melhores, nem piores, mas outros. Retomando o início deste item, parece que temos com este eixo da economia da confiança

---

<sup>55</sup> Não podemos perder de vista que o fenômeno da economia da confiança não se pretende generalizante. Uma das razões para isso é a centralidade que a internet tem no fenômeno e o fato de apenas cerca da metade da população do Brasil ter acesso a banda larga, por exemplo. Assim, todas as possíveis generalizações estão localizadas dentro de um universo já demarcado.



uma infraestrutura que favorece a cooperação entre desconhecidos. Cooperar com o outro passa a ser “mais viável” ou “mais fácil”.

A dinâmica entre pares, enquanto modo de funcionamento da infraestrutura contemporânea que tratei aqui a partir da Internet das Coisas, e que sugiro como eixo da economia da confiança, precisa ser bem compreendida sob o risco de perdermos um aspecto central da proposta de vinculação que estou tratando. Sendo o “comum” dos processos de vinculação social um “vazio configurado na relação”, como propõe Sodré, é fundamental caracterizar o ambiente no qual essas relações emergem. Foi isso que busquei fazer neste item.

A dinâmica entre pares da economia da confiança parece se aproximar da “consciência psicológica” proposta por Rifkin (2016) uma vez que as pessoas se aproximam por interesses específicos. Contudo, talvez não seja assim tão simples. Os pares se encontrarem a partir da infraestrutura existente não é uma novidade. O que estamos experimentando contemporaneamente parece ir mais longe.

O diferencial, além dos motivos já citados, tem relação também com o fato da dinâmica entre pares sair do âmbito das ideais e dos conteúdos e chegar ao “mundo real” ou “mundo off-line” e afetar outras indústrias – conforme discuti no capítulo anterior. Mas vai ainda além disso. Estamos experimentando, como citei há pouco, uma experiência de conexão entre pares bem mais ampla, que se relaciona ao que Rifkin (2016) vai chamar de “consciência biosférica”:

Se passamos da consciência mitológica para a teológica, da ideológica para a psicológica e estendemos nosso impulso empático de laços de sangue para afiliações religiosas, para identidades nacionais e para comunidades associativas, seria possível não imaginar o próximo salto na jornada humana – a travessia para a consciência biosférica e a expansão da empatia para incluir a totalidade da humanidade e as outras espécies como uma extensão de nossa família evolutiva? Uma nova infraestrutura inteligente, formada pela interação da Internet das Comunicações, da Energia e do Transporte, começa a reverberar, como o Wi-Fi, de região para região, atravessando continentes e conectando a humanidade numa vasta rede neural. Conectar cada coisa com cada ser – a Internet das Coisas – é um evento transformador na história da humanidade, permitindo que nossa espécie crie empatia e se socialize como uma grande família humana pela primeira vez na história. (RIFKIN, 2016, p.348-349).

A economia da confiança nos mostra pessoas no mundo inteiro compartilhando comida, hospedagem, carros, bicicletas, roupas, passeios, conhecimentos. A partir de uma infraestrutura existente, caracterizada pela “dinâmica entre pares”, pessoas passam a interagir, seja negociando para incrementar a renda ou buscando conhecer pessoas, o fato é que parece

existir uma ampliação das relações entre desconhecidos a partir de outros processos de mediação, emergindo, assim, outros processos de vinculação.

É fundamental lembrar que falar em modelos produtivos baseados no compartilhamento e em ampliação das possibilidades de cooperação não significa sugerir que seja um modelo melhor ou pior. Exemplo disso é a Uber, que no intervalo de um ano deixou de ser uma oportunidade de trabalho promissora para quem dirige, conforme vimos anteriormente. O importante é notar as possibilidades de conexão possíveis e como elas tem se ampliado nos últimos anos. Cada uma das áreas da economia da confiança citadas no capítulo anterior (alimentação, educação, turismo, utilização de objetos, entre outras) evidenciam isso.

A dinâmica entre pares da economia da confiança emerge, assim, como outra forma viável de conexão entre pessoas e coisas. Ao invés de comprar uma frota de veículos para criar uma empresa de aluguel de carros, por que não criar um site com determinadas estratégias de construção da confiança para que pessoas desconhecidas aluguem seus carros umas para as outras? Ou então por que construir um prédio com 15 andares e 500 quartos para hospedagem e não uma plataforma que conecte pessoas com espaço em casa? Parece bom para o meio ambiente e o custo é menor.

O que interessa agora é pensar como essa dinâmica entre pares acontece nas iniciativas escolhidas como objetos de estudo – o Airbnb e o Couchsurfing. Vimos como essa infraestrutura parece alterar experiências na educação, política, produção de conteúdo, entre outras áreas. Agora a intenção é “olhar de perto” de que maneira funciona em empresas da área de hospitalidade para pensar os processos de vinculação da economia da confiança.

## **2.2 Na trilha dos vínculos**

Quando iniciei a pesquisa o universo da economia da confiança era distante de mim. Já tinha ouvido falar de algumas experiências, mas nunca tive interesse em usar pelo fato de não me sentir bem tendo que conversar com desconhecidos sem assunto prévio. A ideia de “jogar conversa fora” me incomoda. Apesar disso, pelos motivos expostos na introdução, achei o fenômeno curioso e decidi investigar. No que diz respeito à hospitalidade, logo no início, me deparei com situações intrigantes, como pessoas que deram a volta ao mundo

usando o Couchsurfing e um fotógrafo italiano, Gabriele Galimberti<sup>56</sup>, que durante 19 meses viajou por 18 países dos cinco continentes “dormindo no sofá” de mais de cem desconhecidos (BARBOSA, 2013).

Iniciei a pesquisa pelo Couchsurfing (CS). Durante as entrevistas iniciais que realizei com usuários do CS e após os relatos de experiências que li, pude perceber que a maioria das opiniões sobre o site tinham elogios: “ele resgata a solidariedade entre as pessoas”, “é um caminho para fazer amigos”, “por meio do CS entrei no mundo da colaboração”, “estava com receio no início, mas a experiência foi muito melhor do que eu imaginava”, estão entre os comentários que mais ouvi e li. Por outro lado, existem os que consideram que o CS “perdeu o sentido e agora está repleto de pessoas que só querem viajar de graça” – geralmente usuários mais antigos dizem isso. Diante dessas opiniões percebi que eu deveria ter experiências na plataforma, pois talvez meu olhar “desapaixonado” pudesse melhor entender as questões que envolvem essa iniciativa.

Para entrar no CS, o primeiro passo era criar meu perfil. Levei quase uma hora para preencher todas as questões – não foi fácil definir em poucas palavras “minha missão de vida”, “meus interesses”, ou a “coisa mais incrível que já vi”<sup>57</sup>. Observando outros perfis, notei que não raro usuários utilizavam “frases de efeito” e até mesmo poesias para responder algumas dessas perguntas, sem contar que, por motivos óbvios, “viajar e conhecer pessoas” eram ideias recorrentes. As respostas sobre os “interesses” é que costumavam ser mais descritivas. Sendo essas respostas uma apresentação pessoal, elas funcionam como estratégias para se “vender”, para criar interesse ou curiosidade em torno do usuário. Diferentemente de redes sociais como o Facebook, nas quais se costuma adicionar conhecidos e não parece existir a preocupação em se apresentar e convencer um estranho de que se é interessante, no CS, de modo geral, se faz o perfil para desconhecidos que precisam se “interessar” e “confiar” em você.

Com as informações prontas, uma coisa me preocupava: como conseguir referências (positivas) sem nunca ter usado a plataforma? Afinal, segundo os usuários com os quais eu tinha conversado, quando alguém envia um “pedido de sofá” a primeira coisa que se observa são suas referências, que funcionam como um mediador fundamental dessas relações. As referências, assim como a apresentação pessoal, são formas do outro saber mais de você, que

---

<sup>56</sup> No site do fotógrafo estão algumas das fotos: <<http://www.gabrielegalimberti.com/projects-2/couchsurfing-2/>>. Acesso em 01 nov. 2016.

<sup>57</sup> Lembro, conforme tratei no início deste capítulo, que atualmente essas perguntas mudaram e não são mais obrigatórias.

auxiliam na construção do interesse ou do desinteresse e, principalmente, da confiança – aprofundarei essa questão no próximo capítulo. Diante da importância das referências, procurei amigos que usam o CS e que pudessem me fazer esse favor. Dos quatro amigos para quem eu pedi somente um atendeu com uma referência simples e direta: “Ramon is a cool guy, very nice, interested and outgoing”<sup>58</sup>. Depois descobri que os outros, embora tivessem o perfil no CS, não usavam.

Precisei viajar a Buenos Aires em julho de 2013 para participar de um congresso e aproveitei a oportunidade para começar no CS. Decidi ficar os dias do evento em um hotel e os restantes (três) no “sofá de alguém” – isso permitiria que eu passasse mais tempo com a pessoa. Com isso definido, era preciso enviar os “pedidos de sofá”. As pessoas com quem eu havia conversado deram-me algumas dicas que segui: envie o pedido para cerca de 10 pessoas, geralmente a metade responde e dessas duas ou três aceitam você; fale o motivo da sua viagem; mostre que a pessoa pode aprender algo com você (sua língua ou cozinhar). Mandei convites seguindo essas orientações, informando que era minha primeira vez no CS e que estava indo à cidade para participar de um congresso, enviei, inclusive, os links do evento com o meu nome na programação, o que me pareceu ser uma estratégia que contribuiria para que os outros confiassem em mim, já que minhas referências não ajudariam<sup>59</sup>.

Além dessas dicas, duas das pessoas<sup>60</sup> para quem eu enviei os pedidos e recusaram porque estariam viajando ou porque o sofá já estava reservado, responderam dando mais duas dicas:

(...) no hagas pedidos impersonales, y leé los perfiles, especialmente los requisitos que se piden en ellos.

(...) wait a few more days before sending the request, because with such advanced notice you'll probably get only “no” because nobody knows what they'll be doing a month from now and a serious host wouldn't commit.

A primeira dica enfatiza a necessidade de deixar claro no pedido de sofá o motivo pelo qual você deseja ser hospedado pelo outro, citando, inclusive, aspectos do perfil para evidenciar que você o leu e que realmente tem interesse em interagir com a pessoa e não

---

<sup>58</sup> Essa referência foi dada por um amigo alemão com quem trabalhei por alguns meses. Ele é muito ativo no CS e utiliza a plataforma desde 2009.

<sup>59</sup> Essas dicas, assim como as informações que devem constar no perfil e as referências, têm um papel na construção da confiança que interessa muito neste trabalho e que estará presente em todo o estudo, mas esse aspecto só será aprofundado no terceiro capítulo que é dedicado a essa temática.

<sup>60</sup> O perfil, assim como o nome das pessoas citadas, não serão divulgados para manter sua privacidade.

apenas se hospedar de graça. Esse aspecto, que diz respeito a própria proposta do CS, é muito valorizado por alguns usuários, enquanto pouco levado em consideração por outros que hospedam até o limite do seu espaço ou que não são exigentes para receber hóspedes – conforme veremos. A segunda dica critica a antecedência do meu pedido (um mês antes da viagem). Alguns usuários, como minha primeira anfitriã, gostam de se planejar e fazer calendários de hospedagem, enquanto outros não se preocupam com isso. A diversidade de maneiras de ser aparece também nessas plataformas, ainda que se adequando a elas, por meio dos perfis e referências, por exemplo; mas idiossincrasias não deixam de aparecer e também fazer parte da configuração das relações.

Não há como precisar o número de pessoas com perfil no CS na cidade de Buenos Aires, mas diante do grande número era preciso selecionar para quem enviar os pedidos. Usei alguns critérios que pareciam fazer sentido: ambos os sexos, diferentes idades e usuários antigos, pois teriam mais histórias para contar e mais referências, o que me permitiria confiar mais, já que eu estava tenso com a possibilidade de ficar na casa de um(a) desconhecido(a).

Poucas horas depois de enviar os pedidos recebi a primeira e positiva resposta de uma mulher de trinta anos que morava sozinha. Logo na resposta ela mandou seus contatos no Skype e Facebook. Fiquei surpreso com o quanto tinha sido fácil conseguir um “sofá” no CS mesmo com apenas uma referência. Contudo, cerca de duas semanas depois, ela enviou uma mensagem dizendo que estava com outras quatro pessoas do CS em casa e que não parecia que iriam embora tão cedo, e como estava com a casa cheia não poderia mais me hospedar. Disse também que se alguma dessas pessoas saísse ela me avisaria para eu ir. Apesar de não estar mais com o sofá disponível, ela disse ainda que poderíamos nos encontrar para um café, mas não nos encontramos ou falamos mais.

Conforme tinham me dito, a maioria das pessoas não respondeu meu pedido. Entretanto, as que responderam foram simpáticas e justificaram os motivos pelos quais não poderiam me receber. As respostas mais comuns foram: estariam de férias ou já tinham aceitado o pedido de outra pessoa no CS. Todas as respostas que recebi tinham um tom solícito, sempre me desejando boas vindas ao CS. A seguir trechos de diferentes respostas.

Ramón, just for you to know, this is by far one of the best couchrequests I've ever had. But, unfortunately, I really can't host you, as I'm moving out next week or the other, and everything is full with boxes. I'm sorry. I'm sure you'll have a wonderful time.

Oi querido Ramón. Como vai? Nós muito bem, mais um pouco tristes de não poder-te ospitar! Ficamos com visitas esta semana. Esta semana é muito intensa para nós, já que Nicolás está terminando um trabalho pra à faculdade e Lucía além tem muito

que trabalhar. Achamos que não vai dar pra à gente sair pela noite e fazer socialibilidade. Esperamos que a proxima podamos nos conhecer. Ficamos em contato, depois te enviamos uma mensagem com as nossas sugerencias de atividades em Buenos Aires. Abraço grande irmao, até mais!

Hi Ramon how are you? Unfortunately I can't host you that days, cause I already set with another CS that is coming to switzerland and is crossing that days. Tell me anything I can help you. Take care!

im overwhlm!! everibody its coming to bs as in july!! im already engaged to 2 peoples so i wont be able to have you at home. thoug im realy interested in get to know you and help you visiting buenos aires or just meeting each other!!! So if there is anything else how can i help you let me know!! Saludos!!

Além da primeira resposta positiva que recebi, outras duas pessoas aceitaram meu pedido. Minha ideia inicial era ficar dois dias em cada casa, o que talvez enriquecesse minha análise. Porém, uma semana antes da viagem, somente uma das pessoas respondeu. Antes de abordar minha primeira experiência vale notar como é comum nas práticas em torno dessa plataforma potenciais anfitriões ou hóspedes “não responderem mais” – escutei isso de entrevistados e também observei pessoas pedindo “sofá” em cima da hora, do aeroporto, por exemplo, logo após sua chegada, por conta de seus anfitriões que não responderam no “último momento”. É interessante observar essa controvérsia das relações em torno dessa plataforma, pois ao mesmo tempo em que algumas pessoas são gentis, como as quatro citadas que me responderam explicando os motivos pelos quais não poderiam me receber, outras não oferecem satisfação nenhuma. A pior coisa que pode acontecer, nesses casos, é o usuário que “faltou” receber uma referência negativa, o que talvez inviabilize sua participação na plataforma tendo em vista que, conforme observei, após uma referência dessas o usuário pode passar a ter dificuldades para ser aceito como hóspede ou receber pedidos de sofá.

Ao final dos meus pedidos de sofá, como apenas uma pessoa me aceitou, fiquei três dias na casa de Letícia<sup>61</sup>. O perfil de Letícia foi um dos que mais me chamou a atenção desde o início. Ela é separada do marido e trabalha cerca de seis horas por dia para a Coca Cola. Sua função é visitar determinado número de estabelecimentos comerciais e informar como está a comercialização do produto. Até aí nada estranho; eu até tinha uma hipótese sobre ela (obviamente baseada em meus preconceitos): deveria ser uma mulher solitária que usava o CS para conhecer pessoas. Porém, um fato deixava a situação muito curiosa: ela tinha uma filha

---

<sup>61</sup> Nome fictício para manter a privacidade. Utilizarei essa mesma estratégia para todos(as) os(as) outros(as) usuários(as) que serão citados(as).

de seis anos. Eu me perguntava: como alguém que mora sozinha com uma criança pode receber estranhos frequentemente em casa?<sup>62</sup>

Letícia mora em um bairro distante do centro de Buenos Aires (cerca de uma hora e meia) com um nome que não remetia a coisas boas: Mataderos – o que talvez contribuísse para o incomodo que eu estava sentindo ao me deslocar para lá, pois não conseguia me acostumar com a ideia de ficar na casa de uma pessoa que nunca tinha visto. Apesar da distância, não foi difícil chegar e por volta das 15h (pouco depois da hora marcada) de uma sexta-feira de sol e com a temperatura em cerca de 10°, eu tocava a campainha da casa dois de uma pequena e simples vila de três casas. Letícia abriu a porta, me abraçou, deu um beijo no rosto e perguntou se eu tinha tido dificuldade para chegar e se estava tudo bem. Após minha resposta positiva, agradei pelo “sofá” e ela convidou-me para entrar. A recepção foi muito calorosa e ela não me tratou como alguém que tivesse acabado de conhecer. Compreendo que ela já sabia algo sobre mim e eu sobre ela, mas tudo foi trocado através de mensagens escritas ou lido nos perfis do CS, ou seja, sem nenhum contato presencial. Talvez, se eu estivesse menos incomodado com aquela situação, possivelmente teria me sentido mais a vontade, uma vez que ela parecia estar, provavelmente por já ter recebido vários “estranhos”.

Dentro da casa, simples, bem organizada e com poucos móveis, uma das primeiras coisas que ela me disse foi que eu dormiria no quarto de sua filha de seis anos, que não estava em casa porque tinha ido visitar o pai. Letícia disse que embora a proposta do CS seja oferecer o sofá ela acha desconfortável, por isso sempre que recebe alguém ela o acomoda no quarto de sua filha, que passa a dormir com ela no outro quarto da casa.

Sentamos à mesa da cozinha onde Letícia estava tomando chimarrão, que ela prontamente me ofereceu; aceitei por educação e começamos a conversar sobre nosso assunto comum: o Couchsurfing. Ela tinha feito seu perfil há pouco mais de um ano. Nesse intervalo já tinha viajado algumas vezes e recebido cerca de dez pessoas de várias nacionalidades. Assim que sentei uma coisa chamou minha atenção: em meio aos desenhos de sua filha, na porta da geladeira, estava uma lista com o nome de várias pessoas, inclusive o meu. Só depois me dei conta que se tratava de uma lista com as pessoas do CS que ela iria receber – depois de mim já tinha cerca de cinco pessoas para os próximos seis meses.

Pedi que ela me contasse sobre suas experiências no CS. Ela disse que adora o site e que alguns antigos hóspedes se tornaram amigos (exatamente como escutei de várias pessoas).

---

<sup>62</sup> Irei priorizar a descrição das minhas primeiras experiências nas plataformas – primeiramente no CS e depois no Airbnb. Acredito que por serem as primeiras pude estranhar e ficar mais atento aos detalhes. Tudo era novidade. Minhas outras experiências e o que coletei analisando os perfis e realizando entrevistas aparecerão ao longo dos capítulos como exemplos.

De fato, durante minha estada, a vi conversando pelo Skype com duas pessoas que já tinham se hospedado lá. Conversavam sobre as notícias do mundo e questões pessoais, como a relação de Letícia com seu ex-marido. Letícia contou-me que está planejando uma viagem à Europa por insistência de uma das pessoas que ela hospedou e que prometeu pagar suas passagens e viajar com ela. Esse tipo de vínculo, que parece ter sido criado entre Letícia e alguns de seus antigos hóspedes (porque isso não aconteceu com todos), lembra-me que alguns usuários antigos do CS me disseram que atualmente quase não utilizam a plataforma porque muita gente não entende o propósito da “comunidade” (eles geralmente usam este termo para se referir ao site) e fazem o perfil apenas para se hospedar de graça. Isso é perceptível nos convites enviados em que se nota que o candidato a hóspede não leu seu perfil, como citei anteriormente. Eu, por exemplo, tenho recebido muitos pedidos de pessoas que acabaram de criar o perfil, não o preencheram inteiramente, e perguntam se podem ficar comigo algumas noites, sem explicar nada sobre si. Abaixo alguns exemplos.

Olá Carlos :) eu sou Leonardo, estudante de artes visuais na UFPel no Rio Grande do sul e estou viajando com um amigo e estamos conhecendo algumas capitais, em um mochilao, e passaríamos pelo Rio bem na data de festas de ano novo. Achas que rola de nos hospedar? Ou se tens algum contato pra indicar. Obrigado desde já :)

Olá! Meu nome é Juscelino e estou procurando estadia no rio do dia 23 ao dia 26 de setembro. Pode me ajudar? Desde já agradeço.

Oi, Ramon, tudo bem? Busco uma estadia durante as Olimpíadas no Rio (1-22 agosto). Você pode me ajudar com o lugar para 1-2-3 ou mais dias se tiver essa oportunidade? Abraço.

Ola ramon! me chamo shania naci em suiza de familia media espanhola media italiana e estou descubrendo brasil. eu estarei em rio em essas datas voce ficara ali? beijo de arraiail d ajuda

Boa tarde!!! Somos um grupo de 5 professores, 4 mulheres e 1 homem, nenhum casal. Estamos indo para o Rio, mas a pessoa que ia nos hospedar acabou furando e não temos mais onde ficar. Precisamos de uma referencia apenas para dormir e tomar banho. Você teria disponibilidade?

Hey! We are 3 girls travelling in Brasil! We are arrived this morning in Rio de Janeiro and we think to stay 2 or 3 days ! But... We haven't got a place to sleep. Do you have solutions for us?

Esses pedidos são genéricos e foram feitos por pessoas que tinham elaborado seu perfil há pouco tempo. Repare, no primeiro exemplo, que o usuário provavelmente enviou o mesmo texto para várias pessoas e esqueceu de trocar o nome – eu não me chamo Carlos. O último, enviado por um perfil de garotas da Guiana Francesa permite refletir sobre outra



questão. Apesar de realizarem o pedido dessa forma, em menos de um ano de uso (entre 2015 e 2016) já foram hospedadas, segundo suas referências, pelo menos doze vezes. Obviamente, elas podem ter feito pedidos mais elaborados nas outras ocasiões, contudo, esse exemplo é útil para lembrar uma questão que apareceu em algumas entrevistas: pessoas bonitas e estrangeiras tem mais chances de serem recebidas, conforme disse uma entrevistada. Em um dos *Meetings* em que estive, um usuário do sexo masculino que reside no Amazonas reclamava que não conseguia “sofá” no Rio de Janeiro por ser homem e brasileiro.

Apesar disso, devemos lembrar que um pedido sem abordar o motivo pelo qual se quer ser hospedado e o que se pode oferecer não significa que a estadia será ruim. Um de meus entrevistados, morador da cidade de Cuiabá (MT) disse que recusou um pedido por achar que a pessoa só queria hospedagem gratuita, mas indicou aos possíveis hóspedes uma amiga, também do CS, que costuma receber “qualquer pessoa”. Uma semana depois meu entrevistado soube de sua amiga que a experiência tinha sido ótima.

Importante perceber como o “comum” dos processos de vinculação não é um ideal a ser atingido, é uma invenção resultante de certa dinâmica, entre certas pessoas que passarão a compartilhar algo. No entanto, cabe notar como esse “comum” parece ser idealizado em alguns casos, como entre as pessoas que esperam determinado comportamento do outro, acreditando em modos de proceder mais ou menos adequados.

Diante desses usos da plataforma, aparentemente fora da proposta, usuários antigos têm indicado pessoas para que os conhecidos recebam. Exemplifica isso a experiência de uma entrevistada: uma pessoa da Polônia se hospedou com alguém no Rio de Janeiro e passaram a manter contato. Quando um conhecido da primeira pessoa vai ao Rio, ela o indicará para seu antigo anfitrião, que se não puder hospedá-lo avisará outro conhecido que também utilize a plataforma. Interessante como a dinâmica da plataforma, que nesse caso teve um papel ao iniciar as relações, continua, ainda que não seja através do site. Alguns dos meus entrevistados enfatizaram que os interessados apenas em “hospedagem gratuita” não ficam muito tempo no CS porque não criam laços com os outros, isto é, talvez não construam determinado “comum”.

No que diz respeito à criação de laços, é curioso notar a disponibilidade dos anfitriões em largar suas atividades diárias para mostrar a cidade aos outros. Uma história que me chamou a atenção, relatada por um entrevistado, é a de um senhor argentino que recebe muitos “couchsurfers” em casa, às vezes ao mesmo tempo, e os leva para passear. Sua motivação? Ele diz querer ter o mundo em casa, já que para ele é difícil viajar. Meu

entrevistado, inclusive, afirma ter dormido na mesma cama que o anfitrião, já que a casa estava cheia.

Voltando à Letícia, minha presença no ambiente doméstico não parecia alterar em nada a rotina da casa. A filha de Letícia estranhou-me no início e mal queria conversar, porém, algumas horas depois, eu estava brincando com ela. Em geral, Letícia chamava a atenção da filha quando era necessário (muitas vezes para ela me deixar em paz) e agiam normalmente. É interessante notar que eu, com receio de dormir na casa de uma pessoa estranha e interessado em manter-me distante por causa da pesquisa, quando percebi estava brincando com a filha de Letícia e me divertindo. Talvez, mesmo sem perceber, eu tenha me permitido aquela “abertura ao outro” citada no capítulo anterior.

No penúltimo dia que passei com elas tive a oportunidade de conhecer Luísa, que Letícia disse ser sua melhor amiga. Durante a conversa com elas pude descobrir e inferir várias coisas. Letícia possuía muitos amigos e era bastante querida, tinha uma “vida social” ativa, inclusive alguns homens estavam interessados nela, o que me fez descartar a hipótese preconceituosa de que Letícia talvez usasse o CS por algum tipo de carência. Luísa contou que os vizinhos de Letícia viam com estranheza a grande circulação de pessoas diferentes e estrangeiras na casa de Letícia, que também era muito criticada pelos amigos próximos por receber desconhecidos em sua casa; inclusive o pai de sua filha não sabe disso.

Pouco antes de eu ir embora, agradei pela estadia e Letícia pediu desculpas por qualquer coisa que não tivesse sido conforme eu esperava. Letícia e eu nos falamos quatro vezes depois: quando eu avisei que tinha chegado em casa (ela pediu que eu fizesse isso); por ocasião do Natal daquele ano, quando eu enviei uma mensagem perguntando como ela e a filha estavam; a penúltima vez foi no momento em que ela esteve no nordeste do Brasil e conversamos pelo Skype sobre como estava sendo sua experiência e a última quando ela visitou o Rio de Janeiro, em 2016, mas eu não estava mais morando lá e dei apenas algumas dicas. Atualmente, não nos falamos mais nem em datas comemorativas.

Minha primeira experiência no Airbnb aconteceu em outubro de 2015. Assim como no CS, precisei viajar a São Paulo para participar de um congresso e aproveitei para utilizar a plataforma. A elaboração do perfil no Airbnb é simples se comparada ao CS. As únicas informações que ficam visíveis ao público são a descrição pessoal, línguas que fala, educação, trabalho – sendo que elas não são obrigatórias. Minha segunda experiência nessa plataforma, por exemplo, foi na casa de uma pessoa que não tinha nenhuma dessas informações em seu perfil pessoal. Apenas o nome, a informação de quando entrou na plataforma e línguas que fala. Dados como números de documentos (é preciso digitalizar e enviar pelo menos um para

a empresa), telefones, e-mail são obrigatórios tanto para o anfitrião quanto para o hóspede, mas não ficam visíveis para o público. Contudo, não podemos confundir as informações do perfil pessoal com o anúncio do espaço que é oferecido na plataforma, que necessariamente deve conter todas as informações indicadas no início deste capítulo.

As diferenças no que é pedido nos perfis tem relação direta com as distintas propostas das plataformas, que embora ofereçam serviço similar, hospedagem na residência de desconhecidos, fazem isso através de diferentes processos. Algumas razões dessas desigualdades já vimos e outras ficarão claras ao longo do trabalho, mas cabe elencar alguns desses motivos. Um dos principais é o fato da Airbnb colocar-se como responsável pelo sucesso das transações; enquanto a CS se isenta de qualquer responsabilidade afirmando que apenas oferece o espaço para que as pessoas com interesses comuns se encontrem. Outro fator são os diferentes processos de monetização das plataformas; enquanto a Airbnb cobra diretamente dos usuários, a CS não e busca outras formas de geração de receita. Além disso, embora ambas enfatizem o interesse em oferecer experiências singulares por meio da hospitalidade, enquanto no CS essa singularidade parece ter relação primordial com as pessoas, no Airbnb a relação com o outro não é um imperativo, mas o próprio espaço de residente local pode oferecer a experiência singular prometida. Cabe notar também que enquanto no Airbnb as regras da hospedagem são claras, aproximando-se de um serviço qualquer pelo qual se paga, no CS nem sempre essas regras estão evidentes, apesar da plataforma também parecer buscar isso.

Eu já tinha feito meu perfil há dois anos e acompanhava a plataforma regularmente, então não foi difícil realizar minha primeira “reserva”. Ao contrário do CS, no qual é desejável que você leia o perfil do possível anfitrião e elabore um “pedido de sofá” evidenciando o motivo pelo qual quer ser hospedado por ele, no Airbnb parece ser o contrário: você busca um lugar para ficar através da cidade, datas de chegada, partida, número de hóspedes, verifica qual anúncio atende sua necessidade, o valor final e clica em “Pedir para Reservar”. O(a) proprietário(a) aceita ou não o pedido<sup>63</sup> e você já pode autorizar o pagamento. Não há a preocupação em ser aceito ou não – durante a pesquisa nenhum dos meus entrevistados foram rejeitados. Contudo, existe o caso de Greg Selden, publicitário americano, negro, 25 anos, morador de Richmond (estado da Virgínia/EUA) que disse em seu perfil no Twitter ter sido rejeitado por ser negro (O GLOBO, 2016). O anfitrião disse que apesar das datas aparecerem como disponíveis, na verdade já estavam ocupadas. Selden, depois de

---

<sup>63</sup> Existe atualmente a modalidade “reserva instantânea” que o anfitrião pode ativar ou não. Ela garante que a reserva seja aceita de imediato, independente de uma aprovação posterior do anfitrião.

verificar que mesmo após a resposta as datas continuavam disponíveis decidiu criar dois perfis falsos de “homens brancos”, um parecido com o seu e outro de um homem mais velho e os dois foram aceitos (O GLOBO, 2016). O anfitrião negou se tratar de racismo e a Airbnb, em nota à mídia, disse estar tomando providências para prevenir a discriminação entre usuários (O GLOBO, 2016). Vale notar que dois dos meus entrevistados eram negros, brasileiros e nenhum deles relatou experiências de preconceito. Um deles, bastante ativo na plataforma, já se hospedou sozinho e em grupo em alguns países da Europa e nos Estados Unidos.

Voltando à minha primeira experiência, eu queria um quarto com banheiro em um imóvel em São Paulo, próximo a uma estação de metrô e com o menor preço possível. Não busquei um lugar inteiro porque queria interagir com o(a) proprietário(a). Assim fiquei dois dias no apartamento da Deise. Além dos critérios já citados, a escolha também se deu porque o perfil dela era completo: informações de escolaridade, línguas, trabalho e uma descrição pessoal na qual dizia morar com um cachorro, “seu fiel companheiro”, e gostar de artes, dançar, cozinhar, viajar. Pareceu-me uma pessoa com quem seria fácil conversar – o que era fundamental para mim. Antes de reservar enviei uma mensagem perguntando se ela servia café da manhã (essa informação não estava no perfil). Em menos de uma hora Deise respondeu:

Olá, Ramon.

Eu não sirvo café da manhã, mas vc pode usar a cozinha, tem espaço na geladeira e armários para guardar mantimentos; e aqui vc tem acesso fácil a supermercados, restaurantes e padarias.

Será um prazer hospedá-lo.

Abraços.

Fiz a reserva cerca de três semanas antes da viagem e trocamos mensagens com dicas de como chegar e para combinarmos o horário do check-in. Algumas pessoas estabelecem o horário do check-in e check-out no perfil, não podendo ser negociado (frequentemente porque trabalham e não podem sair a qualquer momento); mas outras deixam-no flexível e anfitrião e hóspede combinam um horário que funcione para ambos. Quando a hospedagem é na residência inteira e o anfitrião não reside lá, geralmente encontram-se apenas para entregar as chaves. Algumas pessoas deixam a chave com conhecidos, pedem para alguém entregar ou deixam-na escondida em algum lugar. Uma de minhas entrevistadas, que alugou um apartamento inteiro na cidade de Berlim, relatou que a chave foi entregue por uma adolescente, que não disse nenhuma palavra e saiu correndo. Outro entrevistado pegou a

chave em uma caixa (parecida com a dos correios) com senha (o anfitrião passou por mensagem). A chave foi deixada no mesmo lugar e anfitrião e hóspede não se encontraram pessoalmente. Geralmente, o que percebi nas minhas experiências e na maioria das entrevistas, é que os anfitriões costumam aparecer para entregar as chaves, oferecem dicas da localidade e ficam a disposição para qualquer imprevisto ou dúvidas.

Há um aspecto importante sobre a troca de mensagens na plataforma. O Airbnb oculta informações como números de telefone, links de sites e nomes de aplicativos. Ao digitar qualquer uma dessas informações aparecem, respectivamente, as seguintes mensagens: (PHONE NUMBER HIDDEN); (URL HIDDEN) e (SENSITIVE CONTENTS HIDDEN). Segundo a plataforma, essa é uma estratégia para garantir a segurança. Ao tentar enviar um desses conteúdos geralmente aparece o seguinte alerta: “Para sua proteção e segurança, mantenha suas comunicações e pagamentos dentro do Airbnb”. Apesar disso, os usuários geralmente encontram uma forma de conversar fora da plataforma, seja por meio de aplicativos de conversa instantânea como o WhatsApp ou de redes sociais como o Facebook. Devemos ter claro como esse controle exercido pela Airbnb, em nome da segurança das transações pelas quais a empresa é responsável, tem relação direta com seu modelo de negócios, que é baseado na centralização e no controle das transações. Ao contrário, como já indiquei, no CS não há esse controle, mas por se basear em outro modelo de gestão e monetização. É fundamental termos esses aspectos definidos para não incorrerem em compreensões maniqueístas e considerar uma experiência como melhor ou pior que a outra. São modelos diferentes, apenas isso, que ora podem gerar experiências parecidas ou distintas. Isso será retomado.

Outra questão importante é o valor a ser pago, que é a soma da(s) diária(s) mais a percentagem de serviço da Airbnb e a taxa de limpeza – essa taxa é opcional e nem todos os anfitriões cobram. Vale notar que alguns anúncios cobram o mesmo valor independente da quantidade de hóspedes. Por exemplo, se a casa comporta até três pessoas não fará diferença no valor final se ficarão hospedadas uma, duas ou três pessoas.

É importante lembrar também que a Airbnb possui política de cancelamento e os anfitriões devem aderir a uma das três existentes: flexível, moderada e rigorosa. A “Flexível” garante o reembolso integral caso o hóspede cancele até um dia antes da chegada, exceto taxas cobradas. A “Moderada” oferece o reembolso integral caso o cancelamento seja feito em até 5 dias antes da chegada, também excetuando as taxas. Caso o anfitrião tenha optado pela política “Rigorosa” o hóspede terá o reembolso de 50% caso faça o cancelamento em até um semana antes da chegada, também excetuando as taxas.

Feitos esses esclarecimentos podemos voltar ao relato da minha primeira experiência. Cheguei no horário marcado (14h). A caminhada do metrô até a casa de Deise foi de cinco minutos, mas como estava muito quente cheguei cansado e a espera de cerca de dois minutos entre tocar a campainha e ela abrir a porta pareceu uma eternidade. Embora ela já estivesse me esperando, entre seu apartamento e o portão tinham dois lances de escada e uma garagem para atravessar. Cumprimentou-me com um aperto de mão, perguntou se estava tudo bem e deu boas-vindas. Subimos para seu apartamento e fomos direto para o quarto onde eu ficaria. Deise me mostrou onde estava o edredom, toalhas e onde eu poderia guardar minhas coisas. Logo depois me chamou para irmos à cozinha. Chegando lá ela disse o que era de uso comum e o que era dela e eu não poderia mexer. Mostrou-me uma prateleira na geladeira onde eu poderia guardar minhas coisas e indicou uma lâmpada que deveria ficar ligada a noite inteira. Falou também que “meu quarto” estava sem internet, mas que ela sairia para comprar um retransmissor de sinal de modo que à noite, quando eu retornasse, já estaria funcionando. Deise foi bastante educada e pragmática na recepção.

Após falar do funcionamento e das regras da casa, Deise sentou em uma cadeira na sala, pequena e repleta de objetos de decoração (quadros, lembranças de viagens, livros), e eu aproveitei para saber sobre suas experiências no Airbnb. Ela contou que como morava só em um apartamento de quatro quartos decidiu alugar os outros para ter uma renda extra. Relatou-me também que em seu trabalho como arquiteta era fácil sair qualquer hora do dia para receber um hóspede, caso fosse programado com antecedência. Deise disse que preferia alugar para uma pessoa que passasse meses ou um ano inteiro porque assim garantiria uma renda fixa por mais tempo e não teria o fluxo de diferentes pessoas. Ela, inclusive, perguntou se eu conhecia alguém para indicar. Dos três quartos que ela alugava um estava ocupado por um estudante há alguns meses.

Conversamos também sobre as taxas do Airbnb. Ela trouxe esse assunto e disse achar os valores altos, tendo em vista que a plataforma ganha uma porcentagem tanto do valor pago pelo hóspede quanto do valor recebido pelo anfitrião. Diante disso, Deise sugeriu que na próxima vez que eu fosse a São Paulo e quisesse me hospedar lá para falar diretamente com ela, sem a mediação da plataforma. Assim sairia mais barato para nós dois – disse ela. Alguns de meus entrevistados também relataram ter recebido essa proposta dos anfitriões.

Esse fato nos estimula a pensar em como essas plataformas têm o papel de promover o espaço no qual necessidades encontram formas de serem atendidas, mas diante da dinâmica entre pares outras maneiras de atender essas mesmas necessidades podem emergir com maior facilidade no momento em que as pessoas passam a estar conectadas. Além dessa conexão, o

fato de confiar em um estranho, ou em alguém que você acabou de conhecer, como no caso de Deise comigo, é outro elemento fundamental para a existência desses modelos de negócios da economia da confiança, que acionam objetos ociosos (evidenciando a abundância), como os quartos de Deise. Repare como os três eixos da economia da confiança estão presentes nesse exemplo e parecem nos convidar a pensar em como a economia da confiança não se trata de um formato apenas, personificado nas figuras do Airbnb e do CS, por exemplo, mas de inúmeras possibilidades que podem emergir da combinação dos três eixos. Notamos isso nas duas empresas aqui analisadas, que apesar de oferecerem serviços semelhantes não funcionam da mesma maneira, como citei há pouco.

Deise geralmente só reagia às minhas perguntas. Pouco perguntava. Talvez para não invadir minha privacidade. Ela foi muito solícita com tudo que perguntei, mas pareceu-me que a relação ficou dentro da cordialidade necessária, ou seja, não existia interesse um pelo outro. Eu só estava “puxando” conversa por conta da minha pesquisa e ela não perguntava nada sobre mim. Tivemos apenas duas conversas longas. A primeira na tarde em que cheguei e a outra quando nos despedimos. Tanto eu quanto ela não ficávamos o dia todo em casa, então nos encontrávamos de passagem, dizíamos “bom dia”, “boa tarde”, “boa noite”, eu sempre perguntava algo do bairro, falávamos por uns cinco minutos e pronto.

Essa experiência talvez possa induzir a conclusão apressada de que realmente no CS existe o interesse pelo outro, enquanto no Airbnb as relações são apenas funcionais. Mas não é bem assim. Na segunda vez que me hospedei através do Airbnb, por exemplo, foi apenas uma noite e minha primeira conversa com a anfitriã, uma senhora idosa, durou uma hora e pareceu ter durado cinco minutos. Ao longo da conversa ela foi compartilhando suas impressões sobre os hóspedes que tinham passado por lá, perguntamos várias coisas um sobre o outro e fomos descobrindo interesses em comum. Retomarei esse exemplo posteriormente.

A primeira experiência de uma de minhas entrevistadas também oferece outra percepção de como as relações podem acontecer. Nazaré, estudante de intercâmbio brasileira, utilizou a plataforma pela primeira vez na cidade de Chicago (EUA). Ela estava viajando com o namorado (também estudante de intercâmbio brasileiro). Escolheram o Airbnb pelo mesmo motivo que a maioria das pessoas com quem conversei: o preço. A anfitriã queria saber mais sobre os dois. Segundo Nazaré porque era a primeira vez que ela alugava para alguém sem referência e parecia estar preocupada. Além disso, a anfitriã iria viajar nos dias em que Nazaré e seu namorado ficariam lá – talvez por isso ela estivesse mais preocupada também. Assim, alugaram um quarto, mas acabaram ficando com a casa inteira. Ao final da estadia, o casal deixou a chave na portaria, pois saíram antes da anfitriã voltar, juntamente com um chocolate

em agradecimento pela simpatia, pois receberam ajuda com as malas, dicas da região e sobre o funcionamento da casa. Nazaré, conforme relatou, ficou com o sentimento de gratidão pela anfitriã.

Ainda que as plataformas tenham seus objetivos e propostas, conforme apresentei, não é possível garantir que serão atingidos e/ou como. São pessoas, mediadas por coisas, interagindo a partir de experiências de hospitalidade. Alguém pode se apaixonar por um(a) hóspede ou anfitriã(o); é possível que comportamentos como deixar o banheiro molhado deixe o outro irritado; isso sem contar fatos como roubos e assédios. São incontáveis as situações que podem ocorrer em ambas as plataformas e por mais que as pessoas se preparem parece difícil assegurar como a relação será construída.

Um dos meus entrevistados, Rodrigo, morador da cidade de Curitiba (PR) e bastante ativo tanto no Airbnb quanto no CS relata diversas e distintas experiências que já teve. Ele não tem certeza em que ano começou a usar o CS, talvez 2009, nem quantas pessoas já hospedou ou o recebeu, mas já são mais de cem experiências. A primeira delas, ele lembra, foi na cidade de Salvador (BA). Sem nenhuma referência, conta que ficou feliz quando um homem, que também não tinha referência, foto, nem mesmo o nome completo o aceitou como hóspede. Rodrigo vem de uma “família hospitaleira”, como ele disse, a mãe também viajava e se hospedava na casa de desconhecidos; apesar disso estava tenso em sua primeira experiência. Quando chegou ao aeroporto, conforme combinado, ligou para o anfitrião que disse que enviaria seu motorista. Rodrigo achou estranho, mas não quis perguntar nada. Quando chegou descobriu que seu anfitrião era um homem muito rico (era vizinho do boxeador Popó e da cantora Ivete Sangalo), que tinha entrado na plataforma para praticar inglês e aceitou Rodrigo, apesar de ser brasileiro, porque o viu, em uma de suas fotos do CS, com o escudo do Atlético Mineiro – time preferido do anfitrião. Meu entrevistado ficou hospedado em uma suíte com ar-condicionado e cadeira de massagem. Apesar de ser bem recebido, Rodrigo quase não encontrou com seu anfitrião, que estava sempre trabalhando.

Rodrigo lembrou uma questão que não raro aparece nos relatos de experiências do CS: assédio. Alguns entrevistados disseram evitar ter relações sexuais com hóspedes (embora isso não seja difícil acontecer), pois existe uma relação de dependência uma vez que o(a) hóspede depende de quem o(a) hospeda. Escutei alguns casos assédio, indo desde insinuações passageiras, passando por um anfitrião, que ao receber um casal de namorados, tentou forçá-los a dormirem os três na mesma cama com a namorada do hóspede no meio, chegando a tentativas de estupro.



A diversidade nas formas de receber os hóspedes são características dessas plataformas. No capítulo anterior citei exemplos no Airbnb, mas no CS o “sofá” que se promete pode aparecer de diversas formas também: barraca no quintal, rede, pessoas que pedem para levar colchão, chão frio, saco de dormir, além de camas e sofás, é claro. As regras de convivência também são diversas. Há casos de adeptos do nudismo que só aceitam hóspedes sem roupa e vegetarianos que proíbem o consumo de carne em sua casa. Sendo que nem sempre essas exigências estão claras no perfil. Pelo que pude perceber, em geral quem estipula regras como o que pode ser consumido da geladeira ou hora para chegar e/ou sair são pessoas que recebem com frequência e já tiveram algum tipo de problema.

No Airbnb essas regras devem, e geralmente estão, claras no perfil. E caso não estejam é possível perguntar – como eu perguntei se Deise oferecia café da manhã. Além disso, os problemas que surgirem podem ser resolvidos com a mediação da empresa – o que não acontece no CS. Uma de minhas entrevistadas, por exemplo, relatou que ao chegar no imóvel no horário marcado o apartamento estava sujo porque a pessoa que faria a faxina não tinha ido. O anfitrião pediu que ela esperasse, diante da demora ela entrou em contato com o Airbnb, que ofereceu um jantar como forma de compensação; ao ser recusado, a empresa ofereceu uma noite em um hotel e o não pagamento da primeira diária e da taxa de limpeza do apartamento. No Airbnb há também um seguro, como veremos mais à frente.

A partir do que foi pesquisado, não percebi diferenças substanciais entre as relações de hospitalidade por meio do Airbnb ou do CS. Experiências que ocorrem conforme o previsto, ou que trazem surpresas positivas ou negativas, podem acontecer através de ambas as plataformas. Como nos casos do CS de pessoas que se tornaram amigos chegando a um ser padrinho de casamento do outro, ou por meio do Airbnb, quando um de meus entrevistados, em sua primeira experiência como anfitrião, recebeu de seu hóspede francês o convite para ficar em sua casa quando fosse a França – sem pagar nada. Sendo que eles não se encontraram pessoalmente, nem mesmo para entregar as chaves. Assim como experiências frustrantes também podem ocorrer em ambas, no CS, por exemplo, hóspedes bêbados vomitando na sala de estar e quebrando objetos de valor sentimental da casa do anfitrião e no Airbnb encontrar o apartamento em condições diferentes da imaginada.

Importante notar que existem variadas formas de lidar com esses problemas, que tem relação com o contexto no qual ocorrem. Por exemplo, Verônica, em sua segunda experiência no Airbnb alugando um quarto na casa de uma senhora que vivia sozinha na cidade de Paris (FR), ficou muito incomodada com a sujeira do apartamento e de seus objetos – xícaras e pratos com resíduos de comida, móveis e lençóis sujos, alimentos estragados na geladeira,

entre outros problemas. Verônica sabia que tinha o direito de reclamar, mas não o fez por “achar que magoaria a senhora”. Minha entrevistada relata que se identificou intelectualmente com a anfitriã, que a tratou muito bem oferecendo comida, foram ao mercado juntas e a senhora ainda fez questão que Verônica participasse de um jantar com seus filhos. Vale lembrar que a senhora deixou o apartamento sozinho com Verônica, que não sabia que isso aconteceria, quando foi viajar.

Situações curiosas também ocorrem quando o anfitrião recebe pessoas pelo CS e Airbnb ao mesmo tempo. Dois de meus entrevistados fazem isso. Um deles disse que são relações diferentes, que no Airbnb é um serviço que está sendo prestado, já no CS é outra relação, na qual espera que os hóspedes interajam com ele, ajudem nas tarefas da casa e não apenas usem o espaço para dormir. O outro diz que trata os hóspedes, independente da plataforma, de maneira igual: vai buscar no aeroporto ou rodoviária e leva para passear, por exemplo. Por tratar de forma idêntica, certa vez, sentindo-se envergonhado por receber dinheiro de um e do outro não, pediu para que o hóspede do CS dissesse que era um “amigo”.

Essas são algumas das relações que pude observar durante a pesquisa. Elas servirão de matéria prima para as análises a partir de agora. Outras situações serão adicionadas, mas os exemplos que apresentei até aqui são fundamentais para que possamos seguir.

### **2.3 Colaborando entre sujeitos e funções**

Uma ideia presente nesse contexto que me parece muito útil como “chave” para refletir sobre a questão da vinculação social é a “colaboração”. Nos últimos anos, talvez por conta das dinâmicas interativas impulsionadas pelas tecnologias digitais de comunicação, esse termo tem emergido como adjetivo habitual em várias áreas no intuito de expressar maneiras de fazer: “livro colaborativo”; “cerveja colaborativa”; “gastronomia colaborativa”; “festivais colaborativos”; “vídeos colaborativos”, “economia colaborativa”. A palavra “colaborar” tem origem etimológica no latim, “collaborare”, que significa trabalhar com outro(s) na mesma atividade, cooperar para a realização de algo. Colaborar, então, diz respeito a uma forma de se relacionar com o outro, o que sempre fizemos (e faremos), tendo em vista que vivemos em sociedade e precisamos do outro o tempo inteiro. “Todos os animais sociais colaboram porque na solidão a abelha, o lobo ou o ser humano não são capazes de garantir a própria sobrevivência. Precisam – precisamos – uns dos outros” (SENNETT, 2012b, p.89).

Assim, tendo a entender “colaboração” como sinônimo de “cooperação” e a segunda conforme opinião Richard Sennett (2012b, p.15):

A cooperação pode ser definida, sucintamente, como uma troca em que as partes se beneficiam. Esse comportamento é imediatamente identificável nos chimpanzés cuidando uns dos outros, em crianças construindo um castelo de areia ou em homens e mulheres juntando sacos de areia para impedir uma inundação. Imediatamente identificável porque o apoio recíproco está nos genes de todos os animais sociais; eles cooperam para conseguir o que não podem alcançar sozinhos.

Como também alerta Sennett (2012b), a cooperação não é algo essencialmente bom, é possível que pessoas se unam para cometer um crime que não poderiam sozinhas, por exemplo. Além disso, é fundamental lembrar que as experiências de cooperação podem manifestar-se de várias formas.

(...) A cooperação pode ser associada à competição, como no caso de crianças cooperando no estabelecimento de regras básicas para um jogo em que haverão de competir umas com as outras; na vida adulta, essa mesma combinação de cooperação e competição se manifesta nos mercados econômicos, na política eleitoral e nas negociações diplomáticas. A cooperação torna-se um valor em si mesmo em rituais tanto sagrados quanto seculares: observar a Eucaristia ou o Pessach juntos traz à vida a dimensão teológica; os rituais de civilidade, ainda os mínimos, como “obrigado” e “por favor”, põem em prática conceitos abstratos de respeito mútuo. A cooperação pode ser tanto informal quanto formal; as pessoas que batem papo em uma esquina ou bebem em um bar estão fofocando e jogando conversa fora sem pensarem de maneira autorreferencial: “Estou cooperando”. Esse ato vem envolto na experiência do prazer recíproco. (SENNETT, 2012b, p.15-16).

Diante disso, talvez não seja exagero considerar que toda atividade, ação, fenômeno resulta de incontáveis experiências de colaboração, tendo em vista que, em algum nível, sempre se precisa da ação do outro. Por exemplo: um profissional que cura as doenças de um piloto de avião que leva um professor para ministrar uma conferência em outra cidade, que ao chegar é conduzido por um profissional que dirige um automóvel até o local onde ele irá almoçar a comida preparada e servida por outros profissionais até a hora de tomar outra condução para chegar ao auditório onde acontecerá a palestra, que foi limpo e organizado pela equipe de limpeza. Neste exemplo, a colaboração não aconteceu na mesma atividade, como é o caso das pessoas que realizaram a limpeza do auditório, mas é importante perceber como diversas pessoas e coisas, em atividades distintas, muitas vezes sem se conhecer, colaboram para a realização de “algo maior”.

Assim como a pessoa do exemplo, que vai proferir a palestra, nós também dependemos dos outros, seja para nos deslocar entre longas distâncias (motoristas de ônibus, táxi, BlaBlaCar, Uber), seja para preparar nossa comida (um familiar, um profissional em um

restaurante ou alguém pelo Eatwith). Nessas trocas, todos se beneficiam de alguma forma: quem ganha dinheiro curando doenças paga para alguém cozinhar, por exemplo, e assim construímos uma cadeia interminável de colaboração entre pessoas e coisas (sofá, site, perfil etc.).

O fato é que colaboramos uns com os outros o tempo inteiro para viver. A questão que me interessa é como ocorrem e de que tratam os processos de vinculação que são construídos nas experiências de colaboração da economia da confiança de modo geral e do Airbnb e do Couchsurfing em particular.

Ao observar as experiências de colaboração nas quais estamos inseridos cotidianamente, como as que exemplifiquei há pouco, parece que lidamos menos com pessoas e mais com funções. Essa é uma questão fundamental deste estudo. Por exemplo: o(a) motorista do táxi, o(a) recepcionista do hotel, o(a) cozinheiro(a) do restaurante, o(a) professor(a), o(a) gerente do banco. Quando chegamos em um hotel e somos recebidos por um atendente não sabemos nada de sua vida; os objetos daquele ambiente não são de propriedade dele, que estará ali dentro de um período de tempo previamente definido. Consideraremos que nossa relação com ele foi exitosa se for educado, responder todas as nossas dúvidas e nos atender com rapidez, por exemplo. Assim, esse atendente é um prestador de serviço e está diante de nós como uma “função”. Ainda que ele esteja com um crachá escrito Roberto, Claudio, João, e fizermos questão de usar seu nome ao nos referirmos a ele não deixará de ser uma função. Essa percepção parece válida para outras experiências profissionais. Obviamente, não quero com isso generalizar e afirmar que todas as relações sejam assim. Você pode pensar naquele garçom que de tanto lhe atender e trocarem algumas conversas ou confidências já são íntimos, ou aquele professor que já virou seu amigo. Apesar disso, refiro-me a como as relações se organizam majoritariamente sob a forma de uma espécie de contrato cujo “script” é formalizado nesses termos.

Diante disso, pergunto-me: será que nas experiências da economia da confiança, quando pegamos carona por meio de um aplicativo, trocamos o hotel pelo Airbnb ou pelo CS e o cozinheiro do restaurante por quem vai cozinhar para nós no *Meal Sharing*, no qual a função é acrescida pela experiência com o outro, não se estaria substituindo a “função” por um sujeito e instaurando outro processo de vinculação, caracterizado por outras formas de produção e legitimação de valor e sentido para as práticas sociais? Repare que não se trata de “pessoas boazinhas” querendo ajudar o outro, nem de fazer amigos, mas de sujeitos que também estão ali trabalhando para ganhar seu dinheiro, só que de outra forma.

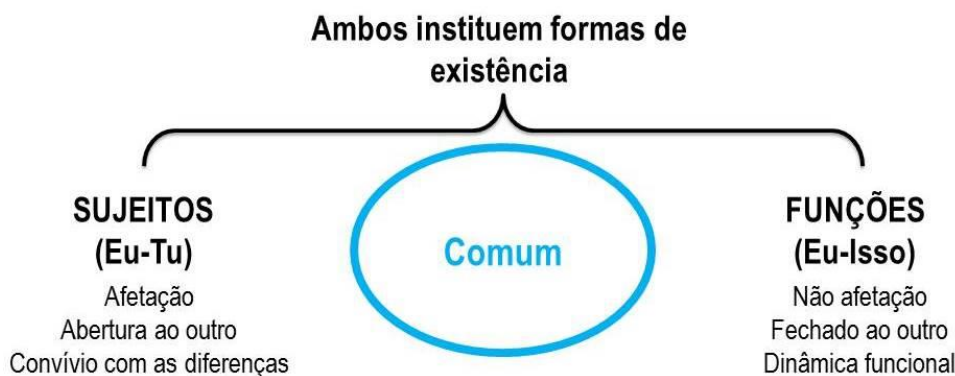
Retornando à questão da colaboração, Sennett (2012b, p.60-61), ao falar da experiência da esquerda no início do século XX, percebe dois tipos de cooperação: um tipo que enfatiza a necessidade de chegar a conclusões comuns, o que demonstra um objetivo dialético, e outro que prioriza o processo dialógico, isto é, a troca e a reciprocidade, podendo não chegar a objetivo nenhum. No primeiro tipo, a cooperação se assemelha a uma ferramenta, um meio para se chegar a um lugar ou atingir um objetivo; no segundo, ela é mais um fim em si mesma, sem se preocupar com objetivos finalistas. Com Sennett (2012b), permito-me pensar que a colaboração, tal como se dá em nossas experiências cotidianas, parece acontecer de maneira “automática”, sem que percebamos, não entre “sujeitos”, mas entre “funções”, visando atingir um objetivo específico: comer, ir de um lugar ao outro.

Por outro lado, a forma como a colaboração acontece nas experiências da economia da confiança parece requerer certo “esforço” para fazermos daquela maneira pelo fato de não ser o modo usual e, pelo menos atualmente, ainda estar no campo da novidade ou da estranheza, favorecendo, ainda que não garantindo, que o processo de vinculação se dê entre “sujeitos” e não apenas entre “funções”. É preciso cautela para não acharmos que se trata de uma espécie de “reencantamento” do mundo, pois parece mais o sintoma de uma “saturação” de certo modelo de cooperação (o das “funções”) e da emergência de outra maneira de cooperar que diante de suas condições de possibilidade torna-se capaz de contribuir na otimização das relações.

Retomando o pensamento de Martin Buber (2001) proponho que a atitude “Eu-Tu”, sugerida por ele, conforme indiquei no capítulo anterior, que se baseia na afetação pelo outro, na reciprocidade e na possibilidade de conviver com as diferenças, constitua “sujeitos” que não existem antes da relação. Em contrapartida, a atitude “Eu-Isso”, também proposta por Buber (2001), que já pressupõe um “Eu” pronto e anterior a relação, sendo caracterizada pela instauração de uma dinâmica funcional na qual esse “Eu” está “fechado” em si mesmo, percebendo o outro como um objeto para se atingir um fim, instituiria “funções”. A figura 3, abaixo, busca ilustrar isso. Cabe enfatizar que ambas as atitudes estabelecem formas de existência, maneiras de viver e não se deve pensá-las como boas ou ruins (BUBER, 2001). O problema, segundo Buber (2001), seria viver unicamente no “Eu-Isso”. É importante destacar também que esse “Tu” ou “Isso” não dizem respeito apenas a pessoas, mas também a “coisas”, como um smartphone, por exemplo, com o qual seria possível se permitir experiências de consumo e interação pessoal que se pode ter com ele, como as que temos visto no âmbito da economia da confiança, ou simplesmente utilizá-lo como telefone, vivendo

baseado nas certezas já formadas sem a necessidade de se permitir experimentar outras dinâmicas.

Figura 3 - Entre Sujeitos e Funções.



Fonte: Gráfico do autor.

Diante disso, é exatamente no “comum”, enquanto vazio configurado na relação que figura como uma potência em disputa, onde se dará o “embate” pela constituição do que estou chamando de “sujeitos” e “funções”. O filósofo Peter Pál Pelbart traz uma pista para pensar essa questão:

(...) é a potência de vida da multidão, sua biopotência, em seu misto de inteligência coletiva, de afetação recíproca, produção de laço, capacidade de invenção de novos desejos e novas crenças, novas associações e novas formas de cooperação, como diz Maurizio Lazzarato na esteira de Gabriel Tarde, que é cada vez mais a fonte primordial de riqueza do próprio capitalismo. Por isso mesmo, esse comum é visado pelas capturas e sequestros capitalísticos, mas é esse comum igualmente que os extrapola, fugindo-lhe por todos os lados e todos os poros. (PELBART, 2008, p.36).

Pelbart trabalha com uma compreensão de “comum” muito próxima da que tenho discutido até aqui, conforme é possível notar a seguir:

Como se vê, quando se concebe o comum como um fundo virtual, como vitalidade social pré-individual, como pura heterogeneidade não totalizável, ele nada tem a ver com unidade, medida, soberania, muito menos com as figuras midiáticas, políticas, imperiais que pretendem hipostasiá-lo, representá-lo ou expropriá-lo. Daí porque a resistência hoje passa por um êxodo em relação a essas instâncias que transcendentalizam o comum, e sobretudo pela experimentação imanente desse comum, pelas composições e recomposições que o perfazem, pelas redistribuições de afeto que essas composições e recomposições propiciam, pelos novos possíveis que a partir daí se abrem e se inventam. (PELBART, 2006, p.04).

Assim, a produção do “comum” como vetor de uma biopotência é um espaço de disputa pela constituição de modos de vida, que podem continuar servindo ao que Félix

Guattari (1990) chamou de “subjetividades capitalísticas” ou pode existir como “linhas de fuga”, isto é, conforme propõem Deleuze e Guattari (1995), espécie de rupturas em determinados modos de ser e estar nas diversas instâncias da vida social, em um conjunto de lógicas, práticas e discursos que lhes são correspondentes e que Deleuze e Guattari (1977) chamaram de “agenciamento”. É menos uma fuga no sentido de um escape de uma situação e mais uma desorganização, uma experimentação e invenção de outras maneiras de estar no mundo, que pressupõem diferentes desejos, atividades, funções. Diante disso, encaro as experiências da economia da confiança de modo geral, o Airbnb e o Couchsurfing de maneira específica, como lugares que me permitem olhar para essas disputas pela produção de formas de estar no mundo que de certa forma contestam ou conjuram determinadas “lógicas dominantes”.

Vamos voltar às experiências no CS e no Airbnb para observar isso. Eu e minha anfitriã em Buenos Aires, Letícia, somos muito diferentes (estilo de vida, gostos, tipos de amigos), apesar disso parece que foi possível termos um “comum”, ainda que por alguns dias. Talvez, se morássemos na mesma cidade não fôssemos amigos, mas para aquela situação específica, para os dias necessários, parece possível considerar que foi construído um “comum” e nos vinculamos. Falar na instauração de um “comum” e na vinculação social não requer que seja uma relação de longo prazo, como Letícia teve com outros hóspedes. Parece-me que o diferencial desse processo de vinculação é estar ali disposto a interagir com o outro, com seus valores, crenças, histórias de vida. Não é simplesmente uma pessoa que abre a porta, cumprimenta, mostra o quarto e responde dúvidas ocasionais, como seria em um hotel e como foi minha experiência no Airbnb com Deise; mas alguém com quem você “troca”, independente da duração. Certamente, como em qualquer relação, você irá escolher o que falar, mas ainda assim será “o outro” ali. Obviamente, devo acentuar, essa “disposição para interagir com o outro”, necessária para a instauração do comum, não é algo garantido pela simples existência da plataforma ou da economia da confiança, pois, como vimos, é possível a emergência de outros arranjos também. O mais importante é perceber como as dinâmicas que favorecem a atitude “Eu-Tu” parecem ser desejáveis e funcionarem como formas viáveis para se acessar produtos e serviços, como no caso da hospitalidade.

Minha segunda experiência no Airbnb talvez possa exemplificar o fato de que o comum não requer sua extensão no tempo para existir. Hospedei-me na casa da Mariza, que assim como Deise foi simpática, mas de outra forma. Mariza não começou falando sobre o funcionamento da casa e do que era de uso comum ou não. Ela perguntou o que eu estava fazendo na cidade e começamos a conversar. Quando percebi já tínhamos falado sobre nossos

trabalhos (eu falei da pesquisa, inclusive), gostos pessoais, dicas de como transitar pela cidade e as regras da casa foram aparecendo a partir das minhas perguntas. Mariza não parecia muito preocupada com essas regras e seu objetivo com o aluguel do quarto pelo Airbnb era, além do dinheiro extra, ter companhia – ela morava sozinha também – talvez por isso essa postura.

Um de meus entrevistados, vamos chamá-lo de Marcos, trouxe um exemplo de como o “comum”, enquanto “vazio” preenchido na relação, funciona. Marcos já tinha utilizado o CS algumas vezes fora do Brasil e tido experiências, como ele disse, “sensacionais”. Em 2013 ele precisou viajar a trabalho para a cidade de Rio Branco (AC) e decidiu passar mais alguns dias na cidade hospedando-se pelo CS. Ficou alguns dias na casa de uma estudante de economia que morava com o pai e ofereceu seu próprio quarto para Marcos. Os outros dias ele se hospedou na casa de um delegado da polícia civil que estava utilizando a plataforma pela primeira vez e respondia um processo por homofobia<sup>64</sup>. Marcos é homossexual e não comentou nada porque ficou com medo; ainda que seu anfitrião tivesse dito que não era culpado no processo. A experiência foi boa e o delegado e Marcos continuaram em contato. Marcos chegou a hospedar o delegado em sua casa cerca de cinco vezes. Depois dessas experiências ficaram amigos e Marcos decidiu contar sobre sua orientação sexual. O delegado fez várias perguntas sobre como era, disse que Marcos tinha um péssimo gosto e continuaram amigos. Alguns anos depois Marcos, inclusive, foi o padrinho de casamento do delegado.

Certamente os anos de convívio entre Marcos e o delegado contribuíram para que o segundo pudesse, ao que parece, estar “aberto às diferenças”. O importante é que nesses anos o comum construído entre eles foi maior que as diferenças individuais. O delegado não deixou de ser quem é, mas também não deixou de se afetar. Segundo Marcos, “você sai muito rico depois de experiências no CS, aprende o desapego, a não se ‘fechar’ por medo e a estar aberto ao mundo”. Cabe notar que nem sempre é necessário anos para que o comum seja construído. Um dos meus entrevistados, morador da cidade de Goiânia (GO), já tinha utilizado o CS diversas vezes para se hospedar, mas nunca havia hospedado porque tinha medo. Apesar do receio, decidiu aceitar um casal de artesãos mexicanos que estavam viajando pela América Latina. Quando chegaram, meu entrevistado relata que ficou com medo por conta de sua aparência “hippie” e com dreads. Contudo, no final a experiência foi ótima, disse ele, e o ajudou a flexibilizar seus preconceitos.

Diante disso, talvez fosse possível considerar que os processos de vinculação em torno do CS são propensos a favorecer a atitude “Eu-Tu” porque as pessoas que usam essa

---

<sup>64</sup> Obviamente, Marcos só descobriu isso depois.



plataforma parecem tender a ter interesse pelo outro. Sugerir isso não parece descabido pois quem busca apenas hospedagem gratuita, de modo geral, tem mais dificuldades para “conseguir um sofá” e mesmo conseguindo pode não se manter por muito tempo na plataforma porque não se vincula aos outros, podendo perder o interesse ou ganhar uma referência negativa<sup>65</sup>. No entanto, levando em consideração que os arranjos possíveis são incontáveis, esse tipo de afirmação é muito delicada. É possível que pessoas unicamente interessadas em hospedagens gratuitas sempre encontrem anfitriões que não se importam com convites “bem elaborados”. Além disso, também não raro encontramos situações nas quais, de diferentes maneiras e com distintas motivações, os usuários percebem o outro como “objeto” instituindo, assim, “funções”. Exemplo disso é o caso de uma mulher que enviou um pedido de sofá para um homem e recebeu como resposta: “Hello, I would like to host. Hope not to hear this strang to you but I really liked you from the photos and I would like to have sex with you. Do you like?”. Quando ela perguntou se ele estava falando sério a resposta foi: “I really liked you photos! I even masturbated watching your photos. If you want to meet in Thessaloniki send me a message”.

Então, não há, como tenho dito, nenhuma determinação. O que me parece mais relevante é o fato de que os processos de vinculação do CS, ao se aproximarem da atitude “Eu-Tu”, parecem ir na contramão do que se observa comumente em nossa sociedade. Vivemos em sociedades caracterizadas por relações que parecem se aproximar do que Buber (2001) chamou de atitude “Eu-Isso”, quando a relação possui um caráter instrumental, funcional, sem entrega e abertura ao outro. Isso aparece sob a forma de rapidez, fragmentação, individualidade, características facilmente observáveis nas formas de vinculação atualmente, que tem relação com configurações dos sujeitos necessárias para a reprodução de modos de vida construídos ao longo de nossa história recente. Ainda que no CS cada um ocupe um “lugar”, o que pede o sofá e o que hospeda, são “lugares” construídos a partir da “abertura” e da confiança ao outro, uma vez que o comum é um vazio e não há como se ter certeza de como a relação irá se “desenrolar”, por isso também me parece se aproximar da atitude “Eu-Tu”.

E como fica essa questão no Airbnb? Ainda que a renda gerada através do aluguel da residência, ou de parte dela, seja a motivação para participar do Airbnb<sup>66</sup> e esse recurso

---

<sup>65</sup> Retomarei a questão das referências e sua importância no próximo capítulo.

<sup>66</sup> Há pessoas que dizem completar, ou pagar totalmente, o aluguel com os recursos vindos do Airbnb. Mas, de modo geral, o que se ganha por meio do site entra como recurso extra no orçamento, especialmente porque não há como prever quantos hóspedes se terá em um mês.

gerado seja importante no orçamento mensal, a questão que me parece importante, neste momento, é como essa renda extra é gerada, quais práticas levam a ela e que disposições são necessárias para isso.

Em 2014, o Airbnb lançou uma nova logomarca, chamada de Bélo, que pretende simbolizar um mundo onde “as portas estão sempre abertas” (BLOG.AIRBNB, 2016) e indica o interesse da empresa em construir um “sentimento de pertença”, em fazer com que os membros se sintam “acolhidos” e “seguros” em qualquer lugar do mundo desde que estejam usando o serviço.

Contudo, por onde passa a construção desse “sentimento de pertença”? Seguramente a constituição desse sentimento passa pelas propagandas, os e-mails em tom pessoal e a sempre presente ideia de que o Airbnb não é uma empresa, mas uma “comunidade” que permite experiências únicas e pessoais entre os sujeitos. Como já foi dito, existem outras plataformas que oferecem serviços parecidos com o do Airbnb, mas menos conhecidas e sem essas estratégias de “aproximação do público”. Então, possivelmente, a construção desse “sentimento de pertença” passa por esses fatores, mas também por certa “configuração dos sujeitos” – o que me interessa.

Utilizar o Airbnb parece sugerir uma predisposição dos sujeitos a uma relação de proximidade com o outro. O hóspede supostamente troca a impessoalidade, padronização e alguns serviços de um hotel, como ter a roupa lavada e passada, pela casa de um desconhecido, onde talvez não tenha esses serviços e se tiver ele próprio precisará fazer. O maior trabalho e a possível falta de privacidade (caso alugue só um quarto) não se justificam unicamente pela economia de dinheiro, porque nem sempre a hospedagem no Airbnb é mais barata que em um hotel/albergue (muitas vezes é bem superior). O fato é que são serviços e funcionamentos diferentes. Assim, quem opta pelo Airbnb está aderindo a um modo de estar no mundo, perpassado, talvez, por uma forma de relação com o outro menos instrumental.

Enquanto em um hotel parece que se lida com funções (camareira, recepcionista), na experiência do Airbnb talvez seja com sujeitos, que podem até desempenhar as funções de um hotel, mas que não se resumem a ela e escapam, muitas vezes, da padronização. Em geral, os anfitriões orientam os hóspedes sobre como se movimentar na cidade, às vezes levam para passear e apresentam a localidade, o que poderia ser encontrado na recepção de um hotel ou em uma agência de turismo, mas com outro “tom”. No hotel, os funcionários são pagos por aquele serviço, no Airbnb, de certa maneira, também, e quanto mais gentis forem, melhores referências receberão e mais hóspedes poderão vir, conseqüentemente maior rendimento; mas

ainda assim estão ali enquanto sujeitos, e não como função, carregam e deixam transparecer seus valores, história de vida e modos de viver.

Em um hotel, quando você acha um chocolate em cima da cama entende como uma cortesia e achará bom, mas nunca lhe passará pela cabeça deixar um chocolate como retribuição. No Airbnb talvez seja diferente. O que você faria se seu anfitrião tivesse colocado um chocolate em sua cama e ainda tivesse lhe tratado muito bem? Você pensaria em retribuir? Nazaré, que citei no subitem anterior, fez isso, ainda que não tenha sido para retribuir a mesma ação, mas um sentimento. É comum casos de anfitriões e hóspedes que dividiram comida e deixaram lembranças para o outro. Novamente: não se trata de entender tais práticas como um aumento da generosidade entre as pessoas, mas de perceber como as condições nas quais as experiências da economia da confiança funcionam parecem contribuir com um processo de vinculação que prime pela constituição de sujeitos, em detrimento de funções.

Ainda que o anfitrião não esteja interessado em conhecer e interagir com o hóspede, e vice-versa, ao abrir sua casa, ambos convivem; ou mesmo quando se encontram apenas para entregar as chaves, um desconhecido usa suas louças, seu banheiro e vive em sua residência. Isso parece sugerir um tipo singular de relação, de existir enquanto sujeito. A motivação pode até ser apenas ganhar dinheiro, no entanto, ela se dá por meio de uma relação singular com o outro e de troca, em algum nível.

Apesar disso, da mesma maneira como no CS, não parece apropriado afirmar a prevalência do tipo de atitude “Eu-Tu” no Airbnb, embora obviamente ela possa ocorrer e ocorre. Algumas pessoas que utilizam ou oferecem sua casa na plataforma podem se relacionar com o outro de maneira educada, mas em momento nenhum se permitir a experiência de “abertura ao outro” para se deixarem afetar. Assim, não é um imperativo, a simples existência do Airbnb e do CS não faz existir uma determinada experiência de vinculação, mas pode contribuir para tal arranjo, indo no sentido contrário das formas corriqueiras de acesso a produtos e serviços que caracterizam nossas sociedades. Além disso, ainda segundo Buber (2001), cabe enfatizar, as relações transitam entre essas duas atitudes, “Eu-Tu” e “Eu-Isso”, e os processos de vinculação não estão acabados, estão sempre se constituindo e reconstituindo nas relações.

Talvez minha primeira experiência como anfitrião no CS ilustre isso. Recebi o seguinte “pedido de sofá”.

Fri Dec 11 - Sun Dec 13 2015 **[dias para os quais buscavam hospedagem]**

Oi RAMON, nós somos um equipe composto por a **Inês** da Espanha é o **João**<sup>67</sup> do México. Nós tracemos nossos sleppings, nossas toalhas..., e sempre ficamos alegres de compartilhar a comida com os couches porque de esso se trata, de compartilhar. Entao pra a gente se comunicar melhor, você pode passar o seu whatsapp e assim poder-nos comunicar melhor. Por quanto una abraçada.

Como é possível perceber, o pedido não foi bem elaborado e parece um padrão que eles devem ter enviado para várias pessoas. Contudo, ao observar o perfil, percebi que eles tinham mais de quarenta referências e imaginei que seria bom para a pesquisa, por isso decidi aceitar. Eu ofereci a eles um colchão de ar de casal na sala (era o que eu tinha) e passei o meu número de Whatsapp, conforme eles pediram. Inês é assistente social e João, embora tenha começado as faculdades de jornalismo e ciências sociais, não terminou nenhuma e trabalhava em uma fábrica de tecidos. Os dois se conheceram viajando e já estavam há quase quatro anos na estrada. Eles conheciam relativamente bem o Rio de Janeiro e estavam hospedados em Niterói, em um república de estudantes que tinham conhecido em sua primeira vinda ao Rio.

Como eles não disseram o motivo de sua visita no convite, eu imaginei que era um casal passeando pelo Rio de Janeiro, como costuma ser. Quando chegaram e começamos a conversar foi que percebi o objetivo deles. Não queriam passear em pontos turísticos e sim, como disseram, “ir a lugares bonitos/interessantes para conhecer e vender seus artesanatos”. As pulseiras e cordões que faziam era de onde tiravam sua renda. Eles, inclusive, se ofereceram para me ensinar. Eu recusei dizendo que não tinha “essas habilidades”. Ofereci comida e percebi que comiam bastante. Trouxeram com eles pão, queijo e algumas verduras que estavam na outra casa onde estavam.

Nos dois dias em que se hospedaram comigo, saíram no início da manhã e retornaram no fim da tarde bastante cansados. Passaram o dia vendendo seus artesanatos nas feiras da região que indiquei. Pensei em acompanhá-los, mas como teria a noite e o início da manhã para conversarmos preferi não ir. Eu estava sem vontade de receber ninguém, mas em muitos momentos, durante as conversas, consegui esquecer que estava atento ao que diziam unicamente por conta da pesquisa e me envolver, ter prazer em escutar suas histórias de viagens. Falamos de assuntos que me agradavam, como sustentabilidade, mas depois de um tempo geralmente João (Inês era mais calada) começava a falar quase exclusivamente através de adjetivos e eu perdia o interesse, só conseguindo pensar em alguma desculpa para encerrar a conversa. Então, mesmo disposto a me deixar afetar e interessado em saber sobre eles, isso se alterou algumas vezes ao longo do final de semana. Foram diferentes afetos envolvidos,

---

<sup>67</sup> Nomes fictícios.

mas certamente houve uma afetação. Não mantemos mais contato, mas depois deles passei a ver de forma diferente os(as) viajantes que vendem artesanato.

É importante enfatizar outro aspecto no caso do Airbnb. Quando se aluga um imóvel inteiro através dessa plataforma e não há convivência com o(a) proprietário(a) seria possível também falar nessa experiência de afetação? Parece-me que sim. Talvez seja possível ter essa experiência através dos objetos. Livros, louças, decoração, os objetos podem expressar algo sobre nós. Independentemente de ser verdadeiro ou não o que importa é como aquela vivência pode alterar algo na percepção. Certamente também não se trata de um imperativo, mas de uma possibilidade que passa a existir quando não se relaciona com a estadia somente por meio da padronização de um hotel, por exemplo. A experiência de uma de minhas entrevistadas parece ilustrar isso. Ela disse que fica tentando imaginar como são as pessoas que lá vivem a partir dos objetos existentes. Essa mesma entrevistada relatou ainda que “cuida da casa como se fosse dela”.

Vale notar que nos comentários escritos pelos hóspedes nos perfis dos anfitriões, e vice-versa, há muitas referências às características pessoais de ambos; em alguns casos isso prevalece sobre as características físicas do lugar. Abaixo alguns exemplos. O primeiro escrito por uma hóspede da cidade de Sorocaba (SP) a uma anfitriã de São Paulo (SP); o segundo de um usuário de Belo Horizonte (MG) a um anfitrião de Porto Alegre (RS); e o terceiro de uma usuária de São Paulo a um anfitrião do Rio de Janeiro.

Fui muito bem recebida e acomodada na casa da Luciana. Apesar de não ter ficado muito tempo (1 dia), conversamos um pouco e ela é muito gente boa. O ambiente da casa é bem agradável e tudo muito limpo. Gostei muito da luminária que tem no quarto que dá pra controlar a luminosidade. Show de bola! =]

SEGUNDA EXPERIÊNCIA SENSACIONAL NA CASA DE VINICIUS!!! Com toda a certeza, MAIS CERTEZA AINDA AGORA, é a melhor opção para se hospedar em Porto Alegre. Como ja havia dito em um post anterior, a familia de Vinicius eh extremamente carinhosa, amiga e atenciosa com todos que hospedam, voce vai se sentir em casa. MUITO BEM LOCALIZADA, com tudo que se precisa por perto, restaurantes, academia, parque, linhas de onibus. QUANTO AO APARTAMENTO/QUARTO, eh excelente, muito confortavel, limpo, aconchegante e fidedigno com as fotos. Alem de me receberem pela SEGUNDA VEZ COM ENORME CARINHO, me proporcionaram excelentes momento de bate papo, assistir futebol com Josemar, um excelente jantar e principalmente, a amizade. Espero mais uma vez ter a honra de me hospedar com a familia do vinicius. abraços!

Foi minha primeira experiência com estadia desse tipo. Queria algo tranquilo, com anfitriões receptivos e sem frescura. Tive o que buscava e muito mais. Fernando é um fofo. Adorei. Passei dias super agradáveis e conheci gente bacana. Super recomendo. Obrigada de novo, Fe. Te espero em SP.

Mesmo quando se encontram apenas para entregar as chaves, essa relação pode ser marcada por trocas de mensagens sobre as características pessoais dos hóspedes e o que irão fazer na cidade, como fazem alguns usuários. Exemplo de perguntas como essas: qual o motivo da sua viagem? O que irá fazer na cidade? Está viajando com a família ou amigos? Essas são perguntas desnecessárias em um hotel, mas que não deixam de aproximar os sujeitos e talvez criar outro tipo de experiência de vinculação. Isso não diz respeito a criar laços de amizade e passar a manter contato com os antigos hóspedes, ainda que alguns façam isso, mas a se comportar de outra forma. Importante notar que essas perguntas nem sempre são feitas; penso, inclusive, que são cada vez menos elaboradas e costumam ser mais frequentes em anfitriões novos, que ainda estão, talvez, inseguros com a utilização da plataforma. Anfitriões que aceitam “reserva instantânea”, ou seja, aceitam o hóspede independente de saber quem é exemplificam essa tendência a não pedir informações adicionais aos hóspedes.

Ouso sugerir que mesmo após dezenas de hóspedes recebidos e quando a segurança deixa de ser uma questão, ainda assim a experiência de vinculação continua outra. Parece-me que esses sujeitos passam a se constituir a partir de diferentes vivências e relações com o outro. Talvez dispostos a confiar de outras formas e a aceitar as diferenças com maior facilidade. Voltarei a essa questão no próximo capítulo.

Ao nos aproximarmos do final do capítulo, cabe retomarmos a questão da cooperação/colaboração e sua relação com as atitudes “Eu-Tu”, que diz respeito a constituição de sujeitos, e “Eu-Isso”, que trata da constituição de “funções”, nas sociedades contemporâneas.

Richard Sennett (2012b, p.19) defende a ideia de que “a sociedade moderna está ‘desabilitando’ as pessoas da prática da cooperação”, pois muitas das relações nas quais estamos inseridos inibem a colaboração entre os sujeitos. Dentre os motivos que contribuem com essa inibição, Sennett (2012b, p.18) aponta as desigualdades econômicas e sociais, que contribuem com pensamentos e comportamentos do tipo “nós-contra-eles” e as configurações na esfera do trabalho, que favorecem o isolamento das pessoas em departamentos diferentes e o grande número de empregos temporários em detrimento das carreiras longas.

Nas organizações, as relações sociais também são de curto prazo, e a prática gerencial recomenda que as equipes de trabalhadores não sejam mantidas por mais de nove a doze meses, para que os empregados não se vinculem pessoalmente uns aos outros. (SENNETT, 2012b, p.18).

Sennett (2012, p. 20) considera que

(...) as pessoas perdem a capacidade de lidar com as diferenças insuperáveis, à medida que a desigualdade material as isola, que o trabalho de curto prazo torna mais superficiais os contatos sociais e gera ansiedade a respeito do Outro. Estamos perdendo as habilidades de cooperação necessárias para o funcionamento de uma sociedade complexa.

Embora seja possível identificar as questões apontadas por Sennett (2012b) no cotidiano das sociedades atuais, as experiências da economia da confiança que apresentei, de modo geral, e as práticas do Airbnb e do CS de maneira particular, parecem ir na contramão. Conforme diz Botsman e Rogers (2011, p.150), “os estilos de vida colaborativos exigem que você ‘abra mão de determinada quantidade do seu hiperindividualismo e o substitua por uma determinada quantidade de boa vizinhança’(...)”. Obviamente, não se trata de refutar a tese de Sennett (2012b), que é atual e pertinente, mas de sugerir que as experiências que estou analisando parecem, diante do cenário delineado pelo autor, “linhas de fuga”.

Talvez possamos notar isso ao pensarmos a questão da reciprocidade nessas práticas. Com Marcel Mauss (2003) temos a “reciprocidade” no cerne das trocas econômicas que se dão no paradigma da tripla obrigação, conforme tratei, no entanto, nesse modelo, a reciprocidade é para com o outro ou seu grupo, você dá, recebe e retribui entre os mesmos. No CS, por exemplo, temos uma dinâmica curiosa: uma reciprocidade não direcionada ao outro de quem se recebeu. Letícia me recebeu, mas eu não sou obrigado a recebê-la – como aconteceu. Porém, ao me hospedar e ganhar uma referência, ela aumenta suas possibilidades de ser recebida por outra pessoa, como o casal que recebi por terem um número significativo de referências.

Botsman e Rogers (2011, p.111) chamam isso de “reciprocidade indireta”, na qual a dinâmica deixa de ser “eu o ajudarei se você me ajudar” para ser “eu o ajudarei e outra pessoa me ajudará”. Essa “reciprocidade indireta” é fortemente influenciada pela dinâmica entre pares, pois nos perfis disponíveis nas plataformas é que ficam os “rastros” ou “registros” das trocas anteriores para que aquilo apareça sob a forma de retorno na ação de alguém.

Não parece possível estender essa reflexão sobre a “reciprocidade” ao Airbnb. Nessa plataforma, o que faz com que o anfitrião abra as portas da sua residência é o pagamento realizado. Troca-se o dinheiro pela estadia. Contudo, apesar da necessidade do pagamento financeiro, parece que se lida mais com processos de constituição de “sujeitos” e menos de “funções”. São modelos que requerem mais engajamento e menos controle (BENKLER, 2011). As relações não se resumem às fórmulas linguísticas que consideramos de educação

para com estranhos (bom dia, boa tarde, boa noite, com licença, obrigado, por favor), pronunciadas, às vezes, sem nem olhar para o outro. Porém, repito, não se trata de fazer amigos e/ou continuar em contato após a hospedagem. As experiências têm, inclusive, um “final” determinado antes de se concretizarem: quando se pede um sofá no CS ou um espaço no Airbnb já é dito até quando se pretende ficar – ainda que, em alguns casos, os hóspedes fiquem por mais tempo. O período estabelecido anteriormente talvez contribua, inclusive, para a disposição em lidar com o outro e sua diferença. A rapidez das experiências não significa que os laços sejam “fracos”, “superficiais” ou “insignificantes”. Embora possam até conduzir, em alguns casos, a relações duradouras, como em algumas amizades de Letícia, os laços parecem expressivos do ponto de vista da criação de outros processos de vinculação e instauração de um “comum”.

Falar da necessidade de pagamento no Airbnb lembra-me da existência de outros sites que oferecem o mesmo serviço e também visam o lucro, conforme citei no item 1.1.7. Sendo assim, é normal existir certa “competição” entre essas empresas – ainda que o Airbnb seja, incomparavelmente, a maior de todas. Além do caso da hospitalidade, também deve existir competição entre as plataformas que oferecem os mesmos serviços: caronas, financiamento coletivo, envio de objetos. O modelo de competição pode até ser diferente, tendo em vista que é muito comum o discurso de “empresa responsável” e uma diferente forma de gerir os lucros, conforme é possível observar na experiência da plataforma de financiamento coletivo Catarse:

O Catarse tem uma forma particular de remunerar os sócios. O critério vai de acordo com a necessidade de cada um. Rodrigo é o mais velho dos três. Casado, mora em um apartamento alugado com a mulher. Tira por mês quase o dobro que os outros sócios. Luís recebe um pouco mais que Diego, porque paga suas despesas, mas os pais o ajudam com o aluguel. Diego, que mora em um apartamento comprado pelos pais e aluga um dos quartos para ter uma renda mensal extra, é o que recebe menos. Nada disso está em contrato ou formalizado. É o acordo entre eles. Se as necessidades mudarem, todos estão abertos a discutir os valores. (CASTRO, 2014, p.84).

Para além das empresas que oferecem serviços semelhantes, não seria possível também pensar que anfitriões em uma mesma cidade e/ou bairro também podem competir? O que interessa perceber nesse cenário é como a “colaboração” parece coexistir com a “competição”. Não se trata, então, de pensar a colaboração como algo dádivo, e sim como uma expressão visível de formas de construção de vínculos. Assim, colaboração e competição são práticas que parecem “caminhar juntas”. São a expressão do vazio da relação no qual o “comum” é construído e que pode ser preenchido de uma forma ou de outra e sempre



mudando. A competição e a colaboração podem até existir de maneira “estabelecida”, mas, talvez, essa estabilização não seja, nunca, permanente.

Como vimos no início do capítulo, diferentes infraestruturas modulam distintos processos de vinculação. A infraestrutura da “Internet das Coisas”, que estou adotando na esteira do pensamento de Rifkin (2016), parece contribuir com as condições para que pessoas e coisas estejam cada vez mais conectadas com o menor número de barreiras e custos, requerendo cada vez menos esforços para as conexões, tornando-as “natural”. Nesse contexto é que emergem as possibilidades de outros processos de vinculação, conforme vimos, a partir de exemplos envolvendo as dinâmicas do Airbnb e do Couchsurfing.

A questão dos “sujeitos” e “funções” talvez não tenha ficado devidamente fundamentada. Isso explica-se pela ausência de um elemento crucial para pensar essa proposta que estou defendendo: a construção da confiança. A confiança parece uma espécie de “chave” dos processos de vinculação que tenho estudado, que é decisiva para a construção do “comum”. Esse é um dos aspectos da confiança que será abordado no próximo capítulo.

### 3 A CONFIANÇA ENTRE DESCONHECIDOS

Um aspecto presente tanto no Airbnb quanto no Couchsurfing, ainda que enunciado de diferentes formas, é a afirmação de que buscam “fazer do mundo um lugar melhor”. Isso está relacionado ao fato dessas plataformas buscarem “conectar desconhecidos” (dinâmica entre pares), “acolhendo-os” de forma “segura”. Ambas as plataformas possuem e evidenciam suas estratégias para que as experiências que mediam sejam “seguras”. Curioso notar a ideia de como o mundo pode se tornar melhor a partir das relações entre desconhecidos.

Durante a pesquisa, ao questionar os(as) entrevistados(as) sobre o fato de confiarem em estranhos, a frase que mais escutei foi “perigo existe em todo lugar”. Ouvi isso de pessoas de diferentes nacionalidades, gênero e idade. Talvez, para elas, o fato de receberem ou se hospedarem com desconhecidos seja apenas mais uma experiência humana, como qualquer outra, que requer confiança.

Nos primeiros meses da pesquisa, antes mesmo de iniciar as entrevistas com os primeiros usuários e a utilização das plataformas, deparei-me com uma notícia escrita pela repórter Flávia Mantovani (2013) para o portal de notícias G1, que pareceu, na época, bastante curiosa. Uma brasileira, Aline Campbell, artista plástica que mora no Rio de Janeiro, que percorreu, durante 92 dias, 30 cidades em 14 países da Europa sem dinheiro ou cartão de crédito; usando para se hospedar, principalmente, o Couchsurfing. Sua forma de viajar não foi motivada por falta de dinheiro, a intenção era ter “abertura para conhecer pessoas e culturas diferentes, além de mostrar que quando se confia no mundo, nas pessoas, o bem vem”, conforme relatou Aline à Mantovani (2013). A artista disse que apesar de algumas situações ruins (ficar muitas horas sem comer, não conseguir carona ou hospedagem em determinado momento), a experiência foi positiva e que pretende fazer novamente. Ela afirmou ainda que muitas pessoas que estranharam sua maneira de viajar hoje a aceitam e percebem como dá certo, “desde que você confie e acredite” (MANTOVANI, 2013).

A confiança é fundamental em qualquer relação e está implícita mesmo nas situações mais formais e institucionalizadas. Sem ela relações não são estabelecidas, instituições não se solidificam, mercados não se legitimam. Pude notar essa importância da confiança, nos últimos anos, nas oportunidades que tive de falar sobre a economia da confiança para públicos que não tinham tido contato com essas dinâmicas. As reações gerais eram de espanto e incredulidade. Surgiam perguntas como: mas o que ganham os anfitriões do Couchsurfing? O dinheiro recebido vale a pena diante da situação a qual a pessoa precisa se expor? Interessante

notar como, ainda que de maneira inconsciente, as pessoas geralmente enfatizavam a disposição para se acreditar no outro como condição fundamental.

Diante disso, neste capítulo, após compreendermos de que forma a dinâmica entre pares orienta uma infraestrutura na qual a economia da confiança emerge, vamos analisar o papel da confiança nesse contexto.

Inicialmente, analisarei o lugar da confiança nas sociedades para compreender de que forma ela é importante. Após isso é possível discutir como acontece a construção da confiança nas experiências da economia da confiança de modo geral e do Airbnb e do Couchsurfing em particular. Após compreender essas questões refletirei sobre a confiança como uma espécie de reguladora dos processos de vinculação, o que me leva a sugerir-la como uma figura epistemológica da comunicação no contexto dessas experiências; uma vez que a confiança parece capaz de evidenciar o que seria propriamente comunicativo nesses processos: a constituição dos vínculos e a forma como eles são modulados e dão sentido à experiência.

### **3.1 A confiança e seu papel**

De acordo com Simmel (2004, p.177-178), a confiança entre as pessoas é um elemento primordial para a integração da sociedade. Embora o sociólogo alemão focalize em suas análises as relações econômicas, ele considera que, independente das trocas envolverem dinheiro, a confiança é sempre necessária. O fazendeiro planta confiando que as condições naturais serão favoráveis ao crescimento de sua plantação; compramos o sabão em pó de determinada marca por acreditar que ele cumprirá sua função, mesmo sendo o mais barato; dirigimos nosso carro e acreditamos que o outro não conduzirá seu automóvel em direção ao nosso propositalmente; fazemos nossa refeição em restaurantes e contamos que quem a preparou tomou as medidas de higiene necessárias; confiamos que nosso(a) parceiro(a) diz a verdade ao ser questionado(a) sobre sua fidelidade, entre incontáveis outras relações. Rotineiramente, forjamos uma convicção no outro de modo a suspendermos nosso ceticismo e nos convencemos de que é seguro estabelecer aquela relação.

Não podemos perder de vista que a confiança que se constrói nos exemplos citados no parágrafo anterior, entre outras situações que poderíamos imaginar, não exclui tensões, conflitos e riscos sempre existentes. Assim, a confiança parece ser, exatamente, o que surge a partir de certas regras e princípios aceitos/acordados/convencionados, que nos faz “sustar”,

ainda que momentaneamente, as situações que gerariam insegurança para podermos acreditar e assim conviver com o outro, ou seja, em sociedade – experiência da qual é difícil nos furtarmos por completo.

Ainda na trilha do pensamento de Simmel (2004), a confiança passa a existir no momento em que acreditamos em algo, uma ideia, pessoa, objeto, procedimento. Ao acreditar, expressamos uma conexão entre nossa ideia de algo e o próprio algo que resulta de razões específicas que nos fazem crer, embora não sejam necessariamente explicáveis (SIMMEL, 2004, p.177-178). Parece-me, pelo menos em algumas situações, que é uma conexão do campo do afeto, explicado anteriormente com Massumi (1995), através da qual algo, embora seja composto por elementos conhecidos, é inqualificável.

O sociólogo Anthony Giddens (1991), a partir de Simmel, considera que “a confiança, em suma, é uma forma de ‘fé’ na qual a segurança adquirida em resultados prováveis expressa mais um compromisso com algo do que apenas uma compreensão cognitiva” (GIDDENS, 1991, p.29). Embora Giddens (1991) considere a confiança uma forma de fé isso não significa que seja o mesmo que fé:

A confiança não é o mesmo que fé na credibilidade de uma pessoa ou sistema; ela é o que deriva desta fé. A confiança é precisamente o elo entre fé e crença, e é isto o que a distingue do “conhecimento indutivo fraco”. Este último é crença baseada em algum tipo de domínio das circunstâncias em que a crença é justificada. Toda confiança é num certo sentido confiança cega! (GIDDENS, 1991, p.35).

Assim, confiança não é simplesmente acreditar. Acreditar é pressuposto da confiança. Confiar é uma relação entre a ideia em nós e o algo em que confiamos. Confiar, assim, é se relacionar, ou seja, é um processo vinculativo. A ideia que defenderei é a compreensão de que a confiança, sendo o elo de ligação entre nossa disposição a acreditar e o em que acreditamos, funciona como uma espécie de reguladora do vínculo que se estabelece. Uma vez que a confiança está presente em todas as relações e é tão primordial para qualquer uma, sugiro ainda que as diferentes formas e processos que nos fazem confiar expressam um dos principais aspectos dos processos de vinculação. Essa compreensão é fundamental para este estudo. Mas antes de abordar os aspectos centrais deste capítulo, é válido refletir sobre as mudanças em torno da construção da confiança ao longo de diferentes experiências sociais.

Giddens (1991) lembra que nas chamadas culturas pré-modernas, em que um grupo local é a base da organização social, qualquer pessoa que vem de fora (estranho) é potencialmente suspeita. Ao contrário, continua o sociólogo britânico, nas chamadas

sociedades modernas frequentemente interagimos com estranhos por meio de contatos relativamente efêmeros, mas sem o considerarmos necessariamente suspeitos.

Nas sociedades modernas, em contraste, não interagimos comumente com estranhos como “pessoas todas”<sup>68</sup> da mesma forma. Em muitos cenários urbanos, particularmente, interagimos mais ou menos de forma contínua com outros que ou não conhecemos bem ou nunca encontramos antes — mas esta interação assume a forma de contatos relativamente efêmeros. (GIDDENS, 1991, p.74).

Esses “contatos efêmeros” possuem certas práticas de polidez que funcionam como estratégias de proteção para os envolvidos, uma espécie de “contrato social implícito” (GIDDENS, 1991). Interessante perceber como também o corpo compõe as estratégias para passar “segurança”. No exemplo a seguir Giddens ajuda a entender essa questão.

(...) uma pessoa passando por um bairro perigoso, pode andar rapidamente, olhando direto para frente o tempo todo, ou furtivamente, em ambos os casos evitando qualquer contato de olhos com outros transeuntes. Uma falta de confiança elementar na possível intenção dos outros leva o indivíduo a evitar cruzar olhares, o que poderia precipitar um envolvimento potencialmente hostil. A desatenção civil é o tipo mais básico de compromisso com rosto envolvido em encontros com estranhos em circunstâncias de modernidade. Ela envolve não apenas o uso do rosto mesmo, mas o emprego sutil da postura e posicionamento corporais que transmitem a mensagem: “você pode confiar que estou sem intenções hostis” — na rua, edifícios públicos, trens ou ônibus, ou em reuniões cerimoniais, festas ou outras ocasiões. (GIDDENS, 1991, p.75).

Além dos encontros corriqueiros entre estranhos, Anthony Giddens (1991) considera que a noção de confiança está fundamentalmente envolvida com as instituições da chamada modernidade. Conforme abordei no primeiro capítulo a partir de Simmel (2005), na virada do século XIX para o XX, nas “grandes cidades”, as pessoas passaram a estabelecer relações não mais restritas geograficamente, ou limitadas a grupos familiares, ou círculos de conhecidos, isto é, as relações se tornavam mais amplas, ainda que o contato com o outro fosse marcado pela indiferença e estranheza. Para enfrentar as condições impostas pela cidade grande, fora necessário encontrar formas de tornar as relações mais precisas, seguras e procurou-se uma “objetividade no tratamento de homens e coisas” (SIMMEL, 2005, p.579). Emergiu a necessidade de contratos e instituições capazes de produzir garantias, ou seja, de construir a confiança entre os estranhos.

Para entender a construção da confiança no contexto da chamada modernidade cabe distinguir, como faz Giddens (1991), confiança e crença.

---

<sup>68</sup> Expressão de Simmel que pode ser entendida como “alguém que vem de fora e que é potencialmente suspeito” (GIDDENS, 1991, p.74).

A confiança pressupõe consciência das circunstâncias de risco, o que não ocorre com a crença. (...) um indivíduo que não considera alternativas está numa situação de crença, enquanto alguém que reconhece essas alternativas e tenta calcular os riscos assim reconhecidos, engaja-se em confiança. (GIDDENS, 1991, p.33).

Assim, para Giddens (1991), a confiança funciona como um ato consciente de acreditar em algo a partir da consciência das situações de risco. Confiança e risco estão entrelaçados, devendo existir um equilíbrio entre ambos. Há uma espécie de “cálculo do risco” que tenta prever os perigos existentes para se construir a confiança. Por exemplo: saltar de paraquedas inclui os perigos inerentes a esta atividade, mas diante das técnicas e de pessoas conhecidas que já saltaram é possível “calcular os riscos” e confiar que pode ser seguro.

A confiança pode ser definida como crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, tendo em vista um dado conjunto de resultados ou eventos, em que essa crença expressa uma fé na probidade ou amor de um outro, ou na correção de princípios abstratos (conhecimento técnico). (GIDDENS, 1991, p.36).

Visando compreender esse entendimento de Giddens (1991) é necessário tratar das duas espécies de confiabilidade propostas por ele.

A confiabilidade é de duas espécies. Existe aquela estabelecida entre indivíduos que se conhecem bem e que, baseados num relacionamento de longo prazo, substanciaram as credenciais que tornam cada um fidedigno aos olhos do outro. A confiabilidade relativa aos mecanismos de desengate é diferente, embora a fidedignidade seja ainda central e as credenciais certamente estejam envolvidas. Em certas circunstâncias, a confiança em sistemas abstratos não pressupõe encontro algum com os indivíduos ou grupos que são de alguma forma “responsáveis” por eles. (GIDDENS, 1991, p.76).

A primeira espécie de confiabilidade diz respeito às relações pessoais construídas ao longo do tempo entre as pessoas a partir das quais uma considera que conhece a outra. A segunda espécie, que de acordo com Giddens (1991) está profundamente ligada à natureza das instituições modernas, tem relação com a confiança no que ele chama de “sistemas abstratos”, especialmente em “sistemas peritos”. Os “sistemas abstratos” acontecem por meio de contatos impessoais e “dizem respeito ao desenvolvimento de fé em fichas simbólicas ou sistemas peritos” (GIDDENS, 1991, p.73). As “fichas simbólicas” são objetos nos quais depositamos confiança independentemente das pessoas que os utilizam, exemplo disso é o dinheiro.

Por fichas simbólicas quero significar meios de intercâmbio que podem ser “circulados” sem ter em vista as características específicas dos indivíduos ou grupos que lidam com eles em qualquer conjuntura particular. (GIDDENS, 1991, p.25).

Já os “sistemas peritos” são dinâmicas que podemos não entender como funcionam, mas que confiamos por conta dos conhecimentos e profissionais envolvidos. Giddens (1991, p.30) afirma que são “sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje”. Os exemplos citados por Giddens (1991) ajudam a entender esses sistemas peritos.

Ao estar simplesmente em casa, estou envolvido num sistema perito, ou numa série de tais sistemas, nos quais deposito minha confiança. Não tenho nenhum medo específico de subir as escadas da moradia, mesmo considerando que sei que em princípio a estrutura pode desabar. Conheço muito pouco os códigos de conhecimento usados pelo arquiteto e pelo construtor no projeto e construção da casa, mas não obstante tenho “fé” no que eles fizeram. Minha “fé” não é tanto neles, embora eu tenha que confiar em sua competência, como na autenticidade do conhecimento perito que eles aplicam (...).

Quando saio de minha casa e entro num carro, penetro num cenário que está completamente permeado por conhecimento perito — envolvendo o projeto e construção de automóveis, estradas, cruzamentos, semáforos e muitos outros itens. Todos sabem que dirigir um automóvel é uma atividade perigosa, acarretando o risco de acidente. Ao escolher sair de carro, aceito este risco, mas confio na perícia acima mencionada para me garantir de que ele é o mais minimizado possível. (...) Quando estaciono o carro no aeroporto e embarco num avião, ingresso em outros sistemas peritos (...). (GIDDENS, 1991, p.30-31).

Em um ambiente de perda dos vínculos pessoais, característico da chamada modernidade, a confiança no outro foi garantida através de relações mais precisas e contratuais, a partir da criação de instituições e funções para desempenharem papéis que antes eram realizados sem altos graus de formalização. Esse cenário, que tanto Simmel quanto Giddens descrevem do início da modernidade, parece funcionar ainda hoje. Sendo impossível não lidar com desconhecidos, criar estratégias de construção da confiança entre estranhos é fundamental. Instituições como cartórios e objetos como carimbos conferem sentidos a um papel e nos permite ter garantias e segurança nas transações que realizamos. Diplomas, certificados, uniformes e credenciais também são dispositivos capazes de auxiliar na construção da confiança entre desconhecidos.

O que todos esses estranhos parecem ter em comum? O fato de desempenharem funções e representarem sistemas ou organizações nas quais confiamos, seja por costume ou por julgarmos que funcionem. Estendemos a mão no meio da rua para pegar um táxi mesmo sem saber quem é a pessoa que conduz o carro por acreditarmos na padronização daquele veículo. Deixamos o funcionário da secretaria de saúde entrar em nossa casa para verificar focos de *Aedes aegypti* por conta das suas credenciais. Dito de outra forma: parece que confiamos em funções, não em pessoas (sujeitos) – hipótese complementar a indicada no capítulo anterior de que nos relacionamos mais com “funções” e menos com “sujeitos”.

Confiar nos “sistemas peritos” propostos por Giddens (1991) parece ser como confiar em “funções”. As relações podem até envolver pessoas, mas não são nelas em quem se confia e sim no que elas representam. Podemos perceber isso no exemplo de uma viagem aérea, que envolve quem conduz o avião, os funcionários de bordo e os que comandam o voo a partir da terra, como os controladores. São pessoas, como eu e você, desempenhando essas funções e acreditamos nelas sem as conhecer por conta das funções que desempenham. Assim, repito, a confiança aí não parece ser construída entre “sujeitos”, mas entre “funções”. Há uma espécie de “percepção funcional” do outro que parece prevalecer nessas relações.

A necessidade de sistemas e mecanismos externos para garantir a confiança é também sugerida por Francis Fukuyama (1996), economista político americano. Para ele “(...) pessoas que não confiam umas nas outras acabarão cooperando somente num sistema de regras e regulamentos, que têm de ser negociados, acordados, litigiados, e postos em vigor muitas vezes por meios coercitivos” (FUKUYAMA, 1996, p.43). Contudo, defende Fukuyama (1996), a simples existência de leis e contratos para garantir segurança não é suficiente para a estabilidade:

A lei, os contratos e a racionalidade econômica fornecem uma base necessária mas insuficiente tanto para a estabilidade quanto para a prosperidade das sociedades pós-industriais; elas precisam ser fomentadas igualmente com reciprocidade, obrigações morais, deveres em relação à comunidade e confiança, que se baseiam mais no hábito do que no cálculo racional. Essas premissas não são anacronismos numa sociedade moderna; pelo contrário, são a condição *sine qua non* para o seu sucesso. (FUKUYAMA, 1996, p.26).

Fukuyama (1996) considera que é a partir de valores compartilhados que nasce a confiança. Valores esses, geralmente consolidados pelo costume e pelas tradições, que fazem com que determinada instituição ou procedimento seja digno de confiança. As mudanças vistas no item 2.1, sobre a dinâmica entre pares, e no primeiro capítulo, parecem indicar outros processos de legitimação e construção da confiança. São transformações relacionadas aos processos educativos, de construção de audiência, produção e circulação de bens, entre outras. Tais práticas parecem evidenciar outras dinâmicas de construção da confiança que, talvez, estejam iniciando seu processo de legitimação. Talvez não seja exagero considerar que estamos começando a confiar mais na opinião de um *youtuber* e a desconfiar de um jornalista da Rede Globo; ou que um curso feito na Singularity University ou na Universidade 42<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> É uma universidade que funciona sem professores tradicionais no Vale do Silício (Califórnia/EUA) oferecendo cursos nas áreas de programação de computadores e desenvolvimento de software. A metodologia de ensino é, em geral, baseada em ações em grupo nas quais os estudantes avaliam os trabalhos uns dos outros (PICKLES, 2016).



possam ser mais valorizados em alguns mercados de trabalho, em detrimentos das universidades tradicionais.

Tais experiências parecem indicar o que poderia ser visto como um enfraquecimento das experiências de vinculação tradicionais, ou seja, de formas de construção da confiança com base em regras verticalizadas, rígidas ou impessoais. A questão proposta por Sennett sobre como, por exemplo, as mudanças nas relações de trabalho alteram os vínculos entre os trabalhadores exemplifica isso:

(...) “Não há longo prazo” é um princípio que corrói a confiança, a lealdade e o compromisso mútuo. A confiança pode, claro, ser uma questão puramente formal, como quando as pessoas concordam numa transação comercial ou dependem de que as outras observem as regras de um jogo. Mas em geral as experiências mais profundas de confiança são mais informais, como quando as pessoas aprendem em quem confiar ou com quem podem contar ao receberem uma tarefa difícil ou impossível. Esses laços sociais levam tempo para surgir, enraizando-se devagar nas fendas e brechas das instituições. O esquema de curto prazo das instituições modernas limita o amadurecimento da confiança informal. (...). (SENNETT, 2012a, p.24).

O sociólogo Manuel Castells (2013) também considera que a confiança diminuiu na vida em sociedade, apesar de sua importância.

A confiança desvaneceu-se. E a confiança é o que aglutina a sociedade, o mercado e as instituições. Sem confiança nada funciona. Sem confiança o contrato social se dissolve e as pessoas desaparecem, ao se transformarem em indivíduos defensivos lutando pela sobrevivência. (CASTELLS, 2013, p.07).

Assim, a confiança em nossa sociedade parece ser construída, majoritariamente, a partir de dinâmicas que percebem os sujeitos como funções, por isso, talvez, necessitamos de regras e controles burocráticos, hierárquicos e experiências de trabalho que isolam os sujeitos, como vimos no capítulo anterior com Richard Sennett.

Para Fukuyama (1996), quanto menor os níveis de confiança envolvidos maior a necessidade de controle e hierarquia.

Uma sociedade de alto nível de confiança pode organizar seu local de trabalho numa base mais flexível e grupo-orientada, delegando mais responsabilidade aos níveis inferiores da organização. Em contrapartida, sociedades de baixo nível de confiança precisam cercar e isolar seus trabalhadores de uma série de regras burocráticas. (FUKUYAMA, 1996, p.47).

Interessante notar como nas plataformas da economia da confiança até pode existir controle hierárquico nas empresas que promovem as mediações, mas pouco há entre os pares

que realizam as transações. Talvez a Uber seja uma exceção, mas nas outras empresas de transporte, como a BlaBlaCar, uma pessoa pode ser motorista e caroneira (também os custos são divididos), bem como nas iniciativas de hospitalidade, nas quais é possível ser anfitrião e hóspede, ou ainda nas empresas de encomenda, como a Stuff in Bag, através da qual é possível levar e trazer objetos. Todas essas iniciativas funcionam a partir de outros processos de construção da confiança entre os pares que realizam as transações, ainda que isso não se repita nas dinâmicas de gestão das empresas. Exemplificarei esses outros processos de construção da confiança no próximo item ao tratar do Airbnb e do Couchsurfing.

Embora a importância da confiança para a vida em sociedade possa ser vista sob vários aspectos, como seu papel nos processos de coesão e organização social, na estabilidade democrática, na participação política e no desenvolvimento social e humano, o que tem feito da confiança objeto de estudo em diversas áreas, tal como Finuras (2013, p.39-40) apresenta em sua tese de doutorado na Ciência Política, aqui interessa pensar a confiança a partir da perspectiva econômica.

A economia envolve sempre um jogo de confiança. Costumávamos pensar que o comércio e as transações comerciais fossem respaldadas pelo ouro ou pela prata, mas na realidade estes sempre foram lastreados por uma reserva mais importante – a confiança pública. Quando essa confiança é forte, a economia floresce e o futuro nos move. Quando a confiança pública é abalada, as economias fracassam e o futuro torna-se sombrio. (RIFKIN, 2012, p.54).

A partir do que vimos até aqui, parece-me estar evidente a importância e o lugar da confiança em nossas sociedades. Com Rifkin (2012) fica claro também como essa dimensão é fundamental na economia. Vimos ainda que instituições, funções e seus modos de organização são primordiais para a construção da confiança, mas é importante também perceber outra dimensão que parece ganhar importância central no âmbito econômico: a tentativa de mensurar a confiança.

Um aspecto relevante sobre a construção da confiança no contexto econômico é o apreço por métricas. Simmel (2005), no final do século XIX, já considerava que a exatidão contábil trazida pela economia monetária tinha predominado no “espírito” do indivíduo moderno. O que observamos atualmente talvez seja uma intensificação disso, como podemos perceber nos “indicadores de confiança”. Restringindo ao cenário brasileiro, existem hoje diversos indicadores de confiança construídos por diferentes instituições: o Índice de Confiança da Indústria (ICI), o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) e o Índice de Confiança de Serviços (ICS), medidos pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). O Índice de

Confiança do Empresário do Comércio (Icec), medido pela Confederação Nacional do Comércio, e o Índice de Confiança do Consumidor Exame GfK (ICC).

Esses índices, elaborados por diferentes instituições e visando distintas aplicações, distinguem-se de acordo com a metodologia e os cálculos empregados. Alguns medem a confiança do consumidor e de empresários com relação ao futuro das atividades econômicas, outros focam na confiança das pessoas em instituições ou em marcas. Também existem aqueles que se preocupam com a confiança dos cidadãos em relação a governos ou partidos políticos e até mesmo com o grau de confiança das pessoas em grupos (como amigos, familiares, vizinhos). Estas construções estatísticas, utilizadas no mundo inteiro, tornam-se importantes sinalizadores para avaliar a conjuntura, buscar tendências e tentar prever situações futuras da economia.

O que interessa aqui é perceber a construção da confiança como uma variável mensurável. Os indicadores que medem graus de confiança não raro são apresentados na mídia acompanhados por análises e previsões desenvolvidas por “especialistas da economia”, isto é, acadêmicos, jornalistas, investidores, funcionários de governos. A partir desses índices, a confiança ganha visibilidade e é transformada em número, adquirindo padronização e parecendo afastar-se de seu aspecto pessoal e informal. Ao ser mensurada, a confiança parece adquirir precisão, o que permite seu dimensionamento e equiparações.

Contudo, na contramão desse cenário, que parece consolidado, emergem inúmeras empresas que tem em seu cerne a construção da confiança entre desconhecidos (como todas), mas que não parecem utilizar essas estratégias. As iniciativas da economia da confiança, conforme vimos no primeiro capítulo, envolvem confiança e, em alguns casos, intimidade, mas parecem construí-la e mensurá-la de outras formas. A confiança continua sendo fundamental, construída e consolidada a partir de determinados mecanismos, mas outros.

Conhecemos e estamos acostumados com os mecanismos contratuais que regulam a confiança entre desconhecidos em nossa sociedade. No entanto, que pensar e/ou o que implica confiar no outro a partir de diferentes mecanismos? As experiências do Airbnb e do Couchsurfing nos ajudarão a refletir sobre como relações que envolvem confiança e intimidade parecem construir e mensurar a confiança de outras formas.

### 3.2 Construindo a confiança entre desconhecidos

Desde a popularização da internet, nos anos 1990, fomos aprendendo a confiar em desconhecidos a partir das conexões entre pares oferecidas pelas redes digitais. Começamos acreditando que as pessoas com as quais interagíamos por bate-papos e outros serviços dessa natureza eram reais; realizamos compras em lojas online e demos os dados do nosso cartão de crédito confiando que não seriam divulgados; compramos não apenas em lojas conhecidas, mas também de pessoas estranhas pelo Mercado Livre ou pelo eBay; atualmente, conforme temos visto, as formas de conexões entre pares desconhecidos aumentaram: estamos pegando carona, jantando, enviando correspondências, além, é claro, de ficar na casa deles.

Cada uma das plataformas que oferecem esses serviços possuem suas estratégias para construir a confiança entre estranhos. Algumas são frequentes, como a utilização de referências; outras particulares de cada plataforma, como oferecer seguro. Existem também aquelas criadas pelos próprios usuários. Neste item, as reflexões terão como guia as estratégias utilizadas pelo Couchsurfing (CS) e pelo Airbnb para garantir que os usuários possam confiar uns nos outros. A partir delas citarei exemplos e analisarei suas implicações. Não obstante o foco nessas duas plataformas, por terem sido o objeto de estudo desta pesquisa, muitas das percepções indicadas podem ser estendidas às outras iniciativas da economia da confiança.

No caso do Airbnb e do CS, as estratégias usadas para construir a confiança, garantindo assim seu funcionamento, são várias: perfil com informações pessoais (ambos); troca de mensagens entre anfitrião e hóspede (ambos); referências (ambos); verificação da identidade (ambos); anfitriões protegidos por seguro (Airbnb) e atendimento 24h (Airbnb). Vejamos cada uma delas nessa ordem.

No capítulo anterior vimos o que é necessário no perfil do Airbnb e do CS, bem como exemplos. Não é preciso preencher todas as informações solicitadas em nenhuma das plataformas, mas uma quantidade maior de dados pode significar maior confiabilidade. Afinal, caso você “buscasse um sofá” pelo CS, onde preferiria se hospedar? Com alguém cujas únicas informações disponíveis sejam “eu sou legal” e que dissesse estar na plataforma para se hospedar de graça, além de dados como idade, trabalho e onde reside? Ou com alguém que tivesse todas as informações completas, incluindo preferências musicais e literárias, além dos lugares que já visitou e uma descrição de como é sua personalidade (o que lhe irrita,

anima, gostos pessoais)?<sup>70</sup> Depende! Se você estivesse apenas buscando hospedagem gratuita e confiasse nas pessoas sem muitas garantias e pouco considerasse os riscos, possivelmente em quem lhe aceitasse primeiro e estivesse melhor localizado. Porém, caso você seja uma pessoa que preze muito pelos cálculos dos riscos, provavelmente só enviaria pedido para o segundo perfil.

Assim, no caso do CS, a disposição do usuário para calcular e encarar os riscos, inclinação essa muito pessoal e que dependerá de seus valores, crenças, desejos, parece muito mais relativa e difícil (ou impossível) de mensurar que no caso do Airbnb. Sugiro isso uma vez que o CS não se responsabiliza por qualquer situação que ocorra entre anfitrião e hóspede. O máximo que a empresa faz é oferecer dicas que tentam contribuir com a segurança dos “couchsurfers”, dentre as quais relacionar-se, prioritariamente, com pessoas que tenham os perfis completos, com nome real, fotos claras e descrições detalhadas de si mesmos.

A plataforma também sugere que se você for mulher e estiver viajando sozinha é preferível se hospedar com outra mulher ou com famílias. Ainda que essa orientação seja utilizada por várias mulheres, como observei durante a pesquisa, existem diversas exceções. Exemplo disso é uma garota russa de 25 anos que pediu para se hospedar em minha casa durante o carnaval de 2015. Aceitei o pedido, enviei orientações de como ela poderia ir da rodoviária até a minha casa e ela ficou de me avisar o dia e a hora que chegaria. Ela estava viajando pela América Latina há quase um ano e não tinha previsão de voltar para casa. Yandra, vamos chamá-la assim, disse-me que procurava trabalho nas cidades que mais gostava para poder ficar um tempo maior e conseguir dinheiro para seguir viagem. No entanto, levando em consideração as roupas e o celular caro que trazia consigo ela parecia ter outra fonte de renda, talvez os pais, ainda que ela não tenha comentado nada comigo.

Yandra enviou-me uma mensagem quando chegou na rodoviária do Rio de Janeiro por volta das 22h da sexta-feira de carnaval e perguntou para qual festa iríamos. Respondi que ficaríamos em casa (minha namorada e eu) e descansaríamos para as festas do dia seguinte. Ela respondeu algo como “carnaval não combina com descansar. Amanhã nos vemos”. Fiquei preocupado e perguntei o que ela faria, mas minha convidada disse para eu relaxar que ela se resolveria e nos veríamos amanhã. Conforme combinado, nos encontramos na manhã do dia seguinte em uma estação de metrô. Ela estava sem nenhuma mala ou mochila, usava apenas um short jeans, a parte de cima do biquíni e chinelos – além de um “porta-dólar” com dinheiro e um celular. Quando perguntei por sua bagagem ela respondeu algo parecido com

---

<sup>70</sup> Pergunta inspirada em perfis reais.

isso: “ontem conheci um cara do CS por acaso na rodoviária e fui para a casa dele. Uma quitinete no bairro da Lapa. Quando cheguei a casa estava cheia de pessoas do CS. Fui para a festa com eles ontem e dormi no chão como todas as outras pessoas. Foi muito divertido!”. Indaguei se ela não iria mais para minha casa e ela respondeu: “sim! claro! Só preciso descobrir como chegar na casa onde dormi ontem para pegar minhas coisas e seguir com você. Eu esqueci o caminho!”.

Apesar disso, Yandra não parecia preocupada e fomos para as festas. Depois de um tempo fomos embora e ela disse que iria para minha casa e depois procuraria a quitinete onde estavam suas bagagens. Eu concordei e seguimos para casa. Após cerca de cinco minutos de espera na longa fila do metrô, ela, apontando para um homem, disse: “Olha! Aquele rapaz estava na mesma casa que eu ontem. Vou atrás dele para tentar pegar minhas coisas e depois vou para sua casa. Vamos falando pelo Whatsapp”. Ela acabou ficando na casa da Lapa e só nos falamos por mensagens durante cerca de um mês. Na última vez em que nos falamos ela estava trabalhando em algum lugar (não me disse detalhes) e morando, ainda no bairro da Lapa, em uma espécie de república de estudantes, mas não nos vimos mais.

Essa experiência com Yandra me fez pensar em como algumas pessoas não parecem calcular os riscos e apostam na confiança, seja diante de um perfil com poucas informações ou perante uma pessoa que se acabou de conhecer. Além disso, é necessário considerar ainda que existem pessoas em busca de relacionamento e diversão no CS, algumas que terminaram relacionamentos e/ou estão mudando de cidade e interessados(as) em conhecer pessoas, por exemplo. Ouvi relatos de várias pessoas que se conheceram pelo CS e casaram ou que tiveram vários “casos”. Alguns traços dos perfis podem indicar esse tipo de interesse, como ter referências apenas de pessoas do mesmo sexo. Porém, vale lembrar, esses traços sugerem, mas não definem esse tipo de interesse.

Assim, a partir de Simmel (2004), sendo a confiança o que se estabelece quando acreditamos em algo, frequentemente por razões que não são perfeitamente explicáveis, é difícil mensurar o que leva alguns a confiar com poucas garantias, outros sem nenhuma, enquanto existem os que só confiam com muitas garantias e ainda assim se sentem inseguros. Interessante notar como o CS parece sugerir essa dimensão inexplicável ou de difícil mensuração existente na construção da confiança. Isso aparece, por exemplo, quando a empresa recomenda que os membros confiem em seu “instinto”. O CS afirma, em uma página do site (COUCHSURFING, 2016a) com dicas de como confiar, que os usuários podem marcar encontros em locais públicos para se conhecer e se algo for estranho deve-se “confiar em seus instintos”. Caso seja necessário, o usuário também pode ir embora ou pedir que a

pessoa se retire. Cabe ressaltar que essas possibilidades não existem sem conflito. Todos os casos que ouvi de pessoas que precisaram expulsar alguém ou se retirar envolveram dificuldades. Nem todos tinham dinheiro para pagar por albergue ou a casa de outra pessoa para ir, por exemplo.

Essa “dimensão inqualificável” ou “imensurável” da confiança pode ser percebida também nos cinco valores que, segundo o CS, devem nortear as experiências que se dão por meio desta plataforma: (1) “compartilhe sua vida”, ou seja, compartilhe seu tempo, a casa, os objetos; (2) “crie conexão”, pois entendem que aceitar a bondade de desconhecidos fortalece a fé no outro e ajuda a tornar as pessoas melhores; (3) “ofereça bondade”, que inclui respeito, tolerância e valorização das diferenças; (4) “fique curioso”, ou seja, mantenha o desejo de aprender sobre o outro e seu mundo; (5) “deixe melhor do que você encontrou”, uma postura que se deve ter para com o mundo, os relacionamentos e a casa de seu anfitrião (COUCHSURFING, 2016b). Esses cinco valores funcionam como espécies de “peças”, ainda que discursivas e ideais, que podem auxiliar na construção da confiança entre os usuários que desejam ter uma experiência de hospitalidade a partir dessa plataforma.

Voltando especificamente às informações do perfil, cabe ressaltar que no caso do Airbnb as informações pessoais talvez não tenham tanta importância, como no CS, uma vez que a descrição do imóvel que se tem para oferecer é o mais relevante. Isso pode ser percebido no perfil de anfitriões ou hóspedes sem nenhuma informação pessoal além da cidade onde residem e da confirmação dos dados que estão verificados, como e-mail, número de telefone e documento.

Diante disso, talvez seja possível considerar que o anúncio do espaço a ser alugado no Airbnb cumpre o mesmo papel – levando-se em consideração a finalidade da transação – que o perfil pessoal do CS. Ou seja, no Airbnb o mais relevante são as informações da residência, pouco importando o perfil pessoal de quem aluga. Já no CS, ao contrário, pouco se fala da acomodação, que em muitos casos só se descobre na hora, importando mais o perfil dos usuários. Ainda que algumas pessoas no Airbnb descrevam seus gostos pessoais e informações de trabalho, estudo, línguas que falam, isso não parece influenciar em grande medida na estadia. Por outro lado, a precisão do anúncio, com boas fotos, informações completas e detalhadas do imóvel são essenciais. É curioso como há casos de pessoas no Airbnb que mostram fotos de camas desarrumadas e louças sujas em cima da pia, o que já afastaria alguns hóspedes, mas talvez atraia outros que entendam isso como um “convite” para não se preocupar com a arrumação.

É importante perceber como as informações do perfil do CS e os dados pessoais como línguas e escolaridade no Airbnb (para estas não há comprovação como se faz com documentos e perfil em redes sociais) também podem ser inventadas, porém, há duas questões aí. Primeiro, após uma experiência, essa mentira pode ser relatada pelo usuário com o qual se interagiu, prejudicando a credibilidade. Segundo, é possível que, mesmo sendo falsas, as informações tenham um papel na construção da confiança. Não me refiro a “grandes mentiras”, mas em uma interação por mensagem no CS, por exemplo (aqui começo a tratar de outra estratégia de construção da confiança), é possível que o candidato a hóspede diga que torce para o mesmo time de futebol que o anfitrião ou dizer que leu os mesmos livros e fazer comentários genéricos, bem como fingir outros interesses comuns.

Fingir ou realmente ter algo em comum, seja percebido ao ler o perfil do outro ou por meio de troca de mensagens, pode ajudar na construção da confiança por auxiliar na criação de empatia. De acordo com as pesquisas do neuroeconomista americano Paul J. Zak (2012), que se dão no campo da neurobiologia em sua interface com a economia, a empatia teria um papel expressivo na construção da confiança. Segundo os estudos de Zak (2012), o hormônio ocitocina ou oxitocina tem a função de promover a confiança entre os indivíduos e uma das formas de produzir esse hormônio é por meio da empatia, entendida como capacidade psicológica de sentir o que o outro sentiria e se ver ou se colocar no lugar do outro.

Assim, levando-se em consideração as pesquisas de Zak (2012), ao ler o perfil de outros usuários do CS ou do Airbnb e perceber que o outro gosta dos mesmos filmes, leu livros semelhantes, se descreve de maneira próxima e possui os mesmos gostos é possível se ver no outro, sentir empatia e confiar. Como dito, de modo geral, o perfil do CS reúne maior número de informações pessoais que o do Airbnb, contudo, nas mensagens entre anfitriões e hóspedes da segunda empresa pode acontecer de trocarem os links dos seus perfis em redes sociais, o que permite saber mais sobre o outro, confiando mais ou não, de acordo com a empatia construída.

Exemplo disso é o caso de Rodrigo (nome fictício), citado no capítulo anterior, que foi aceito através do CS devido a uma foto com a camisa do time de futebol para o qual o anfitrião torcia. Um de meus entrevistados, anfitrião do Airbnb, também relatou ter mais facilidade para confiar em seu hóspede ao olhar seu perfil no Facebook e ver fotos suas com a família e os amigos. Outro caso interessante, de uma hóspede do Airbnb que entrevistei, aconteceu na cidade de Berlim. Minha entrevistada chegou ao imóvel no horário marcado seguindo as indicações passadas pela anfitriã, mas teve que esperar muito na calçada do prédio. A anfitriã não respondia às ligações e mensagens. Até que muito tempo depois, ela



relatou, a anfitriã desceu e disse que estava dormindo. Minha entrevistada disse estar com muita raiva e ficou mais chateada ainda ao subir as escadas do prédio e perceber que era “escuro e feio”. Ao entrar no apartamento no qual alugou um quarto, a hóspede ficou encantada com a decoração e mais feliz ainda quando viu que a anfitriã tinha um gato – ela disse adorar gatos. Após isso ela relatou que a raiva começou a passar e que ela se sentiu bem no local. Os mesmos gostos para decoração e o apreço por gatos contribuíram para que minha entrevistada tivesse empatia pelo lugar e, conseqüentemente, pela anfitriã. Ao final da estadia, a entrevistada caracterizou a experiência como ótima.

Uma mudança em curso no Airbnb, especialmente a partir de 2016, deve influenciar no papel das informações nos perfis: a ampliação do uso da “reserva instantânea”, como já foi explicado, que não exige a aprovação prévia do anfitrião para que o hóspede alugue um local, bastando definir as datas, clicar em “reservar” e acertar o horário de chegada com o anfitrião. A utilização desse tipo de reserva é incentivada pelo Airbnb (AIRBNB, 2016b), que diz ser uma forma de “conveniência” uma vez que o anfitrião não precisaria responder o pedido; dizem também que esse tipo de anúncio faz mais sucesso entre os hóspedes por poderem planejar sua viagem com mais facilidade; afirmam ainda que essa forma de reserva pode colocar o anúncio em melhores lugares na busca.

No grupo do Facebook do Airbnb Brasil<sup>71</sup> uma anfitriã perguntou aos outros membros como “funciona a reserva instantânea”. Ela disse que gosta de saber quem são seus hóspedes para oferecer a eles o que necessitam (personalizar a estadia), inclusive sugerir dicas de acordo com seus interesses ou indicar outro anúncio, caso ela não possa suprir completamente as necessidades dos possíveis hóspedes. A anfitriã relatou ainda estar preocupada pois ficou sabendo que os anfitriões que não adotarem a “reserva instantânea” “perderão hóspedes”. O tópico rendeu vários comentários. Alguns anfitriões disseram não utilizar esse tipo de reserva porque gostam de conhecer e analisar seus hóspedes; outros afirmaram utilizar essa forma de reserva e nunca ter tido problemas porque os hóspedes costumam enviar mensagens com dúvidas antes de reservar.

Parece-me que o Airbnb, ao incentivar a “reserva instantânea”, que agiliza o processo de aluguel, pode tornar a interação entre anfitrião e hóspede cada vez menor, tendo em vista que um anúncio detalhado (informações de como chegar e sair do imóvel, transporte, funcionalidades, regras da casa etc.) e a “reserva instantânea” não requerem que anfitriões e

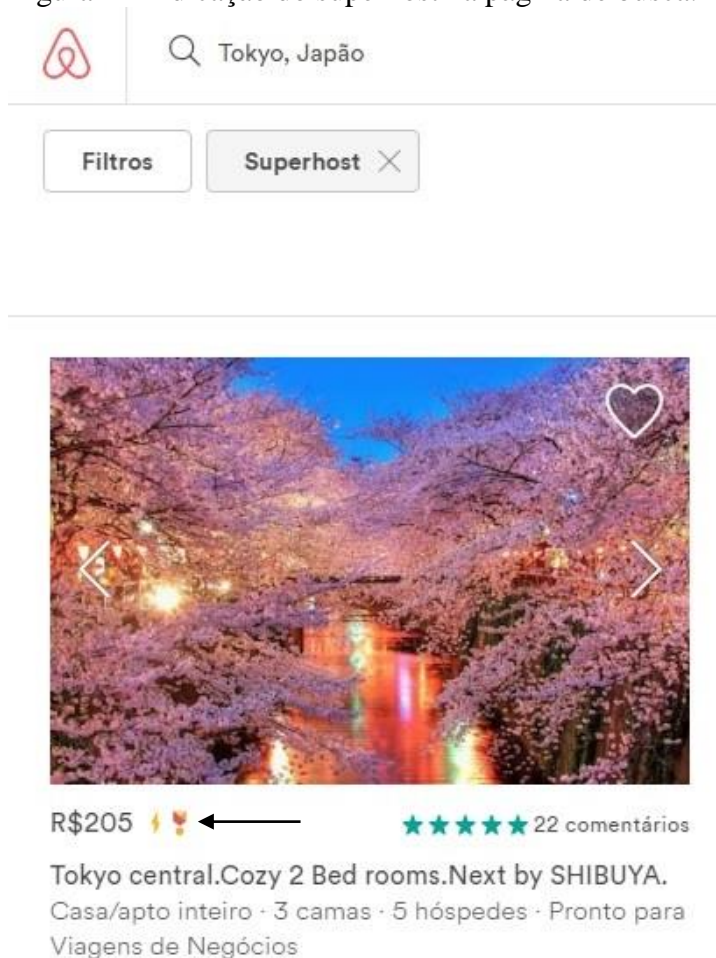
---

<sup>71</sup> O grupo possuía quase 10 mil membros em novembro de 2016 e tem o objetivo de reunir usuários da plataforma, sejam hóspedes ou anfitriões, para que possam tirar dúvidas. Não é uma página de propriedade da empresa.

hóspedes conversem para tirar dúvidas. Ainda que os usuários precisem conversar para combinar como pegar as chaves e os horários de chegada e partida, entre outras dúvidas, a interação fica cada vez mais rápida e impessoal. Isso pode favorecer a constituição de “funções”.

Ainda sobre as informações do perfil, cabe citar a questão do “superhost”<sup>72</sup> no Airbnb. Esse “host especial” é simbolizado por uma medalha que, na página de busca, fica ao lado do “raio”, que significa a “reserva instantânea”, localizado, por sua vez, ao lado do preço do aluguel daquele espaço. Quando se está vendo o anúncio, a medalha está colocada junto à foto do anfitrião – como consta nas imagens a seguir. Para se tornar um “superhost” é necessário, nos últimos 12 meses, ter recebido 10 viajantes; ter o mínimo de 80% dos comentários com 5 estrelas; responder os hóspedes com rapidez, ou seja, manter a “taxa de resposta” em no mínimo 90%; e evitar cancelar reservas confirmadas.

Figura 4 - Indicação do superhost na página de busca.



Fonte: Captura de Tela do Airbnb.

<sup>72</sup> Segundo a plataforma, utilizar a “reserva instantânea” seria também uma maneira de ajudar a se tornar um “superhost”.

Figura 5 - Indicação do superhost no anúncio.

The image shows a screenshot of an Airbnb listing page. At the top, there is a banner image of cherry blossoms. Below it, there are tabs for 'Visão geral', 'Comentários', 'O Anfitrião', and 'Endereço'. The main listing is for 'Tokyo central.Cozy 2 Bed by SHIBUYA.' with a host named 'Yuka'. A yellow star icon, representing the Superhost badge, is placed next to the host's name, and a black arrow points to it. Below the listing title, there are icons for 'Casa/apto inteiro', '5 hóspedes', '2 Quartos', and '3 Camas'. To the right, there is a pricing section showing 'R\$201 Por Dia', check-in and check-out dates (29/01/2017 to 16/02/2017), and a total price of R\$4105. A red 'Reservar' button is visible at the bottom of the pricing section.

Fonte: Captura de Tela do Airbnb.

O “superhost” pode ser entendido como um símbolo de confiabilidade ao evidenciar um usuário bastante ativo e bem avaliado. Esse símbolo parece uma estratégia para incrementar o grau de confiabilidade dos anfitriões, dando-lhes uma espécie de reconhecimento ou distinção especial, através da figura do “superhost”. Essa estratégia é muito semelhante a outra utilizada pelo CS, os chamados “vouchers”, que também evidenciava maior confiabilidade adicionando ao perfil um símbolo. No entanto, a distribuição dos “vouchers” era diferente. Apenas o usuário que recebeu três vouchers poderia entregar um a outro usuário. Provavelmente devido a sua escassez, esse símbolo de confiabilidade era o mais almejado da plataforma. Atualmente, os vouchers não são mais utilizados, segundo a empresa (COUCHSURFING, 2016d) porque os usuários estavam distribuindo-os como se fossem referências devido a inexistência de critérios precisos. Contudo, os usuários que ganharam ainda possuem o símbolo em seu perfil.

Esse é um aspecto interessante a ser analisado. O superhost é concedido pelo Airbnb a partir de critérios bem específicos descritos na plataforma, ou seja, há controle por parte da empresa das regras que os anfitriões que desejam esse símbolo devem seguir. Por outro lado, nos vouchers do CS não era claro quais critérios os membros deveriam levar em consideração para entregar esse símbolo a outros. Era uma estratégia não controlada pela plataforma. Esse é um diferencial acentuado entre essas duas empresas. Assim, o Airbnb parece se aproximar de estratégias de construção da confiança próximas aos “sistemas peritos”, isto é, que tentam ser neutras e baseadas em métodos claros, enquanto o CS parece priorizar certa auto-organização das formas de confiança por parte dos membros. Talvez, ao deixar de utilizar os vouchers

devido a imprecisão dos critérios, possa parecer que o CS também tenta se aproximar da criação de sistemas peritos. Entretanto, a orientação para “confiar em seus instintos”, conforme citado, e a possibilidade que os usuários têm para criar “suas próprias” estratégias de construção da confiança sugere o contrário.

Exemplo disso é um dos meus entrevistados do CS, que pede para cada um de seus hóspedes preencher um formulário solicitando diversos dados, como número de documentos, incluindo o passaporte. Outra estratégia que ouvi de mais de um entrevistado foi “esconder palavras no perfil”. Como uma das reclamações dos anfitriões são os pedidos impessoais dos candidatos a hóspedes, sem evidenciar o motivo pelo qual querem se hospedar justamente com aquele anfitrião, evidenciando que não leram os perfis, eles “esconderam”, no meio dos enormes textos de seus perfis, uma palavra especificando que ela deve constar no pedido de sofá na tentativa de mostrar que o perfil foi lido. Segundo eles, poucos colocam essa palavra.

No início do segundo capítulo expliquei o que são as referências e citei exemplos. Elas são uma das estratégias mais usadas na construção da confiança e estão em praticamente todas as iniciativas da economia da confiança. Quanto mais referências positivas, melhor a reputação construída e maior a confiabilidade. No caso específico da hospitalidade, mais fácil conseguir um sofá no CS ou alugar um espaço no Airbnb.

No caso do CS, as referências ficam divididas em três categorias: as dadas por quem hospedou você, as escritas por quem se hospedou com você e as pessoais, de pessoas que conhecem você, independente de terem se conhecido na plataforma ou não. Já no Airbnb, após cada experiência, você deixa um comentário público (o que estou chamando de referência) para seu anfitrião ou hóspede dizendo como foi a experiência. É possível também escrever uma mensagem privada para a pessoa, que será vista apenas por quem recebeu e pelos funcionários do Airbnb, dizendo algo que você tenha gostado na experiência ou alguma coisa na qual quem lhe hospedou pode melhorar.

As referências não podem ser anônimas, assim, parece-me que não apenas as avaliações recebidas têm um papel na construção da confiança, mas também as dadas. Por exemplo, se você se hospeda na casa de uma pessoa que já possui trinta referências positivas e escreve uma negativa criticando algo que todas as outras pessoas gostaram, isso pode sugerir que o problema esteja com você e não com o outro, evidenciando que, talvez, você não seja um bom hóspede. Talvez isso possa ser ilustrado com minha segunda anfitriã do Airbnb, Mariza. Ela recebeu uma referência ruim de um dos seus hóspedes. Ele disse que a anfitriã foi “um pouco grossa”, que parecia estar “o recebendo por obrigação”, além do “quarto ser barulhento e a cama dura” e diante disso ele não a recomendava. Mariza disse que o rapaz e

seu acompanhante descumpriram o horário de chegada marcado, “eram extremamente bagunceiros”, deixaram louças sujas, utilizaram os “produtos de higiene pessoal” da anfitriã e por isso ela não os recomendava.

Dentre os 16 comentários sobre Mariza (entre eles o meu), esse é o único negativo. Em todos ela é elogiada por ser gentil e prestativa – dentre outras qualidades. A “cama dura” e o “quarto barulhento” não foram mencionados por nenhuma outra pessoa. Embora eu também tenha achado isso nem pensei em mencionar diante da ótima experiência que tive com ela. Ao observar o perfil do rapaz percebi que a estadia com Mariza foi sua primeira experiência no Airbnb e sua segunda foi dez meses depois, na qual ganhou um comentário o recomendando e dizendo que ele cumpriu bem as regras do apartamento, além de ser muito simpático.

Talvez, o hóspede de Mariza, em sua primeira experiência, não tenha dado atenção ao horário de chegada ou mesmo tenha tido algum imprevisto, irritando Mariza que não conseguiu ser gentil com ele. Independente de especulações, dois aspectos aqui parecem importantes. Primeiro, como as interações no Airbnb e no CS em particular, bem como nas experiências da economia da confiança de modo geral, são circunstanciais. Elas dependem do humor das pessoas no dia, da disposição em lidar com a diferença, do interesse em conhecer pessoas ou apenas dormir de graça ou ganhar dinheiro, de eventos externos, como engarrafamentos, que podem atrasar o hóspede e irritar o anfitrião, entre incontáveis outros. Assim, a relação de confiança que se constrói parece bem menos estável que as elaboradas por meio de “sistemas peritos”, através dos quais é mais fácil controlar os fatores envolvidos, fazendo com que as “garantias” sejam maiores.

O segundo aspecto é o que podemos chamar de uma “primazia de referências positivas”. Parece que as referências negativas só são dadas em problemas graves ou quando a relação entre anfitrião e hóspede foi conflituosa. Temos exemplo disso na experiência de Verônica, citada no capítulo anterior, na qual ela encontrou o apartamento, louças, lençóis e outros objetos sujos, mas não reclamou para não “magoar sua anfitriã”. Verônica sentiu empatia pela senhora que a hospedou por conta, principalmente, da identificação intelectual. Pude perceber isso em diversas entrevistas realizadas, tanto no Airbnb quanto no CS. Neste exemplo é bastante evidente como Verônica estava disposta a se relacionar com sua anfitriã, a se deixar afetar. Obviamente, a empatia foi fundamental, mas ainda assim ela precisou aceitar a diferença – no caso a questão da limpeza. Isso nos mostra certo modo de vincular-se a partir de um “comum” elaborado nessas relações circunstanciais.

Letícia, minha primeira anfitriã do CS, também parece fortalecer essa ideia. Como ela só contava experiências positivas resolvi perguntar se ela nunca tinha passado por situações complicadas, ao que obtive como resposta: “sim, claro, mas poucas”. Ela falou de um “sujeito folgado” que queria andar sem roupa em sua casa e contou sobre uma viagem que fez a outro país da América do Sul, quando ficou na casa de um homem que passava o dia inteiro usando drogas e, certo dia, tarde da noite, ele a mandou embora sem explicar. Até hoje Letícia não sabe o que aconteceu. Apesar disso, ela disse que deu uma referência positiva a ele, já que a tratou bem e não lhe fez nenhum mal – disse ela. Curioso como essas “histórias ruins” não fizeram Letícia ter receio de usar o CS; inclusive, se eu não tivesse questionado, talvez ela não comentaria.

Apesar de não aparecerem com frequência, existem muitas histórias ruins envolvendo o Airbnb e o CS: residências destruídas, tentativas de estupro, furtos e brigas – alguns meios de comunicação, inclusive, já noticiaram casos como esses. O que me intriga nessas situações é o fato dos usuários parecerem não se preocupar muito com isso. É como escutei diversas vezes “perigo existe em todo lugar”.

Outra estratégia utilizada por ambas as plataformas é verificar a identidade dos usuários. No CS, para essa verificação é cobrada uma taxa opcional. Mediante pagamento, a empresa certifica se o nome e o endereço são reais. De fato essa estratégia pode contribuir na construção da confiança, mas não parece ser uma das mais importantes, visto que dos milhões de usuários cadastrados menos de um milhão possui a conta verificada. Existem usuários muito ativos, com mais de cem referências, que não possuem a conta verificada.

No Airbnb a verificação da conta é diferente: hóspedes e anfitriões conectam suas contas em plataformas como Facebook ou Gmail e digitalizam algum documento de identificação, como carteira de habilitação ou passaporte, e não é cobrado nenhum valor por isso. Todas as informações são mantidas em sigilo. Nessa plataforma é possível falar em níveis de verificação, uma vez que o obrigatório para abrir a conta é cadastrar o e-mail, esse seria o primeiro nível, e na medida em que você oferece para verificação seu perfil em uma rede social ou um documento você sobe níveis e aumenta sua confiabilidade.

Ao aceitar um desconhecido em casa talvez uma das principais preocupações sejam os danos materiais que podem ser causados por ele, especialmente quando se está ausente. A “garantia ao anfitrião” do Airbnb promete o reembolso de até R\$3.000.000 em caso de danos à propriedade. Qualquer reserva feita pelo site já está contando com essa garantia. Porém, o Airbnb ressalta que essa garantia passa a valer apenas nos casos em que os hóspedes causam danos que não são solucionados diretamente com eles. Em geral, um copo quebrado é

imediatamente reposto pelo hóspede. Assim, a proposta do Airbnb é que primeiro se entre em contato com o hóspede para solucionar o problema, caso isso não aconteça é que se deve recorrer a garantia. No entanto, essa garantia não cobre perdas de dinheiro, animais de estimação, joias e obras de arte. A empresa sugere que esses objetos sejam guardados em cofres. Assim, essa “garantia ao anfitrião” só cobriria situações graves, como possíveis incêndios.

No que diz respeito a perdas ou danos simples (como uma vidraça quebrada) os anfitriões podem implementar um “depósito de segurança” para cada reserva, que funciona da seguinte forma: o anfitrião estabelece um valor que será descontado do cartão de crédito do hóspede caso ele provoque algum dano e não queira pagar.

Ainda na tentativa de oferecer um ambiente seguro às transações, o Airbnb possui outras estratégias para acompanhar os usuários: reuniões de orientação com os novos anfitriões e o que podemos chamar de uma “central de atendimento”. Sobre a reunião, tive a oportunidade de estar presente em uma no ano de 2013, que aconteceu através de videoconferência com uma pessoa do Airbnb e vários novos anfitriões que quiseram participar – não é obrigatória. A representante da empresa falou sobre como a plataforma funciona e repetiu diversas informações que estão no site e já foram citadas aqui. Chamou-me a atenção a reincidência, talvez na tentativa de “tranquilizar” os anfitriões, da informação de que a Airbnb é uma empresa com valor de mercado na casa dos bilhões e que oferece seguro, então, diante dessas garantias, os anfitriões podem se sentir seguros.

O que estou chamando de “central de atendimento” do Airbnb diz respeito a uma série de estratégias que tentam deixar o maior número de informações disponíveis aos usuários. Existe a “central de ajuda”, com respostas prontas às perguntas mais comuns de anfitriões e hóspedes. Há também a “central de resoluções”, através da qual é possível enviar pagamentos por danos causados ou solicitar reembolsos. A “central da comunidade” é um espaço por meio do qual os anfitriões podem conversar entre si, oferecendo ou recebendo ajuda em alguma situação. É semelhante ao grupo do Facebook do Airbnb, já citado, sendo que as interações pelo Facebook parecem bem mais frequentes. A página oficial do Airbnb no Facebook é outro meio para manter contato com a empresa. Há também o atendimento telefônico 24h, geralmente para casos urgentes, mas as ligações não são gratuitas e os números são divididos por país.

O CS também possui várias informações online sobre o funcionamento da plataforma<sup>73</sup> (como a “central de ajuda” do Airbnb); porém, como dito anteriormente, possivelmente por não se responsabilizarem pelas transações, não há números de telefone para soluções urgentes. Vale notar ainda que muitas das informações estão apenas em inglês, ao contrário do Airbnb, que possui informações disponíveis em várias línguas.

Diante dessas estratégias de construção da confiança parece que no Airbnb, diferentemente do CS, há uma tentativa maior de controlar as transações e minimizar os riscos. Isso pode ser percebido no processo de verificação da identidade, na “garantia ao anfitrião”, nas reuniões e nas diversas “centrais de atendimento”. O Airbnb, conforme já sugeri, parece se aproximar de um “sistema perito”, ou seja, de um “sistema de excelência técnica ou competência profissional”. Talvez faça isso na tentativa de se legitimar em uma sociedade que aprendeu a confiar nesses sistemas.

No entanto, ainda que as interações aconteçam de modo mediado por empresas, seja o Airbnb ou outra, sendo possível falar em uma espécie de “dimensão contratual”, certamente são “contratos” e arranjos diferentes dos que estamos acostumados. O diferencial existente parece ser o fato de se estar confiando mais em desconhecidos e menos em instituições. As instituições e seus sistemas de garantias podem até estar presentes, mas parecem ter um “peso” menor que antes e que está diminuindo. No caso do Airbnb podemos observar isso no grupo do Facebook de usuários da plataforma (papel da dinâmica entre pares). Quando alguém tem dúvidas de como proceder parecem procurar antes da empresa os pares desconhecidos. Exemplo disso foi uma anfitriã que achou estranho um hóspede de 18 anos ter pedido para reservar sua casa para ele e mais alguns amigos passarem o réveillon e perguntado se era possível levar hóspedes diferentes a cada dia. Ao contar a situação no grupo e pedir conselhos, rapidamente diversos anfitriões responderam compartilhando suas experiências e opiniões, afirmando, majoritariamente, que seria melhor ela não aceitar.

Assim, algumas estratégias existentes para a construção da confiança podem até se aproximar dos sistemas peritos, mas certamente são outros. Primeiro pelo fato de que o papel da instituição na mediação não é mais tão relevante e, segundo, independente dos “contratos”, é com desconhecidos que se irá conviver e é difícil apreendê-los completamente em funções. Isso fica claro quando pensamos além do Airbnb, como no CS, por exemplo, que mesmo não oferecendo esse tipo de garantia está mediando inúmeras relações no mundo inteiro.

---

<sup>73</sup> É possível enviar dúvidas escritas de qualquer natureza sobre a plataforma. Ao enviar uma pergunta você recebe uma confirmação de que a mensagem foi recebida e que eles tem um prazo de até três dias para responder. Quando utilizei esse serviço eles me responderam em um dia.



O aspecto mais importante das plataformas não parece ser a empresa em si, mas as dinâmicas organizadas em torno dela. Talvez pelo fato de que é com desconhecidos que poderemos jantar, é por seu intermédio que enviaremos correspondências, conseguiremos caronas, um quarto ou mesmo uma doação em dinheiro. As empresas da chamada economia da confiança criam mecanismos para que possamos confiar nas pessoas que nunca vimos e oferecem os espaços para encontrá-las, mas é com as pessoas que nos relacionamos. E não se confia apenas no anfitrião ou no hóspede, mas também no que pessoas igualmente desconhecidas falaram sobre eles em comentários e referências. É como uma rede de confiança entre desconhecidos que se constrói. O que não é novidade. Fazemos isso há anos ao comprar produtos em lojas online e ler os comentários de quem diz já ter adquirido o produto.

Parece haver uma mudança nos processos de vinculação entre desconhecidos, muito influenciada pela dinâmica entre pares. Diante das outras formas de construir a confiança que foram apresentadas, os estranhos talvez estejam passando a ter outro lugar em nossas vidas que não apenas o de “função”. Lembrando que os processos de vinculação social não são estanques. Convive-se no interstício dos “sujeitos” e das “funções” o tempo inteiro.

### **3.3 A confiança como figura epistemológica da comunicação**

Com as discussões feitas até aqui busquei mostrar que a questão da confiança não é algo “subjetivo” ou de âmbito individual, ou algo pronto e acabado ou que se tem ou não, mas uma experiência social que se constrói de diferentes formas. Nesse sentido, devemos retomar uma ideia discutida no primeiro capítulo: existimos em relação e o sujeito se constitui a partir das relações nas quais interage. Com a confiança não é diferente, ela também só existe em relação, como podemos notar neste exemplo citado por Giddens (1991, p.86):

Desde cedo, portanto, a confiança implica uma mutualidade de experiência. A criança aprende a contar com a consistência e atenção de seus provedores. Mas ao mesmo tempo ela aprende que deve lidar com suas próprias solicitações de forma a satisfazê-las, e que os que dela cuidam contam com a segurança ou a confiabilidade no próprio comportamento da criança.

Assim, parece possível considerar que não se confia sem o outro. Ainda que seja uma “confiança em si mesmo”, ela presume o outro em algum nível, uma vez que confiamos em

nós visando algo ou tendo algum parâmetro, que advém de percepções construídas nas interações, já que existimos em relação. Com isso, a confiança pressupõe uma mutualidade da experiência, como propõe Giddens (1991). Além disso, conforme indicado no início deste capítulo, a confiança está presente, invariavelmente, em qualquer relação. Diante disso, julgo possível considerar: em todo processo de vinculação social, que se dá por meio da instauração de um “comum”, instituído no “vazio da relação”, e que constitui sujeitos, a confiança é uma dimensão sempre presente.

Conforme também vimos, a confiança é uma construção que resulta da administração dos riscos e existem diferentes processos para construí-la. Diante disso, é possível acreditar que diferentes formas de confiar podem estruturar distintas experiências de vinculação. Giddens (1991, p.91), ao distinguir “ambientes de confiança e de risco” no que chama de “Culturas Pré-Modernas e Modernas”, nos ajuda a pensar nisso.

As chamadas “culturas pré-modernas”, de acordo com Giddens (1991), possuem um nível baixo de distanciamento “tempo-espaço” e quatro contextos de confiança que predominam nesse cenário. O “sistema de parentesco”, que são uma forma de organizar e estabilizar os laços através do tempo e do espaço. As “comunidades locais”, como um espaço que fornece um meio familiar e reconhecível. As “cosmologias religiosas”, que geram “um senso da fidedignidade dos eventos sociais e naturais, e assim contribui para a vinculação do tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p.93-94). E a “tradição”, que funciona como um meio de organizar o passado e o futuro através de um rotina que fornece segurança.

Com o desenvolvimento das instituições modernas esse cenário muda. As relações de confiança passam a se organizar, principalmente, em “sistemas abstratos” – já abordados. Os contratos, organizados pensando o futuro, passam a ser uma forma de conectar passado e presente. As relações de parentesco “já não são os veículos de laços sociais intensamente organizados através do tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p.97) e “o primado do lugar nos cenários pré-modernos tem sido destruído em grande parte pelo desencaixe e pelo distanciamento tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p.98). A religião e a tradição também perdem lugar diante do conhecimento reflexivamente organizado. A racionalização altera o ambiente de risco, como os desastres naturais, que passam a ser medidos e controlados.

A partir das ideias de Giddens (1991) fica evidente como a confiança está atrelada a organização dos processos de vinculação social. A construção da confiança no Airbnb e no Couchsurfing, analisada no item anterior, também parece evidenciar isso. As mudanças nas formas de confiar parecem modificar os modos de vida, assim como as alterações nas formas de viver talvez contribuam para outras dinâmicas de construção da confiança. Uma dimensão

influencia a outra. Assim, sugiro, as diversas maneiras de construir e regular a confiança dizem respeito a diferentes formas de vinculação e, conseqüentemente, de processos comunicativos.

É diante disso que proponho a confiança como uma “figura epistemológica da comunicação” na medida em que ela pode ser uma “forma visível” desses processos de constituição de vínculos que nos permite acompanhá-los, compreendê-los e estudá-los. Não se trata de defender a confiança como a dimensão mais importante da vinculação. A ideia é que sendo a confiança uma dimensão sempre presente e identificável, seja por meio de índices ou outras estratégias de difícil mensuração (como as que vimos no item anterior), ela funciona como uma “forma visível” de processos e arranjos diversos que constituem a experiência social forjada nos processos de vinculação. Assim, a forma como a confiança é construída pode “falar” da natureza do vínculo e dos processos de produção subjetiva.

Diante do exposto até agora neste capítulo, especialmente na esteira do pensamento de Simmel e Giddens, parecem existir dois arranjos dos processos de vinculação considerados a partir da confiança. O primeiro organizado em torno da fisicalidade de um local, por meio do qual as interações presenciais geram laços que permitem confiar no outro, tal como Giddens sugeriu nas “culturas pré-modernas”. E o segundo caracterizado pelos “sistemas peritos”, pelos contratos, pela institucionalização dos processos necessários no momento em que as interações ultrapassam os contextos locais. A utilização de “coisas” (carimbos, selos, assinaturas) para outorgar autenticidade e valor aos processos é característica deste segundo arranjo.

No entanto, o que temos visto no Airbnb e no Couchsurfing, bem como nas outras iniciativas da economia da confiança, não parece se enquadrar inteiramente em nenhum desses arranjos. Estamos diante de outras formas de construção da confiança e de estabelecimento de outros processos de vinculação, isto é, de outros processos comunicacionais, nos quais sujeitos se constituem. O intuito deste último item é sistematizar esse outro arranjo da confiança que parece instituir um tipo particular de vinculação. Para isso cabe retomar um relato de campo visando discutirmos o que parece caracterizar a construção da confiança nesse contexto.

Voltando à minha primeira experiência no CS, após as conversas sobre a plataforma, Letícia, de Buenos Aires, contou sobre seu trabalho, a relação complicada que tem com seu ex-marido, falou das suas amigas, da filha – eu falei pouco sobre mim, ainda que ela tenha perguntado. Conversamos durante cerca de três horas (“não senti passarem”) até que ela falou que precisava sair, pois tinha um compromisso inadiável. Pediu desculpas, disse que não

demoraria e que eu poderia ficar à vontade. Após isso, ela me deu as chaves da casa e saiu. Fiquei constrangido com aquilo. Eu ainda nem tinha me acostumado com ela ou o ambiente e já estava sozinho em sua casa e com as chaves. Dois dias depois, pouco antes de ir embora, eu falei da minha surpresa com aquele ato e Letícia respondeu: “sim, foi muita confiança, mas acredito que você não venha lá do seu país para me roubar”.

Deixar a chave com o hóspede é algo mais comum do que pode parecer. A maioria das pessoas do CS que entrevistei disseram sempre deixar a chave com os recém-conhecidos – mesmo não sendo estrangeiros. Inclusive, um usuário que disse já ter recebido mais de cem pessoas e sempre ter deixado a chave relatou que nunca teve nenhum problema. No Airbnb sempre se entrega a chave. É curioso como um ato que denota grande confiança – é como se você “entregasse sua casa para o outro” – parece estar se tornando ordinário. Como é comum em torno dessas plataformas, imagine que por volta da meia noite você recebeu alguns hóspedes do Airbnb que passarão três dias em sua casa. Pouco conversaram porque já era tarde, você entregou as chaves da residência, foram dormir e no dia seguinte você saiu para trabalhar cedo e não os viu. Quando voltou para casa, por volta das 19h, você se depara com algumas pessoas, que você viu somente por alguns minutos, sentadas no “seu” sofá com os pés em “sua” “mesa de centro” e assistindo “sua” televisão. Parece normal? Para muita gente está se tornando corriqueiro.

Voltando à Letícia, na manhã do dia seguinte ela deu outro exemplo de confiança: saí sozinho com sua filha de seis anos para ir a um supermercado próximo e não ouvi nenhuma recomendação de cuidado. Ao contrário do que possa parecer, Letícia parecia ser uma pessoa muito preocupada com a filha e com os outros. À tarde, quando saímos os três para passear, Letícia demonstrava cuidado com a filha. Além disso, ela ainda fez questão de pagar minhas passagens nos ônibus, disse que se eu pagasse com dinheiro sairia mais caro, então era melhor que ela pagasse com seu cartão.

A confiança nessas experiências, conforme foi tratado no primeiro capítulo, parece ter um “duplo papel na construção do vínculo”, tendo em vista que a atitude de “abertura ao outro” tanto requer quanto constrói a confiança. É preciso confiar para se relacionar com o outro como sujeito, mas durante o processo de instauração do vínculo a confiança pode aumentar ou não, dependendo do “comum” construído.

Esses dois episódios da minha experiência com Letícia (a entrega das chaves e a saída de sua filha comigo) demonstram confiança. Parece ter sido construído um “comum” entre nós. Desde o momento em que Letícia abriu a porta de sua casa ela foi receptiva – pareceu ter essa “abertura ao outro”, que também aparece no simples fato de receber pessoas pelo CS. Ela

deixou de sair com seus amigos no final de semana em que eu estive lá para sair comigo, ela queria saber da minha vida, pagava minhas passagens nos ônibus, se preocupava comigo. Esse “comum” não foi “alguma coisa em comum”, um gosto por músicas ou filmes, por exemplo, mas algo que foi construído, ao que parece, partindo de nosso interesse um no outro: eu queria ter minha primeira experiência no CS para iniciar minha pesquisa e ela queria conhecer um brasileiro.

Apesar das atitudes gentis de Letícia, não devemos encarar sua disposição, assim como a de outros anfitriões, unicamente como expressões da bondade e do altruísmo, pois pode existir o interesse em ganhar algo: suprir a curiosidade de como é aquele estranho, ter companhia, viajar de graça, aumentar as referências, entre diversas outras motivações. Isso não significa que não se pode ser gentil e/ou generoso, mas que essa expressão pode ter motivações egoístas, como o próprio Mauss (2003) sugere na noção de dádiva citada no primeiro capítulo.

Assim, instaurar um vínculo social parece ser essa experiência de inventar um “comum”, nunca fixo e cuja partilha e sentido se atualizam na relação, em fluxo, mobilizando e configurando discursos, ações, usos de tecnologias, pessoas, coisas, visões de mundo e modos de vida. Mesmo os pedidos “impessoais” do CS, motivados unicamente pelo desejo de se hospedar de graça, ou os aluguéis no Airbnb feitos através de reserva instantânea, podem gerar experiências de afetação significativa para ambos e garantir a confiança. Da mesma forma como pedidos bem elaborados, baseados na leitura cuidadosa do perfil do outro, por exemplo, podem, por conta de fatos imprevistos, instituir conflitos e gerar desconfiança. É por isso que o “comum” é sempre circunstanciado e está sempre se atualizando na relação.

Talvez possamos considerar que o “comum” instaurado entre Letícia e eu começou através do site com o “pedido de sofá” e as mensagens trocadas antes de nos conhecermos pessoalmente, passando pelo abraço (ação física que tem um papel na construção da confiança devido a oxitocina que é produzida nessa ação), pelas conversas, nas quais um demonstrou interesse em conhecer o outro e pelas outras experiências posteriores.

Nesse processo de instauração do “comum”, constitutivo da comunicação, é interessante notar que a empatia não é construída apenas quando se encontra “um igual”, mas também quando se tem disposição para aceitar as diferenças – tal como é necessário para construir o comum, conforme indicado anteriormente. O esforço de tentar se colocar no lugar do outro para entendê-lo ou a curiosidade por ele também são capazes de estabelecer o “comum” enquanto espaço de experiência próprio do encontro entre alteridades, com

inflexões e intensidades próprias às características desse encontro. E para isso é necessário atenção. É preciso “estar presente”.

A partir deste relato de experiência no Couchsurfing, que também pode ser estendido a muitas experiências do Airbnb e às demais iniciativas da economia da confiança, parece evidente a ampliação da confiança entre desconhecidos sem passar, necessariamente, por sistemas peritos ou outras estratégias nas quais se confia por conta do “mediador ou intermediário responsável”. Esse é o aspecto mais relevante no que diz respeito à confiança nas experiências de vinculação social que tenho estudado. Por exemplo: confiar em uma empresa hoteleira que está há cinquenta anos no mercado é diferente de confiar em uma “pessoa comum” que aluga (cobrando ou não) um quarto em sua casa através de um site. Independente das garantias oferecidas por algumas plataformas que parecem se aproximar dos sistemas peritos, como o Airbnb, em larga medida é exigida das pessoas envolvidas maior confiança para colocar um desconhecido dentro de casa.

Esse cenário no qual se confia mais em pessoas e menos nos intermediários (ou nas funções desempenhadas por pessoas) pode ter relação com o que parece ser uma redução da confiança nas grandes marcas, empresas, governos. Uma vez que essas instituições e dinâmicas perdem legitimidade são necessários outros processos uma vez que a confiança “perdida” precisa ser reconstruída para que a sociedade continue, dada sua importância na conexão, em ligar o conhecido ao desconhecido e fazer agir, permitindo ir mais longe nas relações.

Não se trata de sugerir que a confiança em sistemas peritos, em instituições, nos intermediários não seja mais relevante. Pelo contrário, continuam tendo um papel importante. As mudanças não se dão em “saltos”. Apesar disso, é perceptível, sob vários aspectos, como a confiança nas instituições e intermediários tem diminuído.

Podemos perceber essa redução da confiança nos intermediários convencionais ao observar os índices de mensuração da confiança na economia. Em novembro de 2016, o presidente do Banco Central, Ilan Goldfajn, falou sobre a perda da confiança na economia brasileira, destacando que sem confiança as famílias se tornam mais cautelosas no consumo e os empresários postergam os investimentos (SETTI; CARNEIRO, 2016). Neste mesmo mês, tanto o Índice de Confiança de Serviços do Brasil, medido pela Fundação Getúlio Vargas (REUTERS, 2016), quanto o Índice de Confiança do Empresário Industrial, medido pela Confederação Nacional da Indústria (DCI, 2016), tiveram queda pelo segundo mês consecutivo.

O Índice de Confiança Social, medido pelo Ibope (2015), mostra que a confiança nas instituições (governo, empresas, bancos...), entre os anos de 2009 e 2015, esteve entre “alguma confiança” e “quase nenhuma confiança”, sendo o maior número alcançado, entre 0 e 100, “58 em 2009” e o menor, “45 em 2015”. Seguindo essa que parece ser uma tendência de queda na confiança, outra pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos em 2016 indicou que “79% dos brasileiros não se sentem representados” por nenhum dos partidos políticos existentes (IPSOS, 2016).

Outro estudo, publicado em 2017, Trust Barometer 2017, realizado anualmente pela agência Edelman de comunicação, levando em consideração 28 países, entre eles o Brasil, também traz resultados parecidos, indicando a maior crise de confiança nas instituições desde que a pesquisa começou a ser realizada (EDELMAN, 2017). Segundo o estudo, houve uma diminuição na confiança das pessoas nas quatro instituições analisadas: organizações não governamentais, mídia, empresas e governo – sendo a última instituição a que apareceu como menos confiável (EDELMAN, 2017).

Apesar de não se ter clareza da metodologia empregada nessas pesquisas, parece razoável perceber que os dados indicam uma diminuição da confiança em muitas instituições e práticas representativas, que por sua vez pode ser entendida como uma redução da confiança em determinadas formas de vinculação social.

Talvez não seja exagero sugerir que enquanto a confiança em instituições (intermediários) está diminuindo, a confiança entre desconhecidos, como proponho na economia da confiança, parece estar aumentando. A grande quantidade de empresas que funcionam a partir da confiança construída entre pares é enorme – como vimos no primeiro capítulo. Apostamos que aquela experiência pode dar certo, confiamos sem muitas garantias e pegamos carona, enviamos encomendas, fazemos refeições na casa de estranhos, entre outras ações. Após a experiência, em geral positiva, você deixa uma boa referência e outras pessoas, mesmo sem conhecerem você, acreditam no que você disse e as relações seguem aumentando.

O “encontro” da perda de confiança nos mecanismos convencionais com a dinâmica entre pares contribui para os processos a partir dos quais emerge a confiança entre pessoas que tenho observado nas diversas iniciativas da economia da confiança. É por isso que considero aqui a dinâmica entre pares e a confiança entre desconhecidos como dois eixos do que estou chamando de economia da confiança. O primeiro diz respeito ao “modo de funcionamento” e o segundo ao “regulador do processo”, que, conforme indiquei, “fala” da natureza dos vínculos que se estabelecem.

É importante enfatizar que a emergência da confiança entre pares por meio das redes digitais não reduz o papel das relações presenciais. Exemplo disso são os meetings do Couchsurfing que para muitas pessoas funcionam como uma “porta de entrada” na plataforma. Alguns de meus entrevistados disseram ter começado a frequentar os encontros presenciais, escutando histórias e somente depois tiveram coragem de viajar e/ou receber. Além disso, todas as iniciativas da economia da confiança possuem algum tipo de experiência presencial. Interessante notar, inclusive, como as relações presenciais são importantes na construção da confiança. A pesquisa do Ibope (2015) mostra, por exemplo, como se confia mais na família e amigos, ou seja, em pessoas com quem se estabelecem contatos presenciais.

O que parece estar acontecendo é que a confiança que era direcionada a quem se conhecia localmente e a outras pessoas indicadas pelos já conhecidos se amplia uma vez que aumentam as formas de conhecer e interagir com o outro. As referências e os perfis nas plataformas são uma forma de fazer isso.

A importância dessa confiança autodeclarada e construída entre pares pode ser notada nas empresas que se propõem a reunir a reputação de uma pessoa a partir de sua inserção em diferentes plataformas digitais. Essas empresas funcionam baseadas em um algoritmo que recolhe informações de vários perfis em diferentes redes sociais da mesma pessoa, como LinkedIn e Facebook, para criar uma “medição” da confiança. É como se você fosse um superhost no Airbnb e pudesse usar essa reputação no Eat With. O objetivo é criar uma medida de confiança capaz de reduzir os riscos da realização de transações com desconhecidos. É uma espécie de transferência de confiança de uma plataforma para outra. Uma confiança que nos segue. Esses serviços de reputação não são muito diferentes de uma avaliação de crédito que analisa o histórico de pagamento da pessoa. É outro modelo para sistematizar e mediar a confiança. Um exemplo de empresa que realiza esse serviço é a Traity, que defende essa outra medida de confiança como uma maneira de incluir nos serviços financeiros estudantes, imigrantes, freelancers.

Utilizar um algoritmo para traduzir a confiança em números parece mais uma tentativa de instituir um sistema perito baseado no maior número de informações sobre alguém. Pois mais confiança está ligado a mais informações e a tentativa de prever possíveis movimentos da pessoa. Em um mundo no qual nossos rastros são cada vez mais mapeados<sup>74</sup>, o controle dos nossos comportamentos online e off-line é facilitado. Cabe lembrar que essas informações

---

<sup>74</sup> Isso tem relação com a ideia de Big Data, que diz respeito a um grande armazenamento de dados em maior velocidade. Ao “navegarmos” na internet tudo que vemos é armazenado e utilizado como dados capazes de indicar nossos interesses, sendo utilizado, por exemplo, para indicação de publicidades que teríamos interesse.



são levantadas e armazenadas por empresas que fazem da posse desses dados um negócio. Um dos resultados disso é uma perda crescente da privacidade. É como se nossa vida privada fosse gradativamente sendo tornada pública e o processo de esconder os rastros dificultado. Talvez não seja exagero imaginar que é como se fôssemos obrigados a ser na privacidade como queremos ser vistos publicamente. O que importa agora é perceber as tentativas de mensurar a confiança no ambiente digital a partir das relações entre desconhecidos.

Ao considerar como nossa reputação em diferentes redes sociais pode “nos seguir”, é importante notar que em cada site as habilidades requeridas e os serviços oferecidos são radicalmente distintos. Por exemplo, ser um bom vendedor no Ebay não significa que serei um bom host no Airbnb. Sendo assim, não parece estranho minha reputação em um serviço me seguir e cancelar em outro? Esse parece-me um problema presente em todas as tentativas de mensurar a confiança tendo em vista seu caráter circunstanciado.

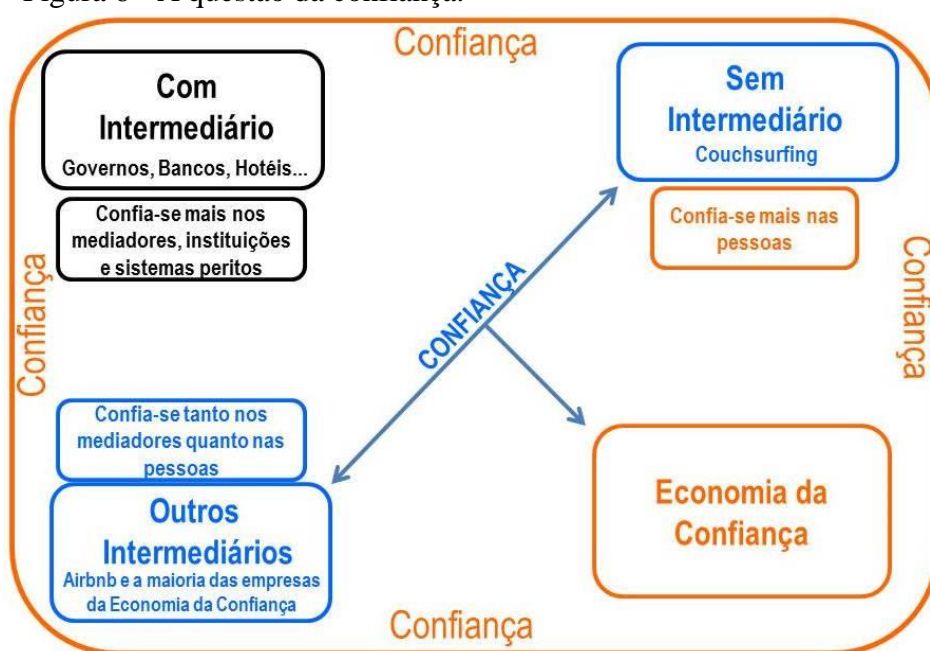
Cabe notar ainda que essa confiança construída entre pares nos permite pensar como, pelo menos em alguns casos, a confiança, fundamental nas relações, passa a ser de responsabilidade dos usuários e não mais dos intermediários. Temos, por exemplo no Couchsurfing, uma confiança que emerge entre os pares desconhecidos e não da mediação da empresa. Assim, as plataformas podem ser consideradas tão confiáveis quanto seus usuários as fizerem. É como uma transmissão de responsabilidade.

Esse cenário no qual nossa reputação nos segue deve ser visto como parte do ambiente de conexão generalizada discutido no capítulo anterior. A ampliação das redes sem fio, da conexão à internet via banda larga e o número de dispositivos conectados funcionam em conjunto com a disposição para confiar em desconhecidos. Um alimenta o outro.

Vale lembrar ainda que a rapidez e a fragmentação do modo de vida contemporâneo, tratado no primeiro capítulo a partir de Richard Sennett, também exige processos mais ágeis e menos burocráticos. Os processos bancários, por exemplo, parecem deslocados nesse mundo: uma transferência de dinheiro entre países pode levar dias para ser efetivada, inúmeras folhas de papel assinadas e rubricadas para garantir segurança, a presença física na agência bancária para abrir uma conta, entre outras práticas que não se encaixam nesse modo de vida. A relação entre desconhecidos parece funcionar como uma forma de otimizar esses processos e nesse contexto surgem plataformas de empréstimo e de transferência de dinheiro entre pares, que embora também utilizem o intermediário para garantir a segurança, dependem também, em última instância, da confiança entre pares desconhecidos. Talvez na tentativa de se adequar a esse cenário é que os bancos Itaú e do Brasil estão oferecendo a abertura de contas através de aplicativo para smartphone (HIGA, 2016).

O que esses exemplos nos mostram são diferentes formas e contextos nos quais a regulação da confiança tem acontecido. Diante disso, cabe repetir que cada forma de regular a confiança configura diferentes experiências de vinculação. As iniciativas que estudei talvez indiquem uma possível tendência a confiar mais em pessoas e menos em instituições. Essa é uma mudança profunda. Viemos de confiar em pessoas localmente para acreditar em sistemas peritos, contratos e parece que estamos voltando a confiar mais em pessoas, ainda que a partir de outros mecanismos de mediação, conforme é possível visualizar na figura a seguir.

Figura 6 - A questão da confiança.



Fonte: Gráfico do autor.

O ambiente urbano parece ter sido arquitetado para evitar a experiência com o diferente (o outro) em nome da segurança: grandes muros, condomínios fechados, grades. No entanto, é fundamental pensar a cidade como um ambiente de convívio com a diferença, conforme sugere o sociólogo Zygmunt Bauman (2009). Com as experiências da economia da confiança temos uma ampliação das possibilidades de conviver com a diferença. Mesmo buscando nossos iguais por meio dos perfis parecidos no CS é sempre uma surpresa se aquela autodescrição realmente retrata quem o outro é, ou como está naquele momento. Ainda mesmo quando não encontro com meu anfitrião do Airbnb que deixou as chaves na portaria ou falo rapidamente com a pessoa que enviará minha encomenda para outra cidade, estou me relacionando com desconhecidos (diferentes) e confiando neles, ou seja, acreditando que outros sistemas de construção da confiança podem funcionar, ampliando as interações com desconhecidos.

Um aspecto essencial da relação entre confiança e processos de vinculação é que toda dinâmica envolve confiança em algum nível, sendo assim, mesmo com a presença da confiança é possível instituir “funções” e não “sujeitos”. Podemos perceber isso na relação que Fukuyama (1996) faz entre cooperação e confiança.

(...) a confiança não é necessária à cooperação: auto-interesse esclarecido, juntamente com mecanismos legais como contratos, podem compensar ausência de confiança e permitir que estranhos criem em conjunto uma organização que trabalhará em prol de um propósito comum. (...). (FUKUYAMA, 1996, p.41).

É como vimos no capítulo anterior, a cooperação entre as pessoas acontece de maneira permanente em nossa sociedade, ainda que nem percebamos, uma vez que já introjetamos os pressupostos da cooperação como princípio ou regra. Com a confiança acontece algo semelhante, de tão presente e necessária em todas as relações, também já internalizamos certas regras e dinâmicas que nos fazem acreditar. É nesse tipo de vínculo presente nas interações corriqueiras e quase automáticas que geralmente se instituem as funções. Isso pode ser percebido em alguns de meus entrevistados, tanto hóspedes quanto anfitriões, que depois de inúmeras experiências a confiança para eles não é mais uma questão, pouco se desconfia e quase não são feitas perguntas adicionais. Contudo, o simples fato da ação ser pouco ou não refletida não garante que sejam instituídas funções. É possível que mesmo depois de incontáveis vivências, independente da plataforma, a pessoa continue aberta às experiências com o outro e disposta a lidar com a diferença.

A influência da confiança nos processos de vinculação pode também ser percebida, a partir de Fukuyama (1996), na relação entre confiança e hierarquia: quanto menor for a confiança existente maior a necessidade de hierarquia.

As hierarquias são necessárias porque não se pode confiar em todas as pessoas o tempo todo, não se pode esperar que vivam sempre de acordo com as regras éticas prevalecentes e que cumpram sua parte. Em última análise, precisam ser coagidas por regras e sanções explícitas na hipótese de transgredi-las. Isso é verdadeiro tanto na economia quanto na sociedade num sentido mais abrangente: grandes corporações devem suas origens ao fato de que é muito mais oneroso negociar mercadorias ou serviços com pessoas a que não se conhece bem ou em quem não se confia. Consequentemente, as empresas consideram mais econômico trazer contratantes de fora para suas organizações, onde podem ser supervisionados diretamente. (FUKUYAMA, 1996, p.40).

Assim, parece-me claro como a confiança funciona de modo a regular os processos de vinculação. Tenho notado que, de modo geral, não parece existir hierarquia, no sentido de um controle central, na forma como a confiança é construída nas experiências da economia da

confiança. No CS não há hierarquia para a construção da confiança tendo em vista que a plataforma apenas sugere algumas “dicas” e não se envolve na garantia da segurança, deixando a responsabilidade de confiar no outro a cargo dos usuários. Já no Airbnb, embora exista a influência da empresa no processo de construção da confiança ao oferecer certas garantias, como vimos, os usuários tem autonomia para acreditar ou não nelas e podem conferir “pesos diferentes” ao que acreditam. Por outro lado, há sim controle hierárquico na gestão de cada uma dessas empresas, mas que não compromete a construção da confiança entre os usuários.

Feitas essas considerações sobre a confiança, cabe agora retomar o foco deste item e a proposição deste capítulo, que é considerar a confiança como uma figura epistemológica da comunicação. Essa proposta surgiu ao perceber que as diversas formas de construir a confiança parecem indicar diferentes processos de instauração do vínculo social por meio de um comum, exatamente o que caracteriza os processos comunicacionais na perspectiva que adotei – conforme já foi indicado. Compreender a confiança como uma figura epistemológica tem relação com seu papel na constituição de modos de ser, como temos visto até aqui, e também de modos de conhecer, que abordarei agora.

Quem ajuda a pensar essas questões, além dos autores(as) já citados, são alguns pesquisadores da área da Psicologia, que também trabalham com o método cartográfico apresentado no primeiro capítulo. Embora sejam de outra área, ao compartilharem da preocupação de estudar os processos de produção social de subjetividade, trazem ideias relevantes ao que almejo neste estudo. Christian Sade, Gustavo Cruz Ferraz e Jerusa Machado Rocha (2013), em um estudo sobre o papel da confiança na pesquisa cartográfica, defendem que confiar implica em uma experiência compartilhada: “(...) confiança – *con fiar* – fiar com, tecer com, composição e criação com o outro/outrem” (SADE; FERRAZ; ROCHA, 2013, p.283).

Essa “experiência compartilhada”, que abordei ao tratar da questão da mutualidade no início deste item, de acordo com Sade, Ferraz e Rocha (2013), amplia nossa potência de agir ao criar (ou permitir) outras conexões com a diferença. Aumentam as possibilidades do que pode vir a acontecer e passamos a ter em nós a “abertura ao outro” já indicada algumas vezes. Contudo, a confiança, na concepção desses pesquisadores da psicologia, tem menos relação com acreditar em um resultado específico e mais com se permitir as possibilidades de criar, afetar e ser afetado, que, em última análise é o que é constitutivo da experiência da comunicação, na perspectiva adotada aqui.

Confiar na potência de um encontro não se confunde com a ideia de completude, identidade ou convergência de interesses e finalidades. Não se trata de confiar em um resultado específico. As alianças fundadas na confiança não se sustentam na identidade de um estado de coisas ou de representações de um futuro, mas em zonas de indeterminação que nos lançam em trajetórias inventivas. (SADE; FERRAZ; ROCHA, 2013, p.284).

Assim, a confiança é entendida como uma condição de criação de realidades e de produção de sentido para a experiência social a partir da qual se percebem outras formas de ser, fazer e conhecer e sem a qual tais possibilidades de criação seriam reduzidas. Para Sade, Ferraz e Rocha (2013, p,285), “uma crise de confiança implica o desligamento dos vínculos, uma atitude de inércia e algo como ‘a morte da sensibilidade’”. Dessa forma, a perda de confiança poderia deixar as pessoas, as coisas, as relações sem significado, de modo que nada mais afetaria o ser. É por isso que Sade, Ferraz e Rocha (2013) sugerem que a confiança é o que nos liga ao mundo.

Essa compreensão da confiança como o que nos induz a criação e a conexão com a diferença está em consonância com a ideia defendida desde o início deste capítulo e nos mostra a confiança como uma figura fundamental no processo de construção do conhecimento e da experiência.

Nas pesquisas com humanos, a relação com a recalcitrância não é apenas uma questão epistemológica, relativa aos modos de conhecer, mas também ética, relativa ao reconhecimento e valorização da experiência do outro. (...). Para que a recalcitrância não seja vivida como ruptura ou quebra da relação é preciso confiar, qualificando a resistência mais como um vetor de diferenciação, um convite para criar novas possibilidades. O que permite que os atores envolvidos na pesquisa reposicionem um em relação ao outro. **A questão da confiança nos permite integrar os dois aspectos, o ético e o epistemológico, apostando, ao mesmo tempo, em novas práticas de conhecimento e novos modos de existir.** (SADE; FERRAZ; ROCHA, 2013, p.290, grifo nosso).

Conforme propõem Sade, Ferraz e Rocha (2013), a confiança permite estabelecer, quando se trata da pesquisa com pessoas, uma relação lateralizada, na qual o pesquisador se deixa afetar e não se coloca como “dono do saber”, permitindo assim a construção de “um plano de experiência comum, que potencializa não apenas sua pesquisa, permitindo que um canal de comunicação seja aberto, mas também permitindo que o campo se expressasse de forma plena” (SADE; FERRAZ; ROCHA, 2013. p.290).

A partir dessa perspectiva é possível considerar que a forma de conhecer está diretamente ligada à confiança. O papel da confiança na produção de conhecimento tem relação com a condição de “abertura ao outro”, que também é importante na instauração do vínculo, conforme vimos. Assim, a função que a confiança tem nos processos de construção

do conhecimento parece semelhante ao que é desempenhado por ela nos processos de vinculação social: regular a relação que será constituída. Diante desse duplo papel da confiança, em regular tanto o ato de conhecer quanto a instauração do vínculo, que caracteriza o processo comunicacional, é que a proponho como uma figura epistemológica da comunicação, tendo em vista que ela irá, nessa perspectiva, tratar da natureza do vínculo que se constitui ao mesmo tempo em que irá indicar a forma de conhecer. A confiança, assim, trata da possibilidade e das condições de conhecer a natureza do processo comunicacional.

Dessa maneira, parece plausível considerar, como tenho feito ao longo deste estudo, a comunicação como o processo de constituição dos vínculos que organiza os modos de vida e os processos de produção subjetiva, o que implica pensar o processo comunicacional como o próprio processo de constituição de sujeitos. Trata-se, então, de compreender o processo comunicacional como as dinâmicas nas quais os sujeitos se constituem. Diante disso é que a confiança pode ser entendida como uma figura que regula o funcionamento dos processos de vinculação social, ou comunicacional, isto é, de constituição dos sujeitos. Dependendo de como a confiança é construída é que se constituem diferentes sujeitos, ou, se preferirmos, sujeitos e funções, entendendo estes como dois extremos das formas de expressão da experiência subjetiva, estando os sujeitos entre essas duas formas de expressão.

Além disso, não podemos perder de vista a compreensão da confiança como o que regula não apenas a instauração do vínculo, mas também a forma de conhecer e legitimar o processo comunicacional. A abertura ao outro influi tanto no sujeito que irá conhecer quanto no que se constitui no processo de vinculação social. Se são nos processos de vinculação que os sujeitos se constituem, isto é, nos processos comunicacionais, uma vez que só existem em relação, o sujeito que irá conhecer é mais um integrante desse processo, que se constitui na medida em que também constrói o fenômeno. Conhecer e fazer são dimensões que parecem estar juntas nessa perspectiva. Assim, a confiança, entendida como figura epistemológica da comunicação, indica esse sujeito de conhecer e fazer, que não existe antes da relação de conhecimento, tornando impossível conhecer sem estar inserido no processo.

Assim, a comunicação não trata de um “por em comum”, e sim da experiência de inventar um “comum” nunca fixo e cuja partilha e sentido se atualizam na relação, em processo, mobilizando e configurando práticas, discursos, usos de tecnologias, pessoas e coisas, visões de mundo e modos de vida.

Se a confiança tem um papel tanto no ato de conhecer quanto de constituição do sujeito, sendo que diferentes formas de confiar instituem distintos conhecimentos e sujeitos, a economia da confiança, diante do que foi visto até aqui, é caracterizada por particulares

processos de vinculação, que são favorecidos pela dinâmica entre pares, que trata do seu modo de funcionamento, pela emergência de outros processos de construção da confiança entre desconhecidos, que evidenciam os processos de constituição de sujeitos ao regular as dinâmicas e, finalmente, partem de outra premissa, pouco usual nas sociedades contemporâneas: a abundância – a qual irei me dedicar no próximo capítulo para compreender os processos de vinculação que caracterizam a economia da confiança em geral e o Airbnb e o Couchsurfing em particular.

## 4 A ABUNDÂNCIA DE RECURSOS

Segundo relato de um dos fundadores do Airbnb, Joe Gebbia (2011), Harrison, que construiu uma casa na árvore em Vermont (EUA) para seus filhos quando eram crianças se perguntou o que fazer com ela após os filhos terem crescido. Decidiu alugar pelo Airbnb e com o valor que recebia estava pagando sua hipoteca. Atualmente, há uma lista de espera para se hospedar na casa de Harrison. Olhei o calendário pela última vez em dezembro de 2016 e as próximas datas disponíveis são quatro dias em novembro de 2017, dois dias em dezembro de 2017 e nos próximos meses, até dezembro de 2018, os dias livres variam entre dois e oito por mês. Harrison é apenas um exemplo das pessoas que possuem espaços ociosos e estão dando um fim útil a eles.

No primeiro capítulo vimos alguns exemplos de plataformas através das quais pessoas são conectadas para venda, troca ou empréstimo de objetos ociosos, bem como para “alugar” sua “força de serviço” nas horas vagas. Além dos exemplos citados, é crescente o número de aplicativos, sites e grupos em plataformas como o Facebook que conectam pessoas para esse tipo de atividade.

O que todas essas iniciativas parecem ter em comum são esses três aspectos: tecnologias que permitem a conexão entre pares para que essas relações aconteçam, a disposição para confiar em estranhos e a existência de bens, espaços e tempo ociosos. Após tratar dos dois primeiros eixos da economia da confiança resta abordar o último: a abundância de recursos, que tem relação com a ociosidade. Este talvez seja o mais controverso e curioso eixo. Afinal, como sugerir a existência de abundância em um mundo no qual os recursos são finitos? A abundância, que se relaciona ainda com outras formas de gestão e distribuição, indica outra premissa que orienta a constituição dos sujeitos. É esta a última perspectiva que interessa a este estudo.

Para tratar da questão central deste capítulo, a abundância como premissa da economia da confiança, inicialmente, vamos refletir sobre o que estou chamando de premissa visando compreender seu papel nos processos de vinculação social em questão. Em seguida, abordarei o aspecto do empreendedorismo para observar a contribuição disso aos sujeitos que se constituem e também para refletir sobre as dinâmicas de funcionamento das empresas. Posteriormente, discutirei a noção de escassez e a possibilidade de construir a abundância, sublinhando dois aspectos: a priorização do acesso em detrimento da propriedade e a noção de custo marginal próximo a zero. Por último, apresentarei uma sistematização da economia da



confiança a partir de uma reflexão sobre os fundamentos morais das relações econômicas, que nos permitirá considerar a dinâmica econômica como uma dimensão inerente aos processos de vinculação, influenciando na constituição dos sujeitos e nos auxiliando a refletir de maneira conjunta sobre a dinâmica entre pares, a confiança entre desconhecidos e a abundância de recursos, que considero os três eixos do estou chamando de economia da confiança.

#### **4.1 Das premissas às dinâmicas**

Yochai Benkler (2011) questiona a ideia de que os seres humanos são movidos unicamente pelo interesse próprio e defende que as pessoas podem reagir de maneira cooperativa em determinadas situações e de forma egoísta em outras. A questão é que são necessários mecanismos que sustentem e incentivem práticas cooperativas (BENKLER, 2011). Benkler (2011) segue raciocínio parecido com o de Oswaldo Oliveira, quando este último criou a Laboriosa<sup>89</sup>, e lembra que vivemos baseados em modelos, seja na economia, na política, ou em outras áreas, que reforçam e/ou são fundamentados no interesse próprio e na escassez.

Benkler (2011) sugere ainda que a força da ideia do interesse próprio na sociedade ocidental é baseada em duas suposições. A primeira é a que inspirou o Leviatã de Thomas Hobbes, de que os seres humanos são fundamentalmente egoístas e a maneira de lidar com pessoas assim seria um governo forte que possa intervir e controlar. A segunda é a proposta de Adam Smith da “Mão Invisível”, segundo a qual nossa busca por satisfazer o interesse próprio iria suprir as necessidades de todos não porquê nos preocupamos com o outro, mas por ser mutuamente vantajoso. Embora as duas ideias sejam diferentes elas tem o mesmo ponto de partida: a crença no egoísmo da humanidade (BENKLER, 2011).

Essas ideias podem ser vistas como espécies de premissas que orientam, seja de maneira consciente ou inconsciente, as formas de viver (pessoais ou institucionais). No caso da “crença no egoísmo da humanidade” citada por Benkler (2011), ela acaba gerando dinâmicas e formas de vínculos sociais baseadas no incentivo através da compensação, punição e controle hierárquico. Escolas, igrejas, empresas, famílias, relacionamentos amorosos, amizades, brincadeiras infantis... Talvez não seja exagero considerar que em quase todas as relações das quais fazemos parte existem elementos de controle hierárquico,

competição e sanção – ainda que eles não sejam (como nada é) permanentes ou sempre presentes, mas, em algum momento da relação, aparecem.

Como vimos no capítulo anterior, uma das explicações para isso é a ausência da confiança, que precisa ser construída em qualquer relação: quanto maior a confiança menor a necessidade desses elementos de controle. Outra justificativa, no âmbito da economia, está em uma ideia proposta pelo economista Ronald Coase, em um trabalho publicado em 1937 e que se tornou muito conhecido, “The nature of the firm”, no qual propõe uma explicação coerente para a existência das organizações econômicas hierárquicas: elas surgem para minimizar os custos das transações (controle das produções, contratações, distribuição) (COASE. 1937). Esse entendimento é adequado à economia industrial em expansão no início do século XX e permanece presente até hoje em diversas organizações, não só econômicas, tendo em vista que reduzir os custos das transações não diz respeito somente as finanças, mas a otimização dos funcionamentos de modo geral.

Afinal, como todas as pessoas de uma cidade irão definir se o mais importante é construir um hospital ou uma escola? Deveriam ser realizadas votações para todas essas decisões? Não! Elegem-se representantes, que por sua vez fazem parte de partidos que também escolhem seus representantes internos, como os presidentes e tesoureiros. Nas outras organizações, sejam escolas, empresas, associações de bairro, temos também os dirigentes, coordenadores gerais e de áreas. Ou seja, para lidar com a gestão otimizada das instituições (sejam pequenas ou grandes, públicas ou privadas) repartimos para melhor controlar, pois se deixarmos o outro sem controle (uma pessoa com uma função superior, um prazo, um tipo de sanção) o processo pode não funcionar. Interessante notar que mesmo no caso em que confiamos nos escolhidos para determinada função a divisão e o controle estão presentes por serem uma maneira de gerir reduzindo custos e agilizando processos.

No entanto, o professor e consultor americano Clay Shirky (2012) afirma que as ideias de Coase (1937) faziam sentido naquela época porque eram uma maneira de otimizar as relações e os serviços. No entanto, atualmente, diante das facilidades de conexão existentes (dinâmica entre pares), aquelas ideias não se sustentam mais (SHIRKY, 2012). Hoje experimentamos outras condições: “popularização” das preocupações ambientais, problemas de mobilidade, ampla conexão – como citei no primeiro capítulo. Essas outras condições solicitam alterações nas maneiras de viver, ou seja, outras formas de vinculação social.

Nos anos 1990, conforme observei em outro estudo (COSTA, 2012), no âmbito das chamadas organizações não governamentais, teve início o que chamei de uma “profissionalização dos ativistas e militantes” que, na maioria das vezes, atuavam nessas

instituições desenvolvendo praticamente todas as funções, o que tem relação com as tecnologias digitais de comunicação, uma vez que em um único dispositivo (computador conectado à internet) é possível desenvolver praticamente todas as ações de um projeto: escreve-se o projeto e sua planilha de custos, submete-se a um edital, realiza-se o projeto por meio de oficinas ou da produção de conteúdo (ações comuns na área da comunicação) e escreve-se o relatório de prestação de contas do projeto. Tudo isso feito pela mesma pessoa.

De alguma forma, essa experiência pode ser vista como uma espécie de presságio do que diz respeito às mudanças nas formas de organização e controle. Conforme vimos nos capítulos anteriores, estamos muito além disso: instituição de ensino sem professores, como a Universidade 42, políticos que devem agir não conforme disseram que fariam nas eleições, mas a partir do que todos os interessados “disseram” através de um aplicativo, como o *DemocracyOS*, geração da própria energia consumida em casa, entre incontáveis outras experiências, inclusive as da própria economia da confiança, como as que são objetos deste estudo.

Nesse contexto, como vimos, houve uma ampliação significativa na forma e na quantidade de pessoas com as quais nos relacionamos, o que tem relação com os aprimoramentos frequentes nos meios de transporte e comunicação. Uma das maiores redes sociais digitais do mundo, o Facebook, de acordo com a reportagem de Capelas (2016), afirmou que qualquer pessoa que tenha perfil neste site, dentre seus bilhões de usuários, está distante, em média, 3,57 graus (pessoas) de qualquer pessoa do mundo. Independente da veracidade desse dado, há uma inegável expansão no número de pessoas com as quais podemos interagir (presencialmente ou não).

Esse aumento na conexão é acompanhado por uma necessidade de convívio com a diferença. São pessoas de diferentes línguas, costumes, origens étnicas e geográficas, outros modelos de família, de experiências espiritual/religiosa. O que implica em mudanças significativas nos processos de vinculação.

Em 2011, uma pesquisa realizada pela Box 1824<sup>75</sup> (2011) sobre o Brasil e seu futuro visto da perspectiva de jovens entre 18 e 24 anos traz alguns dados que podem auxiliar nessa reflexão. Os entrevistados da pesquisa fazem parte da chamada “geração Y” ou *millennials*, que corresponde aos nascidos entre a década de 1980 e a década de 1990. Essa faixa etária foi escolhida por ser vista como um “centro primário de influência”, tanto para os mais jovens, que aspiram ser como eles, quanto para os mais velhos que se “insiram em seus valores e

---

<sup>75</sup> Empresa de pesquisa de tendências em consumo, comportamento e inovação.

comportamentos” (BOX 1824, 2011). Foram entrevistados mais de 3 mil jovens em 146 cidades visando detectar seus desejos de mudança e antecipar “para onde parece ir” esse “novo” Brasil. Na época em que a pesquisa foi realizada o Brasil estava vindo de cerca de uma década de estabilidade política e desenvolvimento econômico, tinha entrado no BRIC<sup>76</sup>, sediaria a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016, o que pode ter contribuído para o fato de que 87% dos entrevistados consideram o Brasil um país importante para o mundo (BOX 1824, 2011).

Segundo a pesquisa, há um novo sentido para o trabalho, que estaria sendo visto como o caminho para buscar estabilidade financeira, mas também realização pessoal – essas duas dimensões passam a ser vistas juntas (BOX 1824, 2011). Essa mudança parece ser corroborada por Sennett (2012a) ao analisar duas gerações diferentes, na figura de um pai imigrante italiano nos Estados Unidos e na de seu filho, nascido nos EUA. Sennett (2012a) observou que o pai considerava que a função do trabalho era servir a família – uma percepção de conquista cumulativa, separação entre o tempo do trabalho e o momento com a família (ainda que precisasse trabalhar horas extras para ganhar mais) e certa segurança e previsibilidade. A geração de seu filho também seria caracterizada pela lógica do *self made man*, mas no contexto de uma “sociedade flexível”, sem longo prazo, assinalada por relações de trabalho marcadas pela instabilidade, mudança frequente de emprego, um trabalho sem hora determinada, frequentemente “invadindo” sua vida pessoal, e uma busca por ir além do seu pai e de se satisfazer pessoal e profissionalmente. Parece-me que a geração do filho analisada por Sennett (2012a) já era um “embrião” do que viria a ser considerado como “geração Y”.

Outro aspecto interessante indicado pela pesquisa da Box 1824 é que o jovem parece se perceber como um agente de transformação a partir da realização de pequenas ações cotidianas que começam a impactar “grandes sonhos coletivos”: 74% dizem se sentir na obrigação de fazer algo pelo coletivo em seu cotidiano (BOX 1824, 2011). Por outro lado, embora tenham essa vontade, 70% não participa. Sendo que a “atuação coletiva” não é mais vista, unicamente, em vinculações político-institucionais ou através da figura do mártir – aquele que precisava se doar inteiramente a uma causa, morrendo por ela, se fosse o caso (BOX 1824, 2011). A ideia de representatividade política parece perder força ou sentido: 83% acreditam que poder político concentrado em poucas pessoas é o grande problema do Brasil (BOX 1824, 2011). Talvez a ausência de sentido na representatividade tenha relação com o

---

<sup>76</sup> Acrônimo que se refere a Brasil, Rússia, Índia e China, países que tem sido considerados como em desenvolvimento.

fato desta ser uma geração que já “nasce conectada”, ou seja, a “dinâmica entre pares” é algo muito presente – ainda que se esteja falando de um grupo composto apenas pela metade da população do país que tem acesso à internet.

Há ainda a percepção de que o seu “bem estar” depende do “bem estar” da sociedade em que vivem (77% acham isso) (BOX 1824, 2011). Diante disso, parece possível inferir que as satisfações pessoais e coletivas passam a ser percebidas juntas. Isso remete à ideia de “consciência biosférica” (RIFKIN, 2016) tratada no segundo capítulo, que diz respeito a uma espécie de expansão da empatia decorrente da ampla conectividade da sociedade. Pode parecer de outra natureza, mas vejo essa questão relacionada a outro dado: 77% dos jovens sentem-se livres para experimentar diversas religiões (BOX 1824, 2011). A dinâmica entre pares, permitida pela ampliação da conexão entre pessoas e coisas<sup>77</sup>, contribui para o contato com a diferença e pode auxiliar na percepção de que o outro não seja tão diferente e que apesar das diversidades vivemos em um só planeta e o equilíbrio pode favorecer o bem estar coletivo, que é também o individual.

É provável que você esteja questionando a validade de utilizar dados de uma pesquisa realizada em 2011, antes da chamada “crise”<sup>78</sup> evidenciada principalmente nas áreas política e econômica no último ano no Brasil. Se essa pesquisa da Box 1824 fosse realizada hoje talvez trouxesse outros resultados. No entanto, penso que esses dados ainda são úteis porque apesar dessas “crises visíveis” existem inúmeras “pequenas” mudanças acontecendo que ainda parecem concordar com as indicações da pesquisa e, principalmente, elas vão ao encontro da grande mudança que parece estar existindo: a premissa da abundância substituindo a da escassez. Mas vamos com calma.

Os dados da pesquisa da Box 1824 citados podem insinuar que esses jovens entre 18 e 24 anos sejam “bonzinhos” e “altruístas”, mas não se trata disso. Botsman e Rogers (2011) defendem que essa geração, *millennials*, é tão competitiva e ambiciosa quanto qualquer outra na história, mas possuem um sistema de valores diferente dos seus pais, e mais parecidos com os de seus avós, pertencentes à geração pós-guerra. “Embora os *millennials* tenham sido criados em meio a abundância e oportunidades inimagináveis para seus avós, essa abundância veio acompanhada de um custo real” (BOTSMAN; ROGERS, 2011, p.46). Por isso os *millennials* compreendem os custos inerentes as experiências de produção e consumo desmesurado. Apesar disso, ou por conta disso, “(...) é esta geração de crianças ‘sem valores’

---

<sup>77</sup> Tratada no capítulo dois ao abordar a “internet das coisas”.

<sup>78</sup> Refiro-me a fatos como as manifestações de 2013, o impeachment da presidente eleita, as altas nos índices de inflação e juros, entre outros problemas.

que está mudando o mundo com invenções sofisticadas” (BOTSMAN; ROGERS, 2011, p.46).

A maioria das iniciativas da economia da confiança, citadas no primeiro capítulo e que parecem auxiliar em transformações expressivas nas formas de viver, foram criadas por empreendedores com menos de trinta anos. A jornalista Mariana Castro (2014) publicou um livro “sobre quais eram e o que estavam fazendo as jovens e promissoras empresas brasileiras, e os talentos por trás de cada uma delas”. A partir de sua pesquisa, dedicada à nove empresas, ela indicou uma espécie de perfil desses empreendedores que reforça a ideia percebida por outros estudos já apresentada aqui.

Parecem estar em busca de um trabalho que dê sentido para a vida. Que tem a ver com propósito. Em que podem construir relações com pessoas pelas quais se interessam e admiram. Por isso trocam cargo e estabilidade por motivação, prazer e diversão. Sem jamais abrir mão de reconhecimento. Seus fundadores fazem parte de uma geração que surgiu depois da revolução digital, que tem acesso a um volume enorme de informação, além de ferramentas que possibilitam construir o que desejam. É a geração para a qual tudo é possível. Não faltam conteúdo e instrumentos para construir o que se quer. Sabem usar o conceito de rede tanto para pesquisar assuntos pelos quais se interessam e trocar informações, como para divulgar novas ideias e novos negócios. Também usam a rede para atrair projetos dos quais querem fazer parte e para montar equipes multidisciplinares para trabalhar em cada um deles. (CASTRO, 2014, p.10).

Assim, o empreendedorismo parece emergir como um fenômeno expressivo no contexto da economia da confiança. Nos últimos anos, houve um crescente número de Startups no Brasil e no mundo, como as empresas da economia da confiança. No Brasil, de acordo com a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor*, realizada em 2015, a taxa de empreendedorismo foi de 39,3% – a maior nos últimos 14 anos (ASN, 2016).

Diante disso, vale aprofundar a reflexão sobre esse ambiente empreendedor tendo em vista que ele parece fazer parte dos processos de construção dos vínculos que estou analisando. Esse contexto pode ser útil também para pensar a questão da “crença no altruísmo e/ou no egoísmo” e o que estou chamando de premissa que compõe a economia da confiança, isto é, os valores, as crenças e ideias que orientam e legitimam a atuação e constituição dos sujeitos.

É fundamental observarmos como a importância e o lugar que o empreendedorismo passa a ter não aparece de uma hora para outra, mas paulatinamente. O sociólogo Luc Boltanski e a socióloga Ève Chiapello (2009) lembram que desde os anos 1960, no âmbito empresarial, já existia certa “oferta de libertação”, uma espécie de liberdade vigiada acessada apenas pelos executivos. Nos anos 1990, há uma ampliação disso e as “palavras de ordem são

criatividade, reatividade e flexibilidade (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p.121). Essa percepção é correlata à de Sennett (2012a), mencionada anteriormente, ao falar de duas gerações da mesma família.

O fato é que as mudanças nos valores das gerações, as outras possibilidades de conexão através do digital e as reorganizações no âmbito do trabalho contribuem para esse “ambiente empreendedor”, isto é, para experimentações de modelos de gestão e outros vínculos entre as pessoas e destas com a empresa – conforme temos visto e continuarei a tratar. Por exemplo, no caso do Airbnb, é curioso notar como alguns funcionários da plataforma são também anfitriões e hóspedes que a utilizam. A empresa, inclusive, de acordo com o site InfoMoney (2015), incentiva as viagens dos funcionários: anualmente recebem 2 mil dólares para viajarem para onde quiserem. Assim, o perfil dos funcionários é também o dos hóspedes e/ou anfitriões, ou seja, vidas pessoal e profissional, de alguma maneira, parecem coincidir. Ainda que não esteja escrito em seu perfil que a pessoa trabalha no Airbnb, isso pode ser facilmente descoberto em uma conversa, a menos que se queira esconder. Diante de tal relação, se um funcionário/hóspede quebrou algo durante sua estadia e não comunicou ao anfitrião e/ou causou qualquer outro problema, isso pode constar em seu perfil e interferir em seu trabalho; ou, ao contrário, esse funcionário/hóspede pode funcionar como uma propaganda da empresa mesmo em seus dias de folga.

Essa relação difere da existente em uma rede hoteleira que oferece descontos para seus funcionários se hospedarem em hotéis da rede durante suas viagens de férias porque uma descrição de como foi a estadia não ficará exposta no “perfil do hóspede ou do hotel”, em forma de “referência”, que além do mais é uma instituição, e não pessoa física, e não se trata da residência (ambiente privado) do outro.

Diante disso, parece-me pertinente considerar que esse funcionário/hóspede/anfitrião deva ser um exemplo de conduta, isto é, seguir à risca as orientações da empresa no que diz respeito a como ser um bom hóspede ou anfitrião. Assim, a conduta profissional parece entrar na vida privada, no âmbito doméstico, envolvendo, talvez, toda a família. É como se sua função de profissional não se “desligasse”, nem mesmo em suas viagens de férias. Isso sem contar o fato de poderem trabalhar a distância, respondendo mensagens e administrando o site a qualquer hora. Segundo o site InfoMoney (2015), no Airbnb podem ainda levar o animal de estimação para o escritório, o que talvez ilustre também essa “mistura” de trabalho e vida privada.

É possível notar uma dinâmica parecida em outras experiências. Os espaços de coworking com piscina, cerveja e outras áreas de “lazer” exemplificam isso, assim como o

“Casa de Viver” (tratado na página 26), no qual se pode trabalhar e brincar com o filho no mesmo espaço físico. São exemplos e lugares diferentes, mas que parecem ter em comum arranjos singulares entre figuras como pai/mãe-funcionário, lazer-trabalho, vidas profissional/pública-privada.

Esse funcionamento lembra-me um aspecto do que Deleuze (2010) chamou de “sociedade de controle”, na qual nunca se para de trabalhar, nunca se termina nada. Essa junção de vida pessoal e profissional faz parte dos processos de vinculação que moldam a forma como os sujeitos vivem, alterando suas relações com o espaço e o tempo, com a família, o lazer, o trabalho e sua visão de mundo. É importante notar que essa forma de constituir vínculos não está presente apenas nos funcionários do Airbnb que utilizam a plataforma, mas também em todos os anfitriões, que além dos seus outros trabalhos administram hóspedes no tempo que sobra de sua rotina diária, atuando entre a vida pessoal do ambiente doméstico, com suas idiosincrasias, e a formalização de ser um anfitrião do Airbnb que oferece um serviço. Com o Couchsurfing parece ocorrer uma dinâmica parecida. Ainda que não envolva pagamento, existe o compromisso em atender e criar espaço para o outro, o que tem implicações para a sua reputação na plataforma.

Esses arranjos entre as vidas privada e pública e o não “desligar do trabalho”, do qual fala Deleuze (2010), são característicos do que Negri chamou de “trabalho imaterial”, que pode ser entendido como “o conjunto das atividades intelectuais, comunicativas, afetivas” (NEGRI, 2003, p. 92). É importante enfatizar, segundo o entendimento de Hardt e Negri (2005), que embora os trabalhadores envolvidos exclusivamente na produção imaterial não sejam tantos, do ponto de vista numérico, a questão é que as características dessa forma de produção tendem a transformar as outras formas de trabalho e toda a sociedade. Não é mais, somente, como já indiquei anteriormente neste capítulo, o patrão que possui os meios de produção e cede aos empregados por certo período de tempo para que possam elaborar um produto específico. Existem modelos, como no caso do Airbnb ou do CS (ainda que não envolva pagamento), no qual um sujeito, em sua residência (outro ambiente), produz em seu computador (sua propriedade), no horário que julgar melhor e se organiza em um site com a função de administrar os fluxos e funcionar como vitrine<sup>79</sup>. Contudo, tanto o Airbnb quanto o CS, bem como outras empresas citadas no primeiro capítulo, não se resumem ao aspecto imaterial.

---

<sup>79</sup> Pode parecer óbvio, mas faço questão de enfatizar como esse modo de trabalhar, ou processo de constituição desse “sujeito empreendedor”, tem relação com a dinâmica entre pares (especificamente com o que foi tratado sobre infraestrutura) e a confiança entre desconhecidos. Esses outros dois aspectos são fundamentais na organização desse modo de vida.



Especificamente no caso da hospitalidade, os funcionários, distribuídos nos escritórios ou em suas próprias casas, têm como função administrar as reservas, gerir a segurança e todas as funções do site, isto é, promover um bom espaço de relação entre anfitriões e hóspedes. De certa forma, talvez seja possível considerar que o Airbnb e o CS trabalhem com um “produto imaterial”, tendo em vista que essas empresas não são proprietárias dos locais disponíveis e sua função básica é gerir fluxos, assim como empresas como Facebook e Google. No entanto, as acomodações em todo o mundo são locais físicos, ainda que de propriedade de outras pessoas que resolveram “participar” da plataforma. São empresas que administram fluxos imateriais, mas não para fins imateriais. Além disso, não parece plausível limitar o Airbnb e o CS aos funcionários nos escritórios, já que a “matéria prima” está entre os muitos desconhecidos ao redor do mundo.

No que diz respeito aos anfitriões do Airbnb, estes geram renda a partir de “objetos diários” – talvez seja possível considerar da “posse dos meios de produção”: sua casa, sua cama, suas louças. Nesse modelo, quem aluga sua residência, ou parte dela, ganha dinheiro extra com algo que já tem e não usa, ou que pode compartilhar; monetizando seus espaços e mostrando a uma plateia de milhões de pessoas pelo Airbnb.

Seria possível falar em “exploração” dos proprietários do Airbnb (e também do CS)<sup>80</sup> sobre as pessoas que colocam seus lugares à disposição, tendo em vista que a empresa está milionária e os anfitriões, no máximo, incrementam sua renda? Os anfitriões, ao desejarem participar e ao se disporem a fornecer sua casa, são uma das condições de possibilidade para a existência do Airbnb, mas sem a plataforma não seria possível o incremento da renda. Até existem outros sites como o Airbnb pelo mundo, mas ainda tímidos e funcionando de maneira semelhante.

Levando-se em consideração as ideias de Trebor Scholz (2016), citado no primeiro capítulo, certamente o Airbnb, assim como as outras plataformas que funcionam neste modelo, e não apenas as de hospitalidade, podem ser encaradas como um novo nível de exploração, que ele chama de “capitalismo de plataforma”. Scholz (2016) considera ainda que essas empresas podem ser uma boa oportunidade para estudantes e pessoas que possuam uma segunda casa ou queiram ganhar dinheiro extra entre um trabalho e outro. No entanto, para muitos trabalhadores é uma “armadilha” precária de baixos salários (SCHOLZ, 2016).

Para Scholz (2016), usando a linguagem do empreendedorismo, da flexibilidade, da autonomia, essas plataformas centralizadas se satisfazem no fato de terem lançado modelos de

---

<sup>80</sup> Essa é uma reflexão válida também para outras plataformas da economia da confiança.

negócios que não requerem, ou pouco necessitam, de uma estrutura física própria. Ainda segundo o autor, essa é uma forma de estender o livre mercado em áreas de nossas vidas que antes eram privadas (SCHOLZ, 2016). Nesse ambiente, há ainda perdas de direitos trabalhistas e desresponsabilização das empresas, tendo em vista que são modelos de negócios não previstos nas legislações, não pagando impostos nem oferecendo segurança a seus “trabalhadores”, que nem sequer são vistos como “funcionários”. Parece uma espécie de “formalização do bico”. No primeiro capítulo, no subitem 1.1.5, citei exemplos disso ao abordar a Uber.

É importante não considerar o fenômeno da “precarização dos empregos” uma novidade. Conforme mostram Boltanski e Chiapello (2009), tomando como referência os empregos temporários, eles “se desenvolveram de maneira considerável na segunda metade da década de 80” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p.121). O fato das empresas da economia da confiança, como Uber e Airbnb, por exemplo, não perceberem seus motoristas ou anfitriões como funcionários talvez possa ser visto como uma espécie de intensificação da “precarização do emprego”. Assim, essas formas “precárias” e “instáveis” de trabalho parecem fazer parte dos processos de vinculação da economia da confiança.

Uma alternativa proposta por Scholz (2016) é a criação do que ele chama de “cooperativismo de plataforma”. Conforme já citado, trata-se também de utilizar a dinâmica entre pares e conectar as pessoas para compartilhar bens e serviços, o diferencial seria a propriedade e a gestão que não se daria de maneira centralizada por uma empresa, ou outro intermediário, mas seria de propriedade dos próprios envolvidos no processo.

Uma ferramenta que pode vir a facilitar isso é o chamado “blockchain”<sup>81</sup>, uma espécie de banco de dados que funciona armazenando, controlando e validando os registros de cada transação. Essa tecnologia pode substituir a empresa mediadora (a Airbnb ou a Uber, por exemplo) uma vez que pode fazer, de maneira automática, o controle das transações. O blockchain não está armazenado em apenas um local físico, funciona de maneira distribuída através de incontáveis dispositivos que atuam em conjunto para validar as transações, tornando mais difícil a realização de uma fraude, pois para isso acontecer seria preciso alterar toda a rede de dispositivos, ou seja, todos os registros já realizados. Scholz (2016) também apresenta ressalvas quanto ao blockchain, pois utilizar esta tecnologia seria uma forma de delegar a confiança de instituições centralizadas para uma arquitetura técnica; sendo também

---

<sup>81</sup> É a mesma tecnologia presente na chamada *Bitcoin* (a primeira criptomoeda criada no mundo) que utiliza um controle descentralizado, ao contrário de um sistema bancário.

uma forma de não confiar uns nos outros, mas em uma espécie de algoritmo (SCHOLZ, 2016).

Além desse aspecto da relação entre a empresa e as pessoas, porventura os anfitriões, tanto do Airbnb quanto do CS, que em alguns momentos também podem ser hóspedes, não fariam parte da empresa? Ou seriam simplesmente usuários? Mas usuários que oferecem a “matéria prima” que permite a existência do serviço? Eles não integram formalmente a empresa, menos ainda participam dos lucros. É um lugar, no mínimo, “nebuloso”.

A forma de relação entre a empresa e as pessoas que utilizam o serviço parece nos convidar a sair dos lugares dicotômicos e já conhecidos. Estamos diante de mais um exemplo do que vimos no segundo capítulo: a cooperação não é algo essencialmente bom, como no caso aqui citado, no qual aparenta funcionar como uma forma de exploração por parte das empresas. Assim, parece também que as “figuras” nas relações de trabalho não estão mais tão claras, como “patrão” e “empregado” ou “explorador” e “explorado”.

Após essas reflexões em torno da questão do empreendedorismo e do funcionamento das empresas podemos voltar às ideias de Benkler (2011).

Esse ambiente de conexão entre estranhos, especialmente através das redes digitais de comunicação e de convívio com a diferença, contribuiu para que Benkler (2011) questionasse aquela premissa da “crença no egoísmo da humanidade”. Ele lembra que para outros pensadores, como Jean-Jacques Rousseau, David Hume, os filósofos anarquistas Pierre-Joseph Proudhon e Peter Kropotkin, bem como para Adam Smith no livro “A teoria dos sentimentos morais”, o ser humano é percebido como capaz de empatia, de possuir sentimentos que o leve a agir de maneira cooperativa e generosa e não só movido pelo interesse próprio.

Alguns exemplos já citados parecem indicar essa ação cooperativa que não tenha como única motivação o interesse próprio. Na Wikipédia temos a possibilidade de conexão entre pares desconhecidos que produzem conhecimento em conjunto, ainda que não tenham retorno financeiro ou reconhecimento pessoal. Em espaços de convivência e de serviços sem preços predefinidos<sup>82</sup> nos quais os clientes pagam o valor que considerarem justo, que conheci durante a pesquisa, existem poucos casos de pessoas que não pagam nada, a grande maioria costuma pagar valores elevados. Sendo que o caixa é aberto, isto é, o cliente paga quanto quiser e pode pegar o troco sem que ninguém esteja vigiando. Eu mesmo sempre “me senti obrigado” a pagar o preço que costuma ser pedido em outros estabelecimentos.

---

<sup>82</sup> Refiro-me a dois espaços específicos: o Curto Café, que funciona na cidade do Rio de Janeiro, e o Preto Café da cidade de São Paulo.

Também ilustram isso as pessoas que não se conhecem e cooperam em protestos online, seja para “derrubar sites”, conforme citei no primeiro capítulo, ou apenas “retuitando hashtags”<sup>83</sup>; e as que participam de fóruns de discussão temáticos, como as ligadas ao movimento maker, indicadas no capítulo um e descritas por Anderson (2012b), na qual desconhecidos se ajudam dando dicas de como solucionar problemas em invenções sem ganhar nada na maioria das vezes, nem mesmo reconhecimento.

O aspecto mais importante dessa discussão é, conforme sugere Benkler (2011), o “interesse próprio” e a “cooperação” não são necessariamente excludentes. Vamos tomar como exemplo os usuários do Couchsurfing que raramente viajam, mas que recebem frequentemente. Esses estariam agindo pelo interesse próprio ou de maneira generosa? A generosidade parece estar no ato de acomodar o outro, porém, conforme notei durante a pesquisa, quem oferece hospedagem age assim porque sente satisfação nisso; essa seria, então, uma forma de satisfazer o interesse próprio? Certamente, mas que se dá por meio de uma expressão “cooperativa e generosa”. O que evidencia como essas duas dimensões podem estar juntas, como defende Benkler (2011): os seres humanos podem ser egoístas, mas não o tempo todo.

Francis Fukuyama (1996) parece concordar com essa ideia de Benkler (2011), isto é, os seres humanos podem ser tanto egoístas quanto altruístas.

Não há dúvida de que os seres humanos são, como os economistas dizem, fundamentalmente egoístas e de que perseguem seus interesses egoístas de maneira racional. Mas eles também têm um lado moral no qual sentem obrigações para com os outros, um lado frequentemente em contradição com seus interesses egoístas. (FUKUYAMA, 1996, p.56).

Com isso podemos considerar a ação humana fora de possíveis compreensões puramente maniqueístas, como por exemplo: “os usuários do CS são altruístas e os do Airbnb são egoístas/gananciosos” unicamente pelo fato da primeira plataforma não envolver dinheiro e da segunda sim. Ao longo da pesquisa observei diversos questionamentos, e muitas vezes afirmações, de que o fato do Airbnb requerer pagamento o transformaria em uma iniciativa muito diferente (pior) de outras também da área da hospitalidade que não necessitam (que seriam melhores), como o CS. Não quero com isso insinuar que sejam iguais. O que me interessa é sair da compreensão dicotômica e questionar se a existência ou não da relação financeira configuraria processos de vinculação tão diferentes.

---

<sup>83</sup> Expressão característica da plataforma Twitter que consiste em reproduzir em seu perfil uma determinada frase ou palavra começando com o símbolo “#”. Ao utilizar esse ícone é possível que pessoas sem contato prévio possam visualizar as postagens das outras e interagir.

O CS e o Airbnb oferecem serviços semelhantes, mas a partir de modelos diferenciados. Parece-me que o perfil majoritário das pessoas que participam do CS e do Airbnb é diferente. Uma de minhas entrevistadas disse: “antigamente eu viajava muito usando o CS, mas agora uso mais o Airbnb”. Outra entrevistada, que inclusive é uma referência do CS na cidade do Rio de Janeiro, afirmou: “usei mais o CS, mas agora prefiro o Airbnb”. O CS parece ser, prioritariamente, para quem busca a “experiência com o outro”, já o Airbnb oferece as possibilidades de estar em outra cidade com ou sem o outro<sup>84</sup>. Ainda que nenhuma das plataformas garanta o que irá acontecer, suas propostas indicam o que se pode esperar. Por isso são diferentes e não parece ser possível uma comparação equitativa.

Apesar disso, em ambas é possível falar da instauração de um “comum”, ainda que no CS seja mais evidente pelo fato da proposta do site ser que as pessoas conheçam umas às outras, isto é, pelo menos alguns já utilizam a plataforma pensando na constituição de um “comum”. Enquanto no Airbnb, se isso acontecer, é após a escolha da estadia, é secundário, mas também está presente. Então, no CS, não pela ausência do dinheiro, mas pelo fato de que as pessoas geralmente convivem mais umas com as outras, há maior facilidade para a instituição de processos marcados pela entrega e abertura ao outro, instituindo sujeitos, mas que também não são garantidos. Assim, repito, em ambos os serviços é possível ter experiências conforme o planejado ou não.

Vale lembrar, como citei nos capítulos anteriores, que também no Airbnb existem anfitriões que tratam seus hóspedes com cuidado e atenção: emprestando bicicletas, levando para passear, dando dicas, oferecendo refeições, tudo isso sem cobrar nada extra. Como já foi abordado, há anfitriões que recebem pessoas pelo Airbnb e pelo CS e as tratam igualmente. Sem contar como no CS existem também anfitriões que não se preocupam em compartilhar refeições, não saem com seus hóspedes e, em alguns casos, pouco convivem. Uma de minhas entrevistadas, por exemplo, brasileira que estava viajando com o namorado para uma cidade da Europa, encontrou com sua anfitriã apenas duas vezes. A primeira para receber as chaves do apartamento, conversaram um pouco e a anfitriã disse que estaria fora alguns dias e que poderiam se encontrar novamente no mesmo local, alguns dias depois, para que minha entrevistada entregasse as chaves. Nesse caso a relação no CS foi muito parecida com a do Airbnb.

Essa opção por não definir a “natureza humana” como essencialmente “egoísta” ou “altruísta”, mas sim como algo que oscila entre esses extremos, pode ser vista como correlata

---

<sup>84</sup> Não quero com isso negligenciar a variável “pagamento”, que é relevante, mas relativizar seu peso ao pensar em outras possibilidades que podem, da mesma forma, interferir na escolha.

de duas considerações que fiz nos capítulos anteriores: tanto “cooperação e “competição” quanto falar em “sujeitos e funções” são expressões do “vazio” dos processos de vinculação no qual o “comum” é constituído, isto é, não há determinação prévia do que será engendrado. Isso não significa estabelecer duas formas únicas e concorrentes de constituição dos sujeitos, mas propor “figuras” entre as quais oscilam os processos de vinculação, que podem até ser percebidos de maneira estagnada, mas que, conforme indiquei desde o início, são sempre contingenciais e estão sempre em processo de mudança.

A partir do exposto, uma das questões que podemos tirar como fato é um inegável aumento no que é negociado: mais locais para hospedagem, mais veículos para transporte, mais objetos circulando, mais pessoas interagindo. Quantos locais para hospedagem ainda podemos ter no mundo? Levando-se em consideração que o número de habitantes do planeta e de locais de moradia aumentam ao longo dos anos, parece possível considerar também a existência de um aumento crescente nos potenciais locais para hospedagem disponíveis – ainda que nem todas as pessoas no mundo que possuem uma residência coloquem um espaço disponível em alguma plataforma, como acontece hoje.

Diante disso, e levando-se em consideração o modo de funcionamento das iniciativas de hospitalidade da economia da confiança abordadas aqui, parece possível afirmar que passa a existir uma abundância de locais para hospedagem no mundo. Eles serão objetos de exploração por empresas como a Airbnb ou constituirão iniciativas outras de trabalho libertando as pessoas da exploração? Dito de outra forma, seguindo o pensamento de Trebor Scholz (2016), teremos uma ampliação do “capitalismo de plataforma” ou do “cooperativismo de plataforma”? Impossível dizer, mas uma certeza se repete: há abundância de locais para hospedagem.

Perante o que foi tratado, a dicotomia entre “sujeitos egoístas ou exploradores” e “sujeitos altruístas ou explorados” parece uma falsa questão. A questão central parece ser a “premissa” que se utiliza para pensar a organização do modo de vida. Ser “egoísta” ou “altruísta” pode ser reflexo de uma das duas premissas utilizadas: “abundância” ou “escassez”. Pois se você souber que tem para todos, por que “correr ou passar por cima dos outros para garantir o seu”?

## 4.2 Da escassez à abundância

Conforme defende o economista britânico Lionel Robbins (1945), em uma das primeiras definições contemporâneas de economia – e por muitos ainda a mais aceita – essa ciência teria como característica o estudo das ações humanas resultantes da relação entre as ilimitadas necessidades humanas e os recursos escassos. Assim, a relação entre “desejos ilimitados” e “recursos limitados” (escassez) está na base da economia, isto é, “não tem para todo mundo”.

Nesse sentido cabe lembrar ideias já tratadas que questionam a premissa da “escassez”, como Oswaldo Oliveira, que criou a Laboriosa<sup>89</sup> baseado na afirmação: “o que existe é abundância de recursos, não escassez”<sup>85</sup>. Além desse exemplo, outro já comentado é o acesso (ou mesmo a propriedade) a um conteúdo digital que não inviabiliza o acesso (ou a propriedade) de outra pessoa ao mesmo produto. O diferencial, que será o foco de nossa análise aqui, é como esse fenômeno já muito conhecido no “mundo imaterial” está atingindo o “mundo material”, passando dos “bits aos átomos” (RIFKIN, 2012) devido a outros paradigmas de produção e consumo que estão emergindo. Vimos isto também no campo energético, no qual “pessoas comuns” estão não apenas consumindo energia de grandes empresas, mas também produzindo e distribuindo a partir de suas casas (RIFKIN, 2012). Passar da abundância à escassez, conforme já indiquei, não significa a desmaterialização de um objeto físico ou o aumento de sua produção, mas alterações nos modelos de gestão e criação de recursos.

Para o reitor da Singularity University, citada no segundo capítulo, Peter Diamandis, e para o jornalista Steven Kotler, a abundância tem relação com a criação de possibilidades (DIAMANDIS; KOTLER, 2012). Vamos, então, explorar essas possibilidades a partir dos processos de vinculação social. Sabemos que tais processos, que dizem respeito a constituição dos sujeitos – como postulei no primeiro capítulo, ou no segundo ao falar da ideia de infraestrutura a partir de Rifkin (2016) e também no terceiro ao tratar de diferentes formas de construção da confiança – emergem entre as relações, instituições, valores com os quais convivemos. Estes, por sua vez, são construções que resultam de determinados arranjos em

---

<sup>85</sup> Embora a Laboriosa<sup>89</sup> tenha acabado, conforme vimos, cabe lembrar que Oswaldo Oliveira continua desenvolvendo projetos com o mesmo objetivo, como a Organização Próspera, que tenho visto como uma forma de sistematizar e ampliar a ideia da existência da abundância e não da escassez. A tecnologia citada anteriormente, Blockchain, tem sido objeto crescente de investimento dele. Esses exemplos não serão aprofundados porque podem nos conduzir para um contexto um pouco distante do objetivo desta tese, mas é importante pontuar esses significativos exemplos.

certos momentos históricos e a partir de particulares condições de legitimação cultural. Considerando essa perspectiva, proponho iniciarmos nossa reflexão a partir da questão das formas de se ter acesso a bens e serviços.

A priorização do acesso em detrimento da propriedade (RIFKIN, 2001), conforme abordado anteriormente, diz respeito a um momento no qual a utilização do bem e o que ele proporciona passa a ser mais relevante do que a propriedade sobre ele. Essa questão me lembra dos antropólogos Mary Douglas e Baron Isherwood (2013), que defendem desde a década de 1970 que as coisas não são necessárias por elas mesmas, e sim pelas relações que sustentam. As teses de Rifkin e Douglas e Isherwood me levam a considerar que atualmente, no contexto do que estou chamando de economia da confiança, estamos buscando as relações que nos importam ao consumir bens, como sempre, mas sem possuí-los, sem a necessidade de adquirir um para si próprio. Rachel Botsman e Roo Rogers (2011, p.81) defendem tal visão e chamam a atenção para o que parecem ser mudanças facilmente observáveis no cotidiano de cada vez mais pessoas, sobretudo com a popularização das tecnologias digitais:

Não queremos o CD, mas sim, a música que ele toca. Não queremos o disco, mas sim, sua capacidade de armazenamento. Não queremos a secretária eletrônica, mas sim, as mensagens que ela grava. Não queremos o DVD, mas sim, o filme que está gravado nele. Em outras palavras, não queremos as coisas em si, mas as necessidades ou as experiências que elas satisfazem.

Isso aparece especialmente nas iniciativas tratadas no subitem 1.1.4, quando abordei, dentre outras, as plataformas de empréstimo e aluguel de objetos pouco usados, que ao invés de serem comprados podem ser alugados ou emprestados. Jeremy Rifkin, em seu último livro, reafirma essa tendência.

No mundo inteiro, a geração mais jovem tem compartilhado bicicletas, casas, roupas e diversos outros itens, e optado por ter acesso em vez de posse. **Um número crescente de jovens abre mão de marcas de grife em favor de marcas genéricas ou associadas a causas nobres**, além de se mostrar muito mais **interessados no valor de uso dos bens materiais do que em seu valor de troca ou *status***. (...). (RIFKIN, 2016, p.325, grifo nosso).

Embora eu concorde, de maneira geral, com Rifkin (2016), não acho que as gerações mais jovens estejam mais interessadas no valor de uso dos bens em detrimento de seu valor de troca<sup>86</sup> e do *status* que lhe são atribuídos. O que talvez seja possível considerar, mesmo sem

---

<sup>86</sup> No sentido empregado aqui “valor de uso” diz respeito às propriedades físicas do objeto e sua utilidade funcional, enquanto “valor de troca” tem relação com o *status* e os valores agregados ao produto, independentemente de sua funcionalidade.



dados que sustentem essa provável tendência e baseado apenas na observação de algumas experiências, é que pode ser que exista uma mudança no que é utilizado para atribuir valor a si mesmo. Ao invés de uma marca internacionalmente conhecida e que pode estar envolvida em denúncias de trabalho escravo, por exemplo, opta-se por empresas locais cuja origem e processos de produção sejam conhecidos<sup>87</sup>. A empresa Zerezes, que conheci durante a pesquisa através de pessoas ligadas à economia da confiança pode ser um exemplo disso. Criada em 2012, na cidade do Rio de Janeiro, essa empresa diz trabalhar com materiais de baixo impacto ambiental, em geral encontrados nas ruas, para criar óculos capazes de durar a vida toda e feitos por artesãos que são apresentados no site. A marca também afirma que todo processo produtivo é local e guiado por práticas de trabalho e comercialização justas e transparentes.

O valor de um óculos da Zerezes está entre R\$ 300,00 e R\$ 500,00, bem menor que marcas internacionalmente conhecidas como Chanel e Prada, porém, mais caro que outras marcas que trabalham com a produção e a comercialização em larga escala também muito conhecidas, como a Chilli Beans, na qual a maioria dos óculos custa entre R\$ 100,00 e R\$ 300,00 – pouquíssimos itens tem valor próximo a R\$ 500,00. Diante disso, concordo com Rifkin (2016) no que diz respeito a abrir mão de marcas de grife em favor de marcas associadas a causas nobres, no entanto, isso não significa, necessariamente, que se está interessado mais no valor de uso dos bens do que em seu valor de troca ou *status*. Ter um óculos da Zerezes pode significar que o usuário se preocupa com o meio ambiente, por exemplo, e essa é uma forma de agregar valor e *status* a si.

Além disso, cabe citar também as plataformas de aluguel e/ou venda de acessórios de grife, como a BagMe, na qual uma bolsa da Chanel pode ser comprada por R\$ 8.500,00, mas caso você não tenha esse dinheiro, ou só queira usar em uma ocasião, é possível alugar durante um final de semana por R\$ 190,00 ou por uma semana pagando R\$ 275,00 ou mesmo por um mês no valor de R\$ 449,00.

Outro exemplo no qual podemos observar o acesso sendo priorizado em detrimento da propriedade é na House of Bubbles, localizada no bairro de Pinheiros, em São Paulo. Trata-se de uma espécie de lavanderia que também possui um bar e oferece ainda o que podemos entender como um guarda-roupa utilizado de maneira compartilhada. Através de assinaturas mensais é possível pegar emprestado roupas e acessórios e ficar com eles por até dez dias. Dependendo do plano escolhido, é possível fazer o empréstimo simultâneo de um ou mais

---

<sup>87</sup> Lisa Gansky (2011b) sugere, a partir de pesquisas, que parece existir maior receptividade a empresas locais pouco conhecidas.

objetos. É uma forma de estar frequentemente com diferentes roupas (novas?) e acessórios sem possuí-los e pagando para usar as mesmas roupas que pessoas desconhecidas, apenas em dias diferentes.

Onde quero chegar com isso é: priorizar o acesso em detrimento da propriedade, assim como consumir bens de empresas “associadas a causas nobres” não significa, fatalmente, que se está priorizando o valor de utilidade do objeto em detrimento de seu valor de troca. Produtos de grife ainda são buscados, mesmo que seja apenas para se ter acesso momentaneamente, e comprar de empresas aliadas a causas nobres é também uma forma de construir uma imagem de si, assim como ter um “guarda-roupa” utilizado por várias pessoas ao mesmo tempo, que pode indicar tanto uma economia financeira, diminuindo a quantidade de roupas que uma pessoa compra, quanto a adesão a uma forma “consciente” de consumo.

Essas iniciativas de consumo compartilhado parecem correlatas à experiência de adquirir produtos em bazares e/ou em compras coletivas (citada no primeiro capítulo). A motivação para se fazer isso pode ser tanto o fato de adquirir roupas ou alimentos mais baratos como também aderir a uma forma “consciente” de consumo. Essas motivações não são excludentes – lembre-se da discussão do item anterior sobre “egoísmo *versus* altruísmo”. O mais importante é lembrar que independente da forma como produtos são adquiridos e serviços acessados sempre se está construindo uma imagem, consciente ou inconsciente, de si, pois o consumo estrutura valores e regula relações sociais (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013).

Diante do fato de que ao consumir estamos sempre expressando determinada imagem de nós, o que parece existir de mais significativo nessas iniciativas citadas é uma alteração na forma como o valor e a imagem de si são construídos através do acesso e não da posse de bens, que por sua vez é facilitado devido a dinâmica entre pares e a confiança entre desconhecidos (os dois eixos já vistos da economia da confiança). Uma questão que parece relevante é: o que implica a priorização do acesso em detrimento da propriedade para os processos de vinculação em questão?

Um elemento fundamental, que já apareceu em vários momentos, é a liberdade de circular e escolher como se constituir como sujeito, o que não é nenhuma novidade pois o que muda são as maneiras como isso acontece e os processos de vinculação que parecem predominar em determinado momento ou experiência (como no caso da economia da confiança). A não originalidade disso pode ser percebida na obra de Michel Foucault, que notou, por exemplo, de que maneira na antiguidade greco-romana o sujeito livre buscava diferentes formas para se constituir e como tentava agir de maneira que os outros e a

posteridade pudessem ter nele um exemplo. Era uma busca pessoal, sem a adoção de um modelo único e acabado. Obviamente, o sujeito adotava modos de vida coletivos, mas escolhia, racionalmente, a partir de possibilidades. No entanto, com o advento do cristianismo, a busca moral do sujeito passa a se relacionar, prioritariamente, com a aceitação de um conjunto de regras e normas (FOUCAULT, 2010a).

Contudo, há alguns séculos, essa forma de se constituir a partir da obediência a um conjunto de regras perde força e dá lugar a uma busca que Foucault (2010b, p. 290) vai chamar de uma “estética da existência”. Foucault (2010b) sugere, então, que nas sociedades contemporâneas ocidentais se experimentam formas de constituir-se mais próximas da “estética da existência” observada por ele na antiguidade greco-romana, em detrimento da adoção uniforme de um conjunto de regras.

Essa compreensão é fundamental uma vez que ela fornece as bases para pensarmos os processos de vinculação que constituem os sujeitos, conforme tenho buscado evidenciar desde o início. A possibilidade que se tem para experimentar diferentes religiões, para se perceber como parte de um universo maior, bem como para priorizar uma experiência de consumo que prima pelo acesso em detrimento da propriedade, entre outras escolhas, altera não somente a imagem de si e os valores que se tem, mas o próprio sujeito que se constitui, não mais atrelado a vinculações prontas e rígidas, mas a normas facultativas e mutáveis.

O convívio com o diferente, tratado no item anterior, é cada vez maior: várias religiões e experiências espirituais, línguas, costumes, origens étnicas e geográficas, outros modelos de família e de relacionamento etc. Como afirma Michel Serres (2015, p.23): “por todo lugar se diz sobre o fim das ideologias, mas são as filiações que as criavam que se desfizeram”. “Dito isso, resta, então, inventar novos laços”. Os processos de vinculação se alteraram e outros sujeitos estão emergindo. São mudanças como sempre existiu (e existirá), mas que em determinados momentos, talvez como agora, ficam mais evidentes nas dinâmicas de vinculação que parecem se ampliar e organizar determinados modos de vida.

Michel Serres propõe uma descrição desse sujeito que emerge desses “novos laços”:

Eles não tem mais o mesmo corpo, a mesma expectativa de vida, não se comunicam mais da mesma maneira, não percebem mais o mesmo mundo, não vivem mais na mesma natureza, não habitam mais o mesmo espaço.  
Nascidos com peridural e data programada, não temem mais, sob cuidados paliativos, a mesma morte.  
Não tendo mais a mesma cabeça que os pais, é de outra forma que eles se conhecem.  
(SERRES, 2015, p.20).

Serres vai chamar esse sujeito de a “Polegarzinha” e o “Polegarzinho”, utilizando o termo geralmente no feminino, “Polegarzinha”, conforme diz o autor, para enfatizar que as mudanças também aconteceram no que se refere aos gêneros, uma vez que as “últimas décadas assistiram à vitória das mulheres” (SERRES, 2015, p.78), e retrata assim esse sujeito:

É de outra forma que escrevem. Foi por vê-los, admirado, enviar SMS com os polegares, mais rápidos do que eu jamais conseguiria com todos os meus dedos entorpecidos, que os batizei, com toda a ternura que um avô possa exprimir, a Polegarzinha e o Polegarzinho. É o nome certo, melhor do que o antigo, falsamente erudito, de “datilógrafo”. (SERRES, 2015, p.20).

A partir desse instigante trabalho de Serres (2015) sugiro a Polegarzinha como uma figura desse sujeito da abundância que “inventa novos laços”, isto é, outras formas de viver nos mais diversos âmbitos da existência. Parece um sujeito que concorda com Benkler (2011) ao considerar que podemos ser “egoístas” e “altruístas”, dependendo dos arranjos nos quais nos inserimos e percebe aquela dicotomia entre sujeitos “cooperativos” ou voltados para o “interesse próprio” como uma falsa questão. Diante disso, talvez a questão mais adequada seja levar em consideração a “premissa”, isto é, a ideia básica ou central, os valores e crenças que orientam a organização do modo de vida. No caso específico deste estudo: ser egoísta ou altruísta pode ser reflexo de se deixar orientar pela “premissa” da “abundância” ou da “escassez”.

É um sujeito que parece questionar até mesmo “as leis da física”. Um de meus entrevistados, morador do Rio de Janeiro, vamos chamá-lo de Carlos, diz não lembrar o número exato de pessoas que já recebeu ao longo dos dois anos em que está no Couchsurfing, mas certamente foram mais de 300, diz ele. Embora morasse em uma quitinete, inúmeras vezes chegou a receber doze pessoas ao mesmo tempo. Ele disse que recebia até o limite físico de sua residência. Dificilmente recusava alguém, independente das referências ou da maneira como o “pedido de sofá” era feito. Segundo ele, frequentemente respondia os pedidos com algo como “minha casa já está no limite de pessoas, não cabem mais corpos aqui, mas se você não tiver mesmo onde ficar, venha!”. Embora Carlos não lembre de todas as pessoas que recebeu e algumas nem sequer tenham deixado referências para ele porque “estavam viajando e com pouco acesso à internet”, ele lembra, disse não se importar com isso. Carlos chegou a pedir que um hóspede, que ele conheceu no dia anterior, recebesse um novo *couchsurfer*, que chegaria em sua ausência. Essa “percepção ampliada de uma quitinete”, e fortemente baseada na confiança entre estranhos através de uma plataforma digital, capaz de receber grande número de pessoas, é um exemplo de como a abundância pode aparecer.

Porém, considerar a abundância como uma premissa que orienta a construção de um modo de vida não requer, necessariamente, colocar tantas pessoas em casa como Carlos; mas ao percebermos uma cama ociosa ou mesmo um espaço na sala que comportaria um colchão, agregando assim valor e gerando uma finalidade útil, já se está na perspectiva da abundância. Como defendem Diamandis e Kotler (2012, p.289): “a abundância é tanto um plano como uma perspectiva. Esta segunda parte é fundamental. Um dos pontos mais importantes repetidos neste livro é que nossa perspectiva molda a nossa realidade”. Esta frase, que pode parecer ter sido tirada de um livro de autoajuda, aparentemente diminuindo a qualidade do trabalho de Diamandis e Kotler (2012), que será retomado mais adiante, evidencia como a abundância é uma premissa e também uma perspectiva.

A dificuldade de compreender a abundância tem relação com o fato de que, segundo Diamandis e Kotler (2012, p.50), “nos últimos 150 mil anos, o *homo sapiens* evoluiu em um mundo que era ‘local e linear’, mas o ambiente atual é ‘global e exponencial’”. Esse mundo “global e exponencial” pode ser percebido no fato de que “uma semana do *New York Times* contém mais informações do que um cidadão comum do século 17 encontrava durante toda sua vida” (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.51).

Nossos meios de governança atuais e suas estruturas regulatórias de apoio não foram projetadas para esse ritmo acelerado. Vejamos os mercados financeiros. Nos últimos dez anos, companhias valendo bilhões como Kodak, Blockbuster e Tower Records entraram em colapso quase da noite para o dia, enquanto empresas novas valendo um bilhão de dólares surgiram do nada. O YouTube levou dezoito meses desde sua criação até a compra pela Google por US\$ 1,56 bilhões. O site de compras coletivas Groupon, enquanto isso, desde sua criação até ser avaliado em US\$ 6 bilhões levou dois anos. Historicamente nunca se criou valor tão rápido. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.52).

Assim, a abundância deve ser compreendida como uma percepção global que se baseia em mudanças exponenciais, mas nosso entendimento parece estar sustentado em bases locais e lineares, tendo assim dificuldade para assimilar as inúmeras e rápidas mudanças e possibilidades (DIAMANDIS; KOTLER, 2012).

É necessário perceber também como a questão do acesso em detrimento da propriedade afeta não apenas a experiência individual, mas também a coletiva, refletindo sobre o Airbnb e o CS enquanto organizações, tendo em vista que também compõem os processos de vinculação nos quais sujeitos e funções são constituídos.

A declaração de um dos fundadores do Airbnb, em uma de suas mensagens na rede social Twitter, na qual ele afirma que enquanto uma grande rede hoteleira quer aumentar sua

oferta de quartos em 30 mil em um ano, o Airbnb fará isso em apenas duas semanas, é bastante indicativa da possibilidade da abundância.

Figura 7 - Tweet de Brian Chesky.



Fonte: Registro de tela do site Twitter realizado no dia 15 de dez. de 2016.

A rede hoteleira deverá construir edifícios e contratar funcionários para gerir e manter a dinâmica de um hotel (entre inúmeras outras atividades), mas o Airbnb só precisará de mais pessoas criando seu perfil na plataforma para hospedar outras, sem custos adicionais à empresa, ou melhor, com baixíssimo custo. Isso é elucidativo das empresas de hospitalidade baseadas na facilitação do acesso.

Essa redução expressiva no custo para “ampliar os negócios” é uma questão bastante significativa que as empresas da economia da confiança trazem ao se apoiar na gestão do acesso à bens ou serviços. Se uma pessoa viajará para a cidade que você quer enviar uma encomenda, por que não confiar nas referências dela constantes no site onde a encontrou e escolhê-la em detrimento dos correios? Se você precisa de uma carro na cidade onde passará as férias, por que alugar em uma empresa que possui uma frota e não de uma pessoa que está com o carro ocioso naquelas dias? Por que jantar em um restaurante típico em sua viagem e não escolher dentre as incontáveis pessoas com boas referências disponíveis para cozinhar algo para você? Por que estudar em uma escola de língua estrangeira pagando caro se você pode aprender com uma ou várias pessoas nativas (quem sabe até de graça)? Por que fazer um empréstimo em um banco para fazer um documentário sobre a história de um bairro se você pode pedir dinheiro para seus conhecidos e os conhecidos dos conhecidos, além de desconhecidos, por meio de um site de financiamento coletivo? Por que alugar uma sala para seu escritório e arcar com todos os custos do imóvel se lá trabalharão apenas você e mais três pessoas se pagando menos você consegue uma sala em um local com melhor estrutura? Por que comprar um barco para usar apenas uma vez por mês, tendo que pagar o aluguel de onde

ele ficará atracado, se pagando menos por mês é possível alugar e ter um diferente a cada mês?

É provável que você seja como eu e busque evitar relações com desconhecidos, mas tente abstrair esse incômodo e imaginar as possibilidades advindas dessas relações. Não há, por exemplo, necessidade de comprar novos objetos, apenas aproveitar aqueles com “tempo disponível”. A abundância surge no momento em que pessoas podem ser conectadas (dinâmica entre pares) a outras sem muitos esforços e estão dispostas a enfrentar os riscos de realizar uma transação com desconhecidos – riscos esses que se tornam cada vez mais insignificantes na medida em que esses serviços e ações são naturalizadas. A abundância é como uma “lente” que permite enxergar valor onde seria lixo ou utilidade onde existiria ociosidade.

Ricardo Abramovay (2014) formulou questões que nos ajudam a pensar as implicações econômicas dessas dinâmicas.

O que aconteceria, entretanto, se os custos de transação que conduzem à existência das empresas caíssem drasticamente e se as interações econômicas entre indivíduos, domicílios e coletividades pudessem ser feitas de forma ágil, rápida, com informação suficiente para permitir a oferta de bens e serviços com eficiência igual ou superior ao que é feito pelas firmas? O que ocorreria se dispositivos de produção, dispersos entre milhões ou bilhões de pessoas, tivessem o poder econômico que, desde o século XIX, não cessou de se expandir, mas de forma cada vez mais concentrada? (ABRAMOVAY, 2014, p.123).

O fato das empresas da economia da confiança funcionarem priorizando o acesso em detrimento da propriedade reduz o custo marginal das transações, deixando-o próximo a zero. O custo marginal refere-se a uma mudança no custo total de produção a partir da variação da quantidade produzida, isto é, posso aumentar a quantidade de serviços ou produtos oferecidos sem ampliar consideravelmente os gastos de produção. É como conhecemos bem no campo da comunicação:

O fenômeno do custo marginal próximo ao zero já causou estragos nas indústrias editorial, de comunicações e entretenimento à medida que uma quantidade cada vez maior de informações está sendo disponibilizada praticamente de graça para bilhões de pessoas. Atualmente, mais de um terço da humanidade está produzindo sua própria informação em telefones celulares e computadores relativamente baratos e a compartilhando por meio de vídeos, áudios e textos a um custo marginal próximo de zero, em um mundo colaborativo conectado em rede. (RIFKIN, 2016, p.17).

Os professores e pesquisadores da área da comunicação Henrique Antoun e Fabio Malini (2013), a partir das experiências de produção de conteúdo na internet, explicam como o aumento no número de usuários é que gera mais valor à plataforma:

O valor vai emergir nesta nova economia da capacidade de conectar perfis a informações, a ações e a outras perfis, liberando-as para compartilhar todo o tipo de conteúdo na rede. No velho paradigma dos portais, só havia valor se os meios de comunicação social escasseassem. No paradigma do compartilhamento *livestream*, ao alimentar a criação de novos perfis, o valor reside na quantidade de interações geradas e na socialização dos conteúdos.

No lugar da busca por “*page views*”, como requer a lógica dos portais, na perspectiva das plataformas *livestream* o valor é cada vez mais calculado através da abrangência atingida por replicações, *replies*, menções, comentários, curtidas e compartilhamentos de conteúdos. Esta abrangência traduz o valor como a potência que consegue alcançar e o quanto pode mobilizar uma comunicação no interior das *timelines*, mundo digital afora. As organizações de mídia mais valorizadas hoje são aquelas que nada produzem de conteúdo, somente possibilitando, com suas plataformas, que um jornal ou o seu respectivo leitor atue, de modo paritário, como criador e reproduzidor de mensagens multimídia. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.215-216).

As plataformas que oferecem espaços para relação, tais como e-mail e redes sociais, possuem custo marginal próximo ao zero e cobrar diretamente do usuário pode parecer estranho. Esse cenário de “gratuidade” foi analisado por Anderson (2009) e não significa que os usuários não paguem, pois a venda de informações pessoais dos usuários, comum entre essas plataformas, para serem utilizadas em publicidade direcionada pode ser considerada uma forma de pagamento.

De forma parecida funcionam as empresas de hospitalidade. O fato do Couchsurfing não condicionar o uso da plataforma a algum tipo de pagamento tem relação com o fato do custo marginal da produção se aproximar a “zero”, ou seja, tanto faz ter dez ou mil pessoas usando a plataforma que a variação do custo não será muito grande, uma vez que existem custos fixos para a construção, manutenção e melhoria da plataforma, mas que não aumentam consideravelmente com o acréscimo no número de pessoas utilizando o site. É diferente, por exemplo, de uma biblioteca, que para aumentar o compartilhamento de livros precisa contratar mais funcionários, alugar/comprar mais espaços físicos e mais livros. Além disso, essas plataformas aumentam seu valor, como vimos, a partir da quantidade de usuários.

O Couchsurfing, conforme citado anteriormente, começou como uma organização sem fins lucrativos, mas deixou essa forma jurídica para se tornar uma empresa em 2011, segundo a repórter da Forbes Nicole Perlroth (2011), porque a primeira estrutura jurídica estava dificultando a criação de serviços e mudanças na dinâmica da plataforma. As últimas informações que consegui sobre o modelo de geração de receita do CS foram postadas no



Blog oficial da empresa em janeiro de 2015 pela chefe executiva, Jennifer Billock (2015)<sup>88</sup>. Segundo ela, até o início de 2015 a empresa ainda não havia priorizado a monetização (BILLOCK, 2015) e a principal fonte de receita era a taxa opcional de verificação<sup>89</sup> no valor de 25 dólares, pago apenas uma vez. Em 2016, conforme a possibilidade foi indicada por Billock (2015) um ano antes, é possível notar algumas mudanças: a verificação da conta continua uma taxa opcional, mas agora no valor de 20 dólares que deve ser paga anualmente. Há também publicidade gráfica no site (contrariando a posição anterior da empresa de nunca fazer isso) e ainda foi criada uma loja “virtual” para comercializar produtos com a marca Couchsurfing. As entregas são internacionais e gratuitas nas compras acima de 30 dólares. São vendidas camisetas, bottons, adesivos, banners, braceletes, óculos de sol, entre outros itens. Além dessas estratégias de monetização, não descobri nenhum indício de que o CS venda informações dos seus usuários.

Vale lembrar que a “verificação da conta” nunca foi tão incentivada no CS como agora. Em quase todas as página do site há uma “lembrete” incentivando o usuário a “verificar” sua conta por ser uma forma de “remover os anúncios”, de “manter a plataforma e incentivar melhorias”, além de confirmar que você é “uma pessoa real com endereço e telefone tornando mais fácil conseguir anfitriões”. E-mails também tem sido enviados para os usuários incentivando a verificação. Apesar dessas formas de monetização e do investimento recebido em 2011, como já foi abordado, a empresa, pelo menos até dezembro de 2016, tem mantido os serviços gratuitos. Os funcionários recebem para administrar a plataforma, mas os usuários, tanto anfitrião quanto hóspede, não pagam nem recebem nada.

No que diz respeito ao Airbnb e ao fato de cobrar para ser usado nesse cenário de custo baixo costuma ser apontado, pela empresa, como uma estratégia para garantir um melhor e mais seguro serviço. Essa organização, que trabalha com um modelo de monetização diferente do CS, tem investido em estratégias de construção da confiança e aproximação com o público que requer maior estrutura, mas essa foi uma escolha da empresa no intuito de aprimorar seu funcionamento e não um imperativo para manter a plataforma.

É válido lembrar que o surgimento de modelos de negócios como esses tem sido acompanhado por “problemas legais”. Conforme tratei no subitem 1.1.5, o Uber problematiza a legislação que regulamenta os serviços de transporte individual de passageiros. Da mesma

---

<sup>88</sup> Entrei em contato com a plataforma pedindo essa e outras informações, mas apesar da rapidez relativa (fui respondido em 24h) e da simpatia na resposta disseram que todas as informações que a empresa tem no momento já estão disponíveis no site.

<sup>89</sup> Conforme discutido no segundo capítulo, esta também é uma forma de construir confiança ao verificar a identidade dos usuários.

forma como os taxistas estão se sentindo ameaçados com o Uber, as redes hoteleiras também estão com o Airbnb. O CS, provavelmente por não envolver pagamento, não é alvo frequente de críticas, embora essa plataforma também cause profundas e expressivas mudanças na hospitalidade ao criar outros tipos de experiência de hospitalidade que visam aproximar as pessoas e que tenta se monetizar de forma diferente do pagamento direto, o que talvez, no futuro, indique uma ameaça mais expressiva às experiências tradicionais de hospitalidade. Enquanto isso não acontece, o Airbnb tem sido o principal alvo das críticas e processos judiciais.

Na “luta” contra o Airbnb, algumas empresas hoteleiras lançam serviços que tentam se aproximar das plataformas de hospitalidade entre pares. Exemplo disso, conforme relata Denis Carvalho (2016) no site *Melhores Destinos*, é o grupo *Accorhotels*, que lançou em setembro de 2016 uma “nova marca voltada ao público jovem”, a *JO&JOE*, algo entre hostel, hotel e casa de aluguel, que busca oferecer interação entre viajantes e locais.

Algumas cidades tem buscado regular a atividade do Airbnb, nas quais a plataforma tem estado envolvida em disputas judiciais. Exemplo disso é a cidade de Nova York, conforme relatou Katie Benner (2016) ao *New York Times*, em matéria traduzida pela Folha de São Paulo. Nova York é o maior mercado do Airbnb nos Estados Unidos e em outubro de 2016 o prefeito assinou uma lei que prevê multas de até US\$ 7.500 sobre anúncios que violarem as regras existentes. Em dezembro de 2016, a Airbnb e a cidade de Nova York chegaram ao acordo de que a lei não se aplica contra a empresa, e sim contra os anfitriões que a violarem individualmente, sendo assim os responsáveis pelas multas (BENNER, 2016).

Outra crítica que tem sido feita ao Airbnb é sua contribuição no processo de gentrificação de algumas cidades. Tem se tornado mais vantajoso para os proprietários de imóveis em bairros turísticos e centrais o aluguel de curta temporada pelo Airbnb para turistas em detrimento dos aluguéis de longa duração para moradores locais, que diante da elevação dos preços passam a não ter mais condições de custear a vida em regiões centrais e são obrigados a se mudar para bairros mais afastados. A reportagem do jornalista alemão Renate van der Zee (2016) para o jornal *The Guardian* evidencia isso e ainda relata, através de um entrevistado, que empresas de aluguel de bicicletas na cidade de Amsterdã tem substituído lojas de supermercado locais.

No Brasil, como já foi tratado, o Airbnb chegou a ser parceiro oficial de acomodação alternativa do comitê organizador das Olimpíadas 2016, aumentando em 22,7% as reservas de hóspedes no Brasil pelo Airbnb, de acordo com dados do Ministério do Turismo divulgados em matéria do G1 São Paulo (2016).

Se o argumento principal contra essas empresas é o fato de estarem infringindo leis por serem modelos não previstos e/ou por não pagarem impostos, a solução parece ser a mudança das regras. E se cada uma das residências que oferecem espaços no CS ou Airbnb fossem taxadas? No caso do Airbnb, que envolve pagamento, é compreensível, mas no CS pode parecer estranho porque é como receber parentes e amigos, só que são ainda desconhecidos. Curioso notar que em Nova York (EUA), diante dos processos contra o Airbnb e da tentativa de fechar a empresa, algumas mobilizações foram iniciadas por anfitriões (PEERS, 2015). Independentemente das motivações – poderiam estar defendendo o acréscimo mensal na renda ou o espaço que permite fazer amigos, entre outras questões – é uma situação ainda indefinida no que se refere às formalizações das relações entre anfitriões, hóspedes e empresa, o que parece certo é que estamos diante de outros processos de vinculação.

Esses modelos de negócios também podem trazer implicações para o meio ambiente. Conforme reflete Anders Fremstad (2015), doutorando em economia na Universidade de Massachusetts, talvez possamos considerar que a existência dessas plataformas contribua para a não construção de novos hotéis e pousadas, reduzindo a expansão urbana, a perda de habitat, resíduos de construção e utilização de energia. No entanto, tal como lembra o próprio Fremstad (2015), ainda não temos estudos que comprovem tal fato e ficamos apenas no campo especulativo. Nessa mesma linha de pensamento, também podemos considerar que se viagem e hospedagem estão relacionadas, reduzindo o custo de hospedagem talvez aumente a demanda por viagens, porém, essas viagens extras também elevarão as emissões de carbono (FREMSTAD, 2015).

Diante dessas viagens, ao escolher um bairro para se hospedar, qual seria? Digamos que você precise viajar ao Rio de Janeiro, onde preferirá se hospedar, perto ou longe das praias? Para qualquer lugar que viajemos, preferimos locais com facilidade de transporte e próximos de onde circularemos. Se em minha primeira experiência no CS eu pudesse ter escolhido entre Mataderos e Palermo para me hospedar em Buenos Aires, teria ficado com o segundo. Isso parece criar um fluxo desigual, tanto no CS quanto no Airbnb, que tem relação com a criação de valor nessas plataformas.

Em setembro de 2014, recebi um pedido de sofá no CS de um polonês residente em Londres, que estava viajando sozinho para o Rio de Janeiro. Faltavam poucos dias para sua viagem e ele disse estar preocupado porque seu anfitrião tinha acabado de desmarcar. Embora eu estivesse ocupado e não pudesse dar atenção a ele, resolvi aceitar diante da situação. Alguns dias depois, meu potencial hóspede disse que não viria mais para minha casa porque

outro anfitrião, que mora em um lugar melhor para ele (eu vivia em Vila Isabel, Zona Norte), o tinha aceitado.

Embora eu concorde em partes com Fremstad (2015), segundo o qual o CS contribuiu para que pessoas de baixa renda pudessem aumentar suas possibilidades de viagens, tendo em vista que não pagarão hospedagem, devemos considerar como acontecem essas dinâmicas. Quem mora próximo a lugares turísticos e/ou com facilidades de transporte, mesmo no CS, certamente terá mais hóspedes. No caso do Rio de Janeiro, quem mora em Copacabana (Zona Sul) possivelmente receberá mais pedidos do que alguém que resida na Penha (Zona Norte). E isso vale para qualquer cidade, tanto para o CS quanto para o Airbnb. É interessante lembrar ainda que existem locais disponíveis em favelas do Rio de Janeiro, nessas duas plataformas, mas que costumam ser procurados por pessoas que, especificamente, buscam experiências nesses locais e não por conta dos preços, especialmente pelo fato de que nem sempre são baratos. É importante atentar também para o fato de que o uso das plataformas depende de acesso à internet, que precisa ser frequente, especialmente no caso do Airbnb, e falar alguma língua estrangeira pode contribuir para o aumento de hóspedes. Todos esses elementos funcionam como espécies de filtros e limitadores das experiências nas plataformas, apesar da abundância.

Para além da preferência por lugares “turísticos”, há também usuários que priorizam um local mais barato (no caso do Airbnb) que provavelmente será mais distante; e aqueles que buscam conhecer “outra cidade” (em ambas as plataformas). A ida desses viajantes a lugares que não costumam receber turistas pode imprimir pequenas mudanças nas economias locais. Por exemplo, em Mataderos, onde Letícia mora, existe uma sorveteria na qual ela leva todos os seus hóspedes, que costumam adorar os sorvetes (como eu gostei). O dono da sorveteria já conhece Letícia e seus inúmeros hóspedes estrangeiros. Um deles frequentemente envia recado, através de Letícia, ao dono da sorveteria. Obviamente, do ponto de vista quantitativo, isso é praticamente insignificante, mas no que diz respeito às relações cotidianas, talvez seja expressivo.

O CS, conforme sabemos, permite que se tenha acesso ao serviço de hospedagem sem dinheiro, mas com maiores dificuldades sem boas referências, que vem das relações que se estabelece. E não é somente da relação com o anfitrião, mas com o “ambiente” no qual o anfitrião se insere. Em minha experiência com Letícia, por exemplo, esse “ambiente” inclui sua filha, o dono da sorveteria, sua amiga Luiza, além, é claro, da minha maneira de me comportar em todas as situações. É como se as “boas relações” que se têm com o outro fossem capitalizadas quando se tornam referências presentes no perfil. Isso também está

presente no Airbnb, ainda que em menor escala, tendo em vista que a experiência com o outro nesta plataforma não é um imperativo. Assim, uma pessoa mau humorada pode não ganhar uma referência ruim, mas talvez receba uma mediana ou neutra, o que já é ruim, e se um dia, vamos supor, essa pessoa for viajar para a cidade sede das Olimpíadas ou da Copa do Mundo de Futebol e quiser ficar em um quarto em um bairro bem localizado por um preço justo, certamente esse anfitrião terá muitos pedidos e escolherá quem é avaliado com mais adjetivos. Assim, sua “conduta como anfitrião e como hóspede” importa para aquela relação pelo fato de que você não está mais lidando simplesmente com “funções”, conforme discutimos anteriormente.

É provável que você esteja se perguntando a relação dessas questões que estou indicando com a abundância. Meu intuito foi evidenciar que mesmo na abundância existem desigualdades e controvérsias. Não se trata de um ambiente “tranquilo” e “estanque”, mas também, como temos visto, em permanente transformação, podendo ser abordado e/ou “apropriado” para diversos fins. A abundância é um fenômeno e como tal existe em um determinado “arranjo” composto, e que compõe, pessoas, desejos, valores, crenças, coisas.

Anthony Giddens (1991) não fala em abundância, mas suas considerações sobre o que chama de “pós-escassez” são úteis para continuar refletindo sobre essas dinâmicas que acabei de “levantar”. Giddens (1991) aborda a “pós-escassez” ao criticar a busca pela acumulação capitalista que não respeita os recursos existentes no planeta. Ele enfatiza que embora alguns recursos sejam de fato escassos, o problema é que determinados estilos de vida tornam a exploração exacerbada. Nesse sentido, uma “ordem pós-escassez envolveria alterações significativas nos modos de vida social” (GIDDENS, 1991, p.146), como repensar as expectativas de crescimento econômico contínuo e considerar uma redistribuição global da riqueza.

Ao abordar a possibilidade da abundância, questões como a escassez de recursos naturais e a redistribuição de riquezas são recorrentes. No início do primeiro capítulo indiquei algumas dessas situações. No entanto, além deste não ser o meu foco, entendo que é de conhecimento geral alguns dos problemas que o planeta e a humanidade enfrentam: aquecimento global, escassez de água doce, fome, violência urbana, entre outros. E para o meu objetivo o mero conhecimento da existência dessa situação é suficiente. Trago as ideias de Giddens (1991) para notarmos como este sociólogo, ao vislumbrar a necessidade de alterações nos modos de vida para reparar os problemas citados, evidencia a “escassez” como um aspecto central para as mudanças nas formas de viver. Apesar de não falar em

“abundância”, Giddens (1991) indica não só um possível equívoco da noção de “escassez”, mas especialmente a possibilidade de um modo de vida para além dela.

Paulo Roberto da Silva (2006), professor da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal Fluminense, tem se dedicado a pensar a abundância como uma proposta alternativa a teoria econômica predominante. Para ele, a abundância é incompatível com a teoria econômica majoritária, que por sua vez é baseada na escassez e estimula os problemas sociais e ambientais que conhecemos (SILVA, 2006).

Silva (2006) destaca que a economia baseada na escassez está em perfeita concordância com o que ele chama de “consciência competitiva”, ou seja, se não há para todos, é preciso competir e correr para “garantir o seu” – estimulando também as expressões egoístas. Assim, essa “premissa da escassez” tem papel significativo na criação de um ambiente, individual e coletivo, para garantir sua sustentação: pessoas e organizações hierarquizadas e de controle centralizado baseadas em regras de competição e meritocracia, por exemplo – como abordei em outro contexto e retomo apenas para evidenciar sua relação com a escassez.

Não obstante essa situação, para Silva (2006) está emergindo uma “nova consciência” e é nisto sua aposta para uma transição para a abundância. Essa consciência seria caracterizada por valores como altruísmo, solidariedade, cooperação, acolhimento, bem como pela clareza da relação entre o bem-estar coletivo e individual e de como as atitudes cotidianas tem consequências mais abrangentes. Trata-se, assim, de privilegiar uma mudança de postura com relação à vida, uma mudança de valores.

Silva (2006) propõe uma “economia para a nova consciência”, que visa atender todas as necessidades de bens e serviços dos seres que habitam o planeta (não só os humanos) visando alcançar a abundância. Isso se daria, de acordo com Silva (2006), por meio de uma mudança pessoal, praticamente uma reorientação no sentido da vida. Cabe notar como as ideias propostas por Paulo Roberto da Silva (2006) parecem correlatas às do físico teórico Fritjof Capra (2002) – inclusive uma das fontes de Silva (2006) – que defende também uma mudança no sistema de valores da economia, que seja compatível com as exigências da dignidade humana e da sustentabilidade ecológica. É indiscutível a necessidade de mudanças nos valores pessoais. Embora as pesquisas nessa área sejam extensas e significativas<sup>90</sup>, não é por esta trilha que quero seguir.

---

<sup>90</sup> Exemplo de trabalho nesse sentido é um livro recém-lançado no Brasil e organizado pela editora Maddy Harland e pelo físico matemático William Keepim, no qual propõem uma visão do mundo que seja “científica e espiritual”: HARLAND; KEEPIM (2016). Carlos, citado anteriormente neste capítulo, é um exemplo de

Diamandis e Kotler (2012, p.22) seguem outro caminho para propor que “a abundância para todos está na verdade ao nosso alcance”. É uma visão bastante otimista, como aparece no subtítulo do seu livro: “o futuro é melhor do que você imagina”. A tese principal deles é que estamos caminhando para o atendimento das necessidades humanas básicas por meio do desenvolvimento tecnológico:

A humanidade está adentrando um período de transformação radical em que a tecnologia tem o potencial de elevar substancialmente os padrões de vida básicos de todos os homens, mulheres e crianças do planeta. Dentro de uma geração, seremos capazes de fornecer bens e serviços, antes reservados para uma minoria rica, a toda e qualquer pessoa que precisar deles. Ou que os desejar. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.22).

Assim como vimos com Rifkin (2016) e em nosso cotidiano, Diamandis e Kotler (2012) também evidencia a notória abundância nas comunicações.

Pessoas sem escolaridade e com pouco para comer já conquistaram o acesso à conectividade celular, fato inimaginável 30 anos atrás<sup>91</sup>. Neste momento, um guerreiro Masai com um telefone celular dispõe de mais recursos de telefonia móvel do que o presidente dos Estados Unidos 25 anos atrás. E se estiver com um smartphone com acesso ao Google, terá mais acesso às informações do que o presidente apenas 15 anos atrás. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.22).

A principal contribuição de Diamandis e Kotler (2012) está no fato de ampliarem a possibilidade da abundância para outras áreas consideradas básicas. Eles partem da conhecida “hierarquia das necessidades humanas” proposta pelo psicólogo americano Abraham Maslow (1943)<sup>92</sup> para sugerirem o que chamam de “pirâmide da abundância”.

Minha pirâmide da abundância, embora um pouco mais compacta que a de Maslow, segue um esquema análogo, por razões semelhantes. Existem três níveis, o inferior correspondendo a comida, água, abrigo e outras preocupações de sobrevivência básica. O do meio é dedicado aos catalisadores de mais crescimento, como energia abundante, oportunidades educacionais amplas e acesso a comunicações e informações globais, enquanto o nível mais alto está reservado à liberdade e a saúde, dois pré-requisitos básicos que permitem ao indivíduo contribuir para a sociedade. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.28).

---

como a mudança dos valores pessoais pode alterar o modo de viver na perspectiva econômica da abundância. Ele acredita que tudo na vida é empréstimo e que estamos no mundo de passagem. Independente de concordarmos ou não, esse é um fato, mesmo com o aumento da expectativa de vida a morte é uma certeza. A internalização dessa percepção, ou deste valor, pode mudar significativamente a forma de viver.

<sup>91</sup> Refere-se ao início dos anos 1980.

<sup>92</sup> Em sua teoria da motivação humana, Maslow (1943) sugeriu que as pessoas sem suas necessidades básicas atendidas não tem como se dedicar à sua realização pessoal. Assim, para quem está buscando o que comer ou beber é muito difícil se preocupar com problemas como gestões política e econômica.

Diante disso é que Diamandis e Kotler (2012) propõem que as tecnologias podem facilitar o acesso às necessidades básicas (e também às outras) a baixo custo. Para cada eixo citam diversos exemplos de como as tecnologias abrem possibilidades para ampliar todas as necessidades básicas no planeta, barateando os custos. Citarei apenas o exemplo da saúde por ser ilustrativo, mas da mesma forma eles lembram a existência de tecnologias baratas para acesso à água, comida e todas as áreas da pirâmide.

No mundo atual, a qualidade da assistência médica depende do acesso: acesso ao transporte para o hospital, acesso às pessoas certas – médicos, enfermeiras, especialistas – e o acesso do médico aos mais recentes exames de laboratórios e equipamentos. Mas no futuro que prevemos, tudo isso desaparece. Não se precisará de transporte, já que o sistema está em toda parte o tempo todo. O acesso à melhor assistência médica disponível significa acesso ao Dr. Watson que vive na nuvem. E os melhores laboratórios do mundo estão embutidos no telefone. Mais importante, esse sistema desmaterializado, aliado ao conjunto futuro de sensores desmonetizados, poderá se concentrar totalmente na prevenção, funcionando para manter as pessoas saudáveis em primeiro lugar. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.287).

Esse futuro da abundância que propõem parece consistente por meio de seus inúmeros exemplos e dados quantitativos que de fato parecem convencer ao evidenciar que problemas como a fome e o saneamento básico tem melhorado significativamente ao longo das últimas décadas. No entanto, isso esbarra em uma questão, que eles próprios indicam: como será que essas possibilidades tecnológicas serão exploradas? Impossível ter resposta para isso no momento.

Não é meu objetivo aprofundar as ideias de Diamandis e Kotler (2012), busco apenas indicar a existência de sua proposta. O que mais me interessa no pensamento deles é sua percepção de que a abundância “não significa proporcionar a todos neste planeta uma vida de luxo – pelo contrário, significa proporcionar a todos uma vida de possibilidades” (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.26-27). A abundância enquanto possibilidade é uma ideia fundamental aqui.

Estou convencido de que a noção de abundância não pode ser universal. É sempre relativa, talvez como a compreensão de pobreza.

Atualmente, a maioria dos norte-americanos assolados pela pobreza possuem televisão, telefone, eletricidade, água corrente e canalização interna. A maioria dos africanos não dispõe desses confortos. Se os bens e serviços desfrutados pelos pobres da Califórnia fossem transferidos para o somaliano comum que vive com menos de US\$ 1,25 ao dia, aquele somaliano subitamente ficaria riquíssimo. Isso inviabiliza qualquer indicador de pobreza relativa na definição de padrões globais. (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.26).



De forma semelhante vejo um possível entendimento de “abundância” cuja pretensão seja global. Então, quando proponho a abundância como uma “lente”, conforme citei anteriormente, é exatamente levando em consideração essa impossibilidade de universalização. A abundância é uma premissa que orienta a forma como percebemos “o mundo”, isto é, as relações entre pessoas e coisas, de modo geral, e as formas como acessamos bens e serviços, de maneira específica. Experimentar o “mundo” pela “ótica” da abundância é perceber que existem inúmeras formas de produzir e acessar bens e serviços e viver essas possibilidades.

No caso específico desta pesquisa, a abundância pode estar ao se viajar por diversas cidades utilizando o Couchsurfing e acreditando que alguém irá lhe receber, ou em hospedar tantas pessoas quanto couber em sua residência – envolvendo dinheiro ou não. A abundância está em perceber que sua casa pode funcionar como um restaurante, que você pode agir como um professor, desempenhar a função de fotógrafo, ainda que você seja dentista. Repare como eu não disse “ser” um restaurante/professor/fotógrafo. Porque a premissa da abundância, como vimos, está em abrir possibilidades (talvez intermináveis), algumas delas que possivelmente você nem volte a experimentar, seja pelo fato de não ter gostado ou estar sem tempo, mas a potência continuará ali. Na percepção desta potência está a abundância.

A existência da premissa da abundância em substituição a da escassez, na perspectiva que proponho, diferentemente do entendimento de Diamandis e Kotler (2012), não oferecerá teto ou comida a todas as pessoas do mundo ou solucionará qualquer outra escassez de necessidades básicas – sinto muito se fiz você considerar isso em algum momento. O que a premissa da abundância faz, simplesmente, é “acionar o botão” do aumento das possibilidades.

#### **4.3 Relações econômicas como questão de vínculo social e de constituição de sujeitos**

Antes de concluir as discussões sobre o terceiro eixo que fundamenta a análise da economia da confiança (abundância de recursos), é pertinente esclarecer a noção de economia que tive em mente ao desenvolver este trabalho. Isto pode auxiliar na fundamentação da ideia de uma “economia da confiança”.

Não se trata de voltar aos clássicos da teoria econômica, como Adam Smith (1996), não pelo fato de terem perdido sua validade, ao contrário, mas pela proposta da tese. Assim,

elegi dois autores para me ajudar nesta reflexão: Francis Fukuyama (1996), já citado, e o antropólogo David Graeber (2016), particularmente um de seus últimos trabalhos, no qual ele se dedica a pensar os últimos 5 mil anos da experiência da dívida e discute os fundamentos morais das relações econômicas.

Não sei se pareceu estranho chegar praticamente ao final da tese sem ter discutido a (alguma) noção de economia. É possível que essa necessidade não tenha sido sentida por se tratar de uma tese da comunicação e por eu ter indicado que a “economia da confiança” não se trata de uma teoria econômica, mas de um processo de vinculação social. Outra possibilidade para essa ausência não ter sido sentida é o próprio lugar que a economia ocupa na vida cotidiana. Conforme destaca David Graeber.

Em muitos aspectos, ela [a economia] é tratada como um tipo de disciplina mestra. Espera-se que quase todas as pessoas que administram algo importante nos Estados Unidos tenham algum treinamento em economia, ou pelo menos tenham algum conhecimento de seus princípios básicos. Consequentemente, **esses princípios passaram a ser tratados como lugar-comum, quase como certezas absolutas** (sabemos que estamos diante de um lugar-comum quando, ao questionarmos o outro, sua primeira reação é nos tratar como completos ignorantes (...), ou seja, a teoria é tida como algo tão obviamente verdadeiro que ninguém entende como alguém pode discordar dela). (...). (GRAEBER, 2016, p.118-119, grifo nosso).

Ainda que Graeber (2016) refira-se aos Estados Unidos, é possível percebermos isso em nossas relações econômicas cotidianas. Parece-nos normal alguns produtos custarem mais que outros ainda que tenham tido o mesmo custo de produção ou não soa estranho uns ganharem mais que outros para desenvolverem o mesmo trabalho, entre outras práticas que não questionamos ou simplesmente não entendemos, mas que aparentam ser perfeitamente aceitáveis. Diante disso, é importante compreender os fundamentos dessas relações para assim entender o que estamos considerando como economia. Graeber (2016) propõe uma reflexão sobre os fundamentos morais da vida econômica, que são, por extensão, do comportamento humano e da vida social, e afirma que para isso é preciso olhar para os pequenos detalhes cotidianos que indicam como tratamos as pessoas com as quais nos relacionamos: como “segurar” a porta do elevador para esperar alguém que se aproxima correndo, “filar um cigarro”, “passar o sal” (GRAEBER, 2016, p.117).

Provavelmente hospedar desconhecidos em casa, como temos visto através do Airbnb e do Couchsurfing, não seja uma dessas “pequenas coisas”, mas a forma como isso acontece, como os vínculos são construídos e a confiança instituída, talvez. Quem sabe olhar para as “pequenas coisas” presentes na constituição dos vínculos, como fizemos até aqui, tenha nos colocado na trilha que Graeber considera necessária para pensar os “fundamentos morais da

vida econômica”. Além desses “fundamentos”, ou por conta deles, cabe considerar que a “vida econômica” não é uma instância separada ou autônoma da nossa existência, como acredita Fukuyama (1996).

Embora a atividade econômica esteja indissolúvelmente ligada à vida social e política, há uma tendência equivocada, estimulada pelo discurso econômico contemporâneo, a considerar a economia como uma faceta da vida com suas leis próprias, separada do resto da sociedade. Vista dessa maneira, a economia é um feudo no qual indivíduos se aglutinam apenas para satisfazer seus desejos e necessidades egoístas antes de reintegrarem-se nas suas vidas sociais “reais”. (FUKUYAMA, 1996, p.20).

Assim, defende Fukuyama (1996, p.20): “a economia constitui uma das mais fundamentais e dinâmicas áreas da sociabilidade humana” uma vez que em qualquer atividade econômica, de um pequeno comércio familiar de bairro até uma grande fábrica de automóveis, existe a cooperação dos seres humanos. Além disso, cabe lembrar, as pessoas por meio das relações de trabalho saem de suas vidas particulares e são inseridas em um contexto social mais amplo (FUKUYAMA, 1996). E essa interação não é apenas uma forma de receber o salário no final do mês, mas também uma maneira de produzir sentido para sua existência.

É nesse sentido que tenho compreendido a economia. Ela é inerente aos processos de vinculação que temos visto e que moldam os sujeitos ao mesmo tempo em que são moldados por eles. No primeiro capítulo, ao explicar do que se tratam os processos de vinculação e a produção de subjetividade foi dito como a economia é uma das “áreas” presentes, por isso essa consideração não é novidade. No entanto, essa afirmação, por mais clara que esteja, parece genérica. Precisamos analisar os fundamentos, as condições que possibilitam a ocorrência de determinada situação econômica para que assim possamos avançar na análise dos processos de vinculação da economia da confiança. Graeber (2016, p.123) sugere que existem “três princípios morais sobre os quais as relações econômicas podem ser fundamentadas e que todos eles aparecem em qualquer sociedade humana”: comunismo, troca e hierarquia. Esses três princípios podem ser úteis para pensar a natureza das relações econômicas que caracterizam a economia da confiança, favorecendo uma análise de maior precisão. Vejamos cada um deles.

O comunismo como princípio moral das relações econômicas é entendido por Graeber (2016, p.123) como “qualquer relação humana que funcione de acordo com o princípio ‘de cada um segundo suas capacidades, a cada um segundo suas necessidades’”. No entanto, argumenta Graeber (2016), devemos considerar que o “comunismo” é um termo que costuma gerar controvérsias ao ser identificado com os regimes comunistas, o que é curioso porque,

segundo ele, os partidos comunistas que governam China e Cuba não se descrevem como “comunistas”, mas como “socialistas”, tendo em vista que o “comunismo” é encarado como um ideal distante e utópico a ser alcançado em um futuro distante, em geral, seguido pelo fim da figura do Estado (GRAEBER, 2016, p.123). Porém, o antropólogo não entende o comunismo como uma utopia, nem mesmo em relação a posse dos meios de produção.

O comunismo é algo que existe agora mesmo – que existe, até certo ponto, em toda sociedade humana, embora nunca tenha havido uma sociedade inteiramente organizada dessa maneira, e é difícil imaginar como seria tal organização. Todos nós agimos como comunistas durante boa parte do tempo. Nenhum de nós age como comunista de maneira coerente. A “sociedade comunista” – no sentido de uma sociedade organizada tendo esse único princípio como base – jamais poderia existir. Mas todos os sistemas sociais, e mesmo os sistemas econômicos, como o capitalismo, foram construídos em cima da pedra angular de um comunismo realmente existente. (GRAEBER, 2016, p.124).

Assim, sempre que o “princípio operativo” seja “a cada um segundo suas capacidades, a cada um segundo suas necessidades”, ainda que se trate somente da interação de duas pessoas ou mesmo dentro de uma empresa é possível considerar que se está diante de um tipo de comunismo e a razão para isso é a “mera eficiência”, pois “se você realmente quer que algo seja feito, a maneira mais eficiente de realizá-lo é obviamente distribuir tarefas por capacidades e dar às pessoas o que elas precisam para tal” (GRAEBER, 2016, p.125).

Seguindo essa lógica, Graeber (2016, p.125) considera que a maioria das empresas capitalistas funcionam, internamente, de maneira comunista, ainda que não sejam democráticas e organizadas com estruturas hierárquicas. Interessante, como destaca Graeber (2016), que essas estruturas verticais não são as mais eficientes, e os “capitalistas de *start-ups*”, assim como os engenheiros de computação, já perceberam que quanto maior a necessidade de improvisar, mais democrática tende a se tornar a cooperação” (GRAEBER, 2016, p.125) e os negócios mais otimizados. Percebemos isso tanto nos softwares gratuitos quanto na dinâmica como se organizam algumas empresas – as iniciativas da economia da confiança são exemplos disso.

É possível observar o “princípio do comunismo” também após circunstâncias de desastres, como enchentes, e em situações cotidianas quando, por exemplo, pedimos informação de como chegar a algum lugar e outra pessoa conhece o caminho (GRAEBER, 2016). Também temos exemplos desse princípio em “pequenas cortesias”, como apertar o botão do elevador, até situações extremas, como salvar alguém que esteja se afogando (GRAEBER, 2016). Isso é o que Graeber (2016, p.127) vai chamar de

“comunismo de base”: o entendimento de que, a menos que as pessoas se considerem inimigas, o princípio “de cada um segundo suas capacidades, a cada um segundo suas necessidades” supostamente poderá ser aplicado se a necessidade for grande o suficiente, ou se os custos foram considerados razoáveis o suficiente.

“O comunismo de base pode ser considerado a matéria-prima da sociabilidade, o reconhecimento de nossa interdependência fundamental, que é a substância indispensável da paz social” (GRAEBER, 2016, p.129). No entanto, cabe notar que nos comportamos de maneira mais solidária com alguns, como parentes próximos, amigos íntimos, esposas e maridos, constituindo o que o antropólogo americano vai chamar de “comunismo individualista” (GRAEBER, 2016, p.130).

Essa reflexão sobre o comunismo como um princípio da nossa sociabilidade nos ajuda a depurar as análises que vimos, especialmente no segundo capítulo, sobre cooperação. Sabemos que a dinâmica entre pares facilita os intercâmbios, mas por qual motivo interagimos? Seja para se hospedar com o outro, para comer em sua casa, pegar seu carro emprestado, fazer legendas de séries, ajudar estranhos a resolverem problemas de suas empresas em fóruns, entre outras relações. Possivelmente porque isso tem relação com prazer e satisfação pessoal.

Como acontece com a sociedade como um todo, o convívio comum poderia ser visto como um tipo de base comunista sobre a qual todo o restante é construído. **Ele também ajuda a ressaltar que o compartilhar não é apenas uma questão moral, mas também de prazer.** Prazeres solitários sempre existirão, mas para a maioria dos seres humanos as atividades mais prazerosas quase sempre envolvem a partilha de algo: música, comida, bebidas, drogas, fofocas, dramas, camas. Há certo comunismo dos sentidos na raiz da maior parte das coisas que consideramos divertidas. (GRAEBER, 2016, p.129, grifo nosso).

Assim, a sugestão de Graeber (2016, p.132) é “pensar no comunismo como um princípio moral em vez de apenas uma questão de propriedade”.

Em contrapartida, outro princípio moral sobre o qual a relação econômica pode se basear é a “troca”, que de acordo com Graeber (2016) é fundamentalmente diferente do “comunismo”. “A troca sempre tem a ver com equivalência. É um processo de mão dupla em que cada lado dá tanto quanto recebe. É por isso que se pode falar na troca de palavras entre pessoas (se há uma discussão), da troca de socos e até de tiros” (GRAEBER, 2016, p.134). Embora a troca tenha relação com equivalência não significa que essa característica esteja sempre presente em todas as relações, é mais um processo que tende a ser equivalente. Há, inclusive, certa contradição nas trocas: cada pessoa que participa está tentando ultrapassar a

outra, mas geralmente as relações terminam quando os envolvidos julgam o resultado como satisfatório, ainda que parcialmente (GRAEBER, 2016).

Por conta dessa contradição é que na “troca” existe algo de “competição”, que pode funcionar de diferentes maneiras. Nas trocas comerciais, por exemplo, é possível tentarmos obter o máximo de vantagem (lucro). Trata-se de uma troca “impessoal”, ou seja, a pessoa de quem compramos ou a quem vendemos, em princípio, é irrelevante, ainda que exista o elemento de cordialidade (GRAEBER, 2016) – é como a “função” que temos tratado.

Por outro lado, essa competição pode aparecer também em trocas que não envolvem dinheiro. Uma relação que ilustra isso é a que se pode ter com vizinhos e amigos, com os quais podemos preferir não pagar nossas dívidas, pois essa é uma forma de manter a relação existente, tendo em vista que “ajustar as contas” pode significar que as duas partes poderão se distanciar (GRAEBER, 2016, p.121). Isso existe pelo fato de que as trocas possuem também uma sensação de que os dois lados estão “prestando contas”: “a troca nos permite anular as nossas dívidas. Ela é uma das maneiras de ficarmos quites e, portanto, terminarmos com uma relação” (GRAEBER, 2016, p.136).

Nesse sentido, Graeber (2016) se refere a experiências de trocas em uma perspectiva bastante semelhante a de Mauss (2003), que podem assumir incontáveis formas. Uma delas é a troca de presentes ou de gentilezas: eu pago a conta desta vez e você pagará na próxima. Contudo, cabe notar como essas trocas podem se tornar uma “disputa de generosidades” (competição) entre pessoas que ambicionam mostrar quem dá mais (GRAEBER, 2016). Assim, a própria generosidade pode ser uma forma de expressar distinção. Tornar-se um “superhost” no Airbnb e ter muitas referências positivas no CS, por exemplo, tem relação com a gentileza e a disponibilidade que se tem para com o outro, e que podem ser motivadas tanto pela satisfação pessoal quanto pela vontade de agregar valor ao seu perfil na plataforma, bem como ganhar ou não dinheiro. O interessante é notar como altruísmo e egoísmo, competição e cooperação podem estar juntos, hora prevalecendo um, hora outro, conforme já indiquei.

Outro aspecto importante da troca é que ela “implica a igualdade formal – ou, pelo menos, a igualdade em potencial” (GRAEBER, 2016, p.141). Apesar das inúmeras diferenças entre os envolvidos nas relações de hospitalidade citadas, é possível pensar que eles potencialmente podem ser iguais. No Airbnb, por exemplo, essa igualdade pode vir do pagamento. Não se faz distinção entre os hóspedes (pelo menos não claramente) e eles são iguais a partir da sua condição de pagar pelo local. Entre os usuários do CS, talvez a igualdade venha da possibilidade que todos têm de elaborarem seus perfis e interagirem entre si.

Parece possível também refletir sobre a experiência de igualdade nessas plataformas a partir dos locais de hospedagem. No Airbnb existe grande diversidade de locais para hospedagem baseados na localização, na decoração, nos serviços oferecidos, o que incide no preço. Contudo, a igualdade existente parece estar na possibilidade dos anúncios circularem em sua diferença e serem escolhidos a partir da diversidade de interesses também existente. No CS parece semelhante, as opções de estadia e o perfil dos usuários são extremamente variados, mas também são as predileções dos candidatos a hóspedes, o que parece conduzir a certa experiência de igualdade uma vez que um determinado perfil de usuário, por mais singular que seja, pode encontrar alguém que o acolha.

A multiplicidade de espaços para hospedagem e as propensões das pessoas nas plataformas parecem configurar um ambiente de igualdade potencial, necessário às trocas, mas que é altamente instável. Além dos aspectos indicados no item anterior que criam certa “desigualdade” (bairro onde mora, se fala língua estrangeira, se tem acesso frequente à internet), o próprio fluxo de interações entre os usuários não é equitativo: alguns viajam mais que outros e existem os que tem mais tempo para receber, fazendo com que alguns tenham mais referências que outros, para ficarmos em um exemplo de distinção.

Diante dessa instabilidade da igualdade, é possível “cair”, facilmente, no terceiro princípio moral sobre o qual as relações econômicas podem se basear: a hierarquia. Ao pensarmos em “hierarquia” talvez as primeiras ideias que nos venham à mente sejam as relações entre chefes e empregados; pais e filhos; professores e alunos. David Graeber (2016, p.143) apresenta outras:

(...) Se você dá algumas moedas a um mendigo e depois ele reconhece você, é improvável que ele lhe dê algum dinheiro – mas pode muito bem pensar que você dará dinheiro a ele de novo. O mesmo pode ser dito quando se doa dinheiro para instituições beneficentes (uma vez doe para o United Farm Workers e nunca mais eles deixaram de me procurar). Esse tipo de ação unilateral de generosidade é tratado como um precedente para o que será esperado depois. É quase a mesma coisa quando damos doce a um criança.

É interessante notar como a construção de uma relação econômica fundada na hierarquia, conforme sugere Graeber (2016), parte da compreensão do outro como um tipo diferente de pessoa, seja acima ou abaixo de nós, melhor ou pior, mas diferente. Por exemplo: se um amigo “é excepcionalmente generoso uma vez, é provável que tenhamos vontade de retribuir. Se ele age dessa maneira repetidas vezes, concluímos que ele é uma pessoa generosa, e portanto é menos provável que tenhamos vontade de retribuir” (GRAEBER, 2016, p.145).

Dessa forma, a hierarquia pressupõe seres diferentes, isto é, ocupando lugares (funções, se quisermos) distintos, ainda que sejam seres de muita semelhança, como da mesma faixa etária, moradores da mesma localidade, mesmas profissões etc. Retomando o caso do Airbnb e do CS citados há pouco, as pessoas e as residências são diferentes, mas podem ser construídas, a partir de determinadas dinâmicas, para funcionarem de maneira igual. No entanto, essa igualdade é “volúvel”, podendo facilmente retornar à diferença: aquele que tem mais referências e terá maiores facilidades para conseguir um anfitrião no CS ou o que tem uma casa melhor localizada e terá mais pedidos de reserva no Airbnb, por exemplo.

Isso parece indicar como esses princípios (comunismo, troca e hierarquia) estão sempre presentes nas relações e como as experiências oscilam entre um e outro. Graeber (2016) confirma essa percepção e cita um exemplo: “somos todos comunistas com nossos amigos mais próximos e somos senhores feudais quando lidamos com crianças pequenas” (GRAEBER, 2016, p.147). É por conta da oscilação entre um princípio e outro que frequentemente é difícil identificar qual predomina em determinado momento.

Graeber (2016) cita ainda vários exemplos de como esses fundamentos morais da economia podem transitar entre si, mas acredito que esse aspecto já tenha ficado claro. Agora, tendo em vista o objetivo desta tese, é importante focarmos em como esses princípios e suas interações estão presentes nos processos de vinculação e constituição dos sujeitos.

A partir do que vimos, a igualdade ou a diferença parecem, então, ter relação com os princípios que orientam as relações, os lugares que cada ator ocupa e a função que desempenham. Assim, qualquer um desses princípios é capaz de instituir tanto “sujeitos” quanto “funções” (tratados anteriormente). Da mesma forma como o “comunismo” pode conduzir a práticas competitivas que instituem “funções”, a “troca” monetária pode levar a experiências de cooperação que constituam “sujeitos”. É impossível saber, antes da relação, tanto qual princípio irá prevalecer quanto a natureza do processo de vinculação a ser instaurado.

As experiências da economia da confiança que vimos no primeiro capítulo exemplificam também essas transições entre princípios (comunismo, troca e hierarquia). Nas de empréstimo entre vizinhos, por exemplo, o que se ganha ao emprestar? Mesmo sendo uma pessoa generosa emprestando tudo que estiver ao seu alcance não há garantia de que quando você precisar de algo terá sua necessidade atendida. Contudo, o fato de emprestar pode aumentar sua reputação, ou seja, seu valor na plataforma, o que é capaz de facilitar suas transações futuras (trata-se da reciprocidade indireta abordada no segundo capítulo). Você pode estar agindo de maneira “comunista”, mas essa ação lhe construirá na plataforma um



perfil diferenciado (hierarquia), “melhor” que o das pessoas que não emprestam nada. A mesma coisa podemos perceber no CS, como citei anteriormente.

É pertinente notarmos como essa “flutuação” entre sujeitos e funções, relacionada aos fundamentos morais das relações econômicas propostos por Graeber (2016), acontece o tempo inteiro em nosso cotidiano, em qualquer área de nossa experiência, tornando mais difícil a aceitação dos lugares e definições “prontas e acabadas”, tendo em vista que estamos sempre mudando. Somos esposas e maridos, pais e filhos, tias e primas, chefes e subordinados nas relações nas quais interagimos, muitas vezes simultaneamente. Não raro “terceirizamos” nossa existência para cargos e funções, mas isso não nos impede de nos constituirmos como sujeitos ao mesmo tempo.

As experiências da economia da confiança contribuem para salientar essa junção, esse modo de funcionamento que se alterna ou sobrepõe. Ela não inventa, mas evidencia o que sempre existiu. Podemos ser o anfitrião do Airbnb com a maior “impessoalidade” e “asepsia” possível e tentarmos nos manter, unicamente, na “troca”. Porém, mesmo sem querer, podemos nos deixar afetar pelo outro e não “anularmos” ou “fecharmos” a relação, deixando-a aberta (comunismo) e obtendo, posteriormente, um local de graça ou mesmo pagando, mas passando a “desfrutar” com o outro. Exemplos disso estão em relatos que levantei nos quais o anfitrião nem sequer estava no mesmo imóvel que o hóspede, e tinha sido o mais formal e polido possível, mas que, por conta da forma como os hóspedes eram (levando pizzas para o anfitrião e outras “gentilezas”) acabou, talvez, transformando aquela simples troca monetária em um relação quase de princípio comunista.

O contrário também pode acontecer. No último dia de 2016, uma anfitriã do Airbnb postou um comentário no grupo do Facebook, que reúne usuários brasileiros da plataforma, agradecendo ao Airbnb pelas experiências “maravilhosas” que a tem proporcionado – como conhecer pessoas e poder passear com elas pela sua cidade. Comentário esse que foi seguido de outras declarações de pessoas que também estavam “adorando” seus hóspedes.

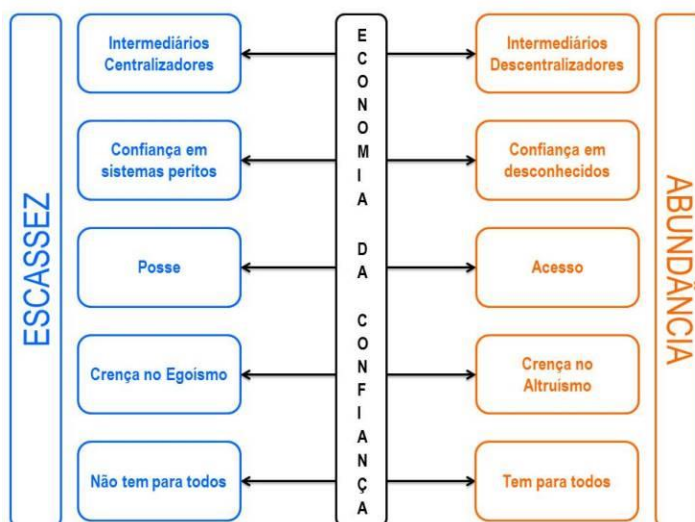
Esses exemplos nos ajudam a perceber como podemos exercer diversos “papéis” nos processos de vinculação nos quais nos constituímos, uma vez que não “somos” um único “papel”, pois ele é apenas um dos aspectos que nos constitui. Os lugares “desencaixados” da economia da confiança nos ajudam a perceber isso e a evidenciar essas mudanças. Diante disso é que compreendermos os fundamentos morais das relações econômicas propostos por David Graeber (comunismo, troca e hierarquia) são úteis, porque auxiliam na identificação de como esses princípios também caracterizam os processos de vinculação, assim como as

transições entre os princípios, que por sua vez auxiliam a refletir sobre a constituição dos “sujeitos e funções”.

Devemos lembrar, como foi trabalhado no primeiro capítulo, que é o “vazio” do comum, configurado na relação, que está em “jogo” ao tratarmos da constituição desses “papéis”. É nesse “vazio”, onde se constituem sujeitos e modos de vida são produzidos, que esses fundamentos morais atuam e essa perspectiva proposta por Graeber (2016) contribui para sairmos das avaliações dicotômicas e maniqueístas do tipo: Airbnb é ruim e institui funções porque é pago, enquanto o CS é bom e institui sujeitos por conta da gratuidade – como já vimos.

A economia da confiança e seus três eixos (dinâmica entre pares, confiança entre desconhecidos e abundância de recursos) não conduzem a relações boas ou más. Nela estão presentes e se misturam os três fundamentos morais das relações econômicas sugeridos por Graeber (2016). Indicar isso pode não ser original, mas talvez nos ampare na compreensão da economia da confiança de modo a sairmos de “lugares” e “leituras” prontas. Isso pelo fato de que as pessoas não são essencialmente egoístas ou altruístas; a abundância não acaba, definitivamente, com a escassez de recursos naturais, nem mesmo com a propriedade; assim como a confiança entre desconhecidos não torna todas as pessoas confiáveis; da mesma forma como a dinâmica entre pares não acaba com todos os mediadores e nos conduz ao “paraíso da liberdade e da escolha”. Sempre vivemos, e viveremos, em trânsito e mudança – conforme está a economia da confiança na figura 8. Aceitar essa impermanência, tratada no primeiro capítulo, nos permite refletir e analisar sem fórmulas definitivas.

Figura 8 - Entre a escassez e a abundância.



Fonte: Gráfico do autor.

A economia da confiança, conforme foi dito, não diz respeito a uma teoria econômica, mas a perspectiva analítica de um fenômeno/processo de vinculação social. Daí sua acolhida na comunicação, que está preocupada com as dinâmicas, os movimentos, os arranjos, a constituição dos sujeitos e da experiência social. A economia da confiança, formada pelos três eixos já indicados, que podemos ver pormenorizados na figura 8, é o “entre” no qual os sujeitos se constroem, levando em consideração que os arranjos são sempre circunstanciais. A economia da confiança é uma instância da experiência social na qual podemos observar os vínculos sendo construídos, onde os processos nos quais os sujeitos se instituem e a performance da comunicação tomam forma.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Agora podemos voltar à pergunta que orientou este estudo: de que tratam e como ocorrem os processos de vinculação social que constroem as práticas da economia da confiança?

Esses processos tratam da constituição de sujeitos e ocorrem em arranjos instáveis entre elementos de naturezas diversas. Esses “arranjos” variáveis podem ser percebidos nos três eixos propostos que, ao entrarem em funcionamento conjunto e interdependente, caracterizam a chamada economia da confiança. Um dos eixos evidencia os valores, crenças, desejos, visões de mundo, que chamei de “premissa”, enfatizando a “abundância”, que confere nome a este primeiro eixo, como a premissa que parece substituir a “escassez” nas dinâmicas estudadas. Outro eixo trata do modo de funcionamento a partir do qual os arranjos da economia da confiança ocorrem, que nomeei de “dinâmica entre pares”, a partir do qual as pessoas e coisas envolvidas se relacionam de maneira “mais direta”, com outros intermediários. Por fim, o eixo da “confiança entre desconhecidos”, que parece regular esses arranjos e indicar as maneiras pelas quais irão se organizar; lembrando que essa confiança é construída a partir de diferentes disposições para acreditar no outro, elaboradas, por sua vez, através de estratégias distintas das usuais.

Os processos de vinculação da economia da confiança, ocorrendo nesse contexto e tratando da constituição de sujeitos, essas formas variáveis, parecem nos oferecer “duas figuras”, que indicam posições entre as quais a constituição do ser parece oscilar: “sujeitos”, caracterizados pelas dinâmicas nas quais se deixa afetar pelo outro a partir do convívio com a diferença; ou “funções”, na qual o ser interage dentro de uma funcionalidade impessoal. Não esquecendo que a constituição desse ser, conforme propus, ocorre de maneira instável entre essas duas “figuras”.

Cabe lembrar ainda que a confiança tem também um papel na maneira como o conhecimento se constrói, por isso a considerei como uma figura epistemológica da comunicação, tendo em vista que além do seu papel nos processos de vinculação, a forma como a confiança será elaborada pode indicar determinado saber que se constrói e legitima.

Assim, a economia da confiança, resumidamente, diz respeito a um processo de vinculação que parte da premissa da abundância, funciona por meio da dinâmica entre pares e tem na construção da confiança entre desconhecidos um regulador do processo. Essa forma de vinculação utiliza-se, por exemplo, de espaços ociosos, pouco utilizados ou disponíveis

(abundância de recursos) que podem ser “incorporados” ao modelo de negócios de determinadas empresas. O contato entre esses diferentes espaços e hóspedes acontece por meio de uma infraestrutura tecnológica que conecta pares desconhecidos (dinâmica entre pares), mas dispostos a confiar uns nos outros (confiança entre estranhos).

A opção por dividir a tese em quatro capítulos, sendo o primeiro para estabelecer as bases e condições do estudo e os demais para cada eixo, foi a melhor possibilidade que encontrei de sistematizar a proposta da economia da confiança a partir do Airbnb e do Couchsurfing. Abordar as duas plataformas de maneira distribuída por todo o trabalho, não tendo capítulos “teóricos” ou “empíricos”, foi outra escolha no intuito de auxiliar na formulação e fundamentação da proposta de acordo com as orientações metodológicas consideradas.

Busquei conectar os capítulos por meio de exemplos e ideias que seguiram uma espécie de ordem crescente e sempre indicando determinado aspecto que já tinha sido abordado de outra maneira ou simplesmente fazendo referência a exemplos já citados. Talvez, por conta dessas estratégias o trabalho possa ter parecido redundante em algum momento, mas a intenção foi facilitar o entendimento.

Apesar de sua interdependência, os eixos da economia da confiança não possuem hierarquia ou ordem entre si. Podem, inclusive, ser lidos e entendidos separadamente. Ao chamá-los de eixos, a proposta, inclusive, foi compreendê-los como “peças” que ao se movimentarem induzem outros elementos também à mobilidade. Cabe evidenciar ainda como esses eixos estão interligados: a confiança entre estranhos requer a dinâmica entre pares para se expressar, que por sua vez não funcionaria se não confiássemos em outros processos de mediação envolvendo desconhecidos; assim como a abundância, que precisa da confiança entre pessoas que não se conhecem para funcionar e da dinâmica entre pares para acontecer, entre outras interrelações.

O fenômeno que busquei caracterizar neste estudo tem relação com inúmeros aspectos: mercados, empreendedorismo, representatividade, anonimato/privacidade/controle em redes digitais de comunicação, mobilidade urbana, meio ambiente, utilização e descarte de produtos, acesso à serviços, motivação humana, entre inúmeras outras questões. De certa forma, estudar os processos de vinculação é abordar essa diversidade de temas e áreas de forma relacional, sem tratar deles diretamente, uma vez que o foco são as relações, isto é, como essas dinâmicas funcionam e produzem realidade e sentido, constituindo sujeitos e experiência social.

Assim, trabalhar com o “processo” e com o vínculo como o espaço de comunicação constituidor de relações, demanda escolher ininterruptamente o “peso” que cada elemento terá no estudo. Ao fazer isso, por mais criterioso que se busque ser, como considero que fui, tempo e espaço são limites inquestionáveis. Por isso, alguns aspectos que foram apenas mencionados ou indicados em certos momentos não foram abordados, como, por exemplo, questões relacionadas ao anonimato e à privacidade, inerentes as dinâmicas entre pares e as plataformas aqui tanto citadas. Entretanto, acredito que essas “ausências” compõem as pesquisas, especialmente as que buscam estudar processos em permanente mudança e ajudam a lembrar que estudar relações tão diversas é bem diferente de almejar um trabalho totalizante que busque esgotar o objeto e tudo explicar.

Um estudo com tais características parece-me perfeitamente adequado à comunicação por conta do seu foco em analisar os processos de vinculação social levando em consideração sua natureza instável e constituída por elementos heterogêneos. Este trabalho pode ser percebido como parte dos estudos da área que se preocupam com a produção de sentido da existência a partir das formas de vinculação que são construídas entre pessoas e coisas e marcadas por permanentes mudanças.

O que estou chamando de economia da confiança nos coloca diante de situações que parecem indicar mudanças consideráveis nos modos de vida em nossas sociedades. É lugar comum afirmar que todos os seres humanos buscam sua satisfação pessoal. Eles podem ser egoístas ou altruístas para isso, a questão interessante que emerge é: no momento em que busco meu bem-estar pelo acesso e não pela propriedade, isto é, pelo compartilhamento de bens, não estou, independentemente da motivação, mudando, talvez substancialmente, um modo de viver? Considerar os seres como altruístas ou egoístas, que, como vimos, tem orientando o funcionamento das relações econômicas, parece deixar de ser tão determinante diante de outras lógicas e possibilidades de acessar bens e serviços que torna seu uso e fruição mais fáceis e práticos e pode contribuir para a redução no consumo de determinados objetos, ou seja, menos lixo é gerado e relaciona-se mais com o outro.

Essa possibilidade está sendo explorada por empresas e não parece exagerado considerar que estão construindo monopólios, como o Airbnb. Também é fato que estamos observando uma crescente precarização das relações de trabalho tal como as conhecemos hoje. É ainda perceptível como outras relações, inclusive íntimas, e objetos estão sendo incluídos e explorados nesses mercados emergentes. Então, não se trata de imaginar no horizonte o fim do capitalismo como o conhecemos, como alguns parecem vislumbrar, mas também não é o caso de entender tais experiências apenas como mais uma das inúmeras

mudanças pelas quais o capitalismo tem passado. As duas perspectivas parecem-me limitadas porque, quem sabe, não estão atentas às mudanças mais sensíveis e, principalmente, estão detidas em bipartições, como se houvesse apenas dois caminhos.

A abundância, enquanto possibilidade, aumenta os ativos nos mercados e suscita diversas combinações, como vimos, e que podem ir além do que conseguimos imaginar. A compreensão corrente de economia pode até considerar que os desejos sejam ilimitados e os recursos limitados, mas o fato é que as maneiras como esses recursos podem ser acessados talvez também sejam ilimitadas tendo em vista que formas de emprestar, alugar, consumir em conjunto e oferecer diferentes usos a objetos que seriam descartados podem sempre ser inventadas. É disso que trata a economia da confiança. Desejos e necessidades estão sendo sempre criados, mas as maneiras de acessá-los também, pois a propriedade individual, que não parece apresentar traços de que irá acabar, também está longe de ser o único caminho.

Levando-se em consideração a diversidade de iniciativas (empresas e modos de vida) que surgem baseadas na premissa da abundância no contexto da economia da confiança, em detrimento da premissa da escassez, e tendo em conta que se trata de um fenômeno que tem pouco mais de dez anos, muitas combinações ainda podem ser feitas.

A existência da dinâmica entre pares contribui para a exploração da abundância como uma possibilidade, conectando as pessoas entre si e auxiliando na emergência de outros processos de vinculação. Vimos aqui exemplos de como essa dinâmica altera as relações, da política à educação, passando pelo ativismo político e envolvendo tanto empresas quanto movimentos sociais (organizados ou não). É um modo de funcionamento que caracteriza as formas de vida contemporâneas. Mas isso também parece apenas o começo. O surgimento e a consolidação do Blockchain como uma tecnologia viável, por exemplo, coloca em risco o sucesso de algumas (ou todas?) as “grandes empresas” da economia da confiança, que mal nasceram e já precisarão se adaptar, assim como as grandes indústrias que elas estão ameaçando.

Podemos considerar que o Airbnb, e até mesmo o Couchsurfing, são empresas que estão crescendo e aumentando seu valor às custas dos usuários, como qualquer outra, só que explorando um mercado emergente e de outras formas. Utilizar a dinâmica entre pares como modo de funcionamento não é novidade, já é algo tão naturalizado que muitas vezes nem percebemos mais, assim como a premissa da abundância, muito presente no consumo de entretenimento – o que não diminui a relevância desses aspectos. Contudo, o mais curioso nesse fenômeno, e que me fez considerar tais relações dignas de estudo, é a maneira como são reguladas. Como é possível experimentar outras formas de confiança em um mundo no qual

os perigos parecem aumentar? De que forma pessoas tornam-se dispostas, algumas até empolgadas, com a possibilidade de confiar no outro através de formas pouco usuais?

As possíveis respostas a essas perguntas tem uma certeza em comum: a emergência de outras formas de construção da confiança. Não parece exagero afirmar que estamos confiando mais, isto é, estamos aceitando mais riscos. Repito: isso não significa que esse eixo seja mais importante que os outros em um sentido hierárquico, mas que cumpre um papel distinto, tão fundamental quanto os outros, mas de modulação, isto é, regula os processos de vinculação na medida em que “coordena” a “abertura ao outro” e a possibilidade de ser “afetado”, que constitui o “comum” da comunicação.

A confiança, como vimos, está presente em qualquer relação, mas podem existir diversas formas de construí-la, que alteram a natureza do vínculo e do sujeito que se constitui com ele. E neste estudo foi possível evidenciar a emergência e a ampliação da confiança para além dos “sistemas peritos”, isto é, das instituições e dinâmicas que podemos não conhecer o funcionamento, mas que por hábito aprendemos a confiar, para a confiança entre pares desconhecidos, que não deixam de possuir outras formas de mediação e contratos, mas que distendem a confiança a ponto de colocá-la, em última instância, em uma “pessoa comum”, um “não especialista”.

Isso implica em uma espécie de “distribuição de responsabilidade”. Porque as plataformas da economia da confiança são tão seguras quanto seus usuários as fizerem. Parece existir uma transferência (ou um compartilhamento) da responsabilidade pelo êxito das transações que não se resumem mais, apenas, às empresas, mas depende também das pessoas envolvidas que permitem a possibilidade da abundância no acesso a produtos e serviços por meio da dinâmica entre pares. São os usuários que avaliam os serviços e, de certa maneira, os controla ao administrarem as acomodações, que parecem funcionar como a “matéria prima” das transações. A confiança entre esses usuários desconhecidos tem relação com uma espécie de “gestão da visibilidade” desse comum construído nos vínculos, ou seja, com deixar visível os rastros, experiências e avaliações dos outros em formas de referências e comentários.

Diante de tudo isso, a economia da confiança parece alterar, em certa medida, a premissa, o modo de funcionamento e os vetores de regulação das relações sociais nas quais nos inserimos, tornando indistinguíveis as fronteiras dessas interações, que passam a estar em algum lugar entre o “público” e o “privado”, o “trabalho” e a “vida pessoal”, o “formal” e o “informal”.

Temos séculos de ensinamentos morais que defendem variações da fórmula “faça ao outro o que você gostaria que fosse feito a você”. Boa parte do mundo conhece essa regra e



por mais fácil que seja seu entendimento esbarra-se em sua difícil aplicação. Não há fórmulas de imediata operacionalização que orientem a constituição de seres mais altruístas e menos egoístas, por isso o foco do meu trabalho passou longe disso. No entanto, insisto que a confiança pode ser um caminho para também encararmos essa questão. Pois não se trata da orientação moral de adquirirmos apenas o que precisamos e por seu valor de uso. Todos querem se sentir confortáveis e construírem uma imagem de si. A questão é como isso pode ser feito. Por que, como já disse, não só o objeto que consumo “fala” de mim, mas também a forma como consumo.

E se passar a ser vergonhoso ter um carro de uso exclusivo? A ampliação da lógica da propriedade aumenta o medo de perder os bens. Quanto mais objetos possuímos, mais estratégias para vigiá-los precisamos, ou seja, mais dinheiro investido e medo produzido. A redução da propriedade poderia, então, contribuir para aumentar a confiança e reduzir o medo?

É difícil imaginar esse tipo de experiência, assim como, penso eu, no século XII, por ocasião da emergência da chamada burguesia e de algumas das características do que viria a ser chamado de capitalismo, seria impossível presumir uma vida na qual o sistema produtivo e as relações de trabalho passariam por profundas modificações e que, alguns séculos depois, muitos não seriam capazes de conceber uma vida fora desse modelo emergente da época.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Ed. Abril, 2012.

\_\_\_\_\_. A economia híbrida do século XXI. In: COSTA, Eliane; AGUSTINI, Gabriela (orgs). **De baixo para cima**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

AFFONSO, Julia. Agente que parou juiz em blitz da Lei Seca é condenada a indenizá-lo em R\$ 5 mil. **Estadão/Blogs Fausto Macedo**. 2014. Disponível online em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/agente-que-parou-juiz-em-blitz-da-lei-seca-e-condenada-a-indeniza-lo-em-r-5-mil/>>. Acesso em 12 fev. de 2015.

AGUILHAR, Ligia. Airbnb amplia oferta de quartos na Copa e incomoda setor hoteleiro. **Link/Estadão**, 18 maio 2014a. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/airbnb-amplia-oferta-de-quartos-na-copa-e-incomoda-setor-hoteleiro/>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

\_\_\_\_\_. Startups bilionárias impulsionam a “economia compartilhada” na internet. **Link/Estadão**, 7 jul 2014b. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/startups-bilionarias-impulsionam-a-economia-compartilhada-na-internet/>>. Acesso em: 26 fev. 2014.

AIRBNB. Quem Somos. **Airbnb**. 2016a. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em 04 out. 2016.

AIRBNB. **O que é a Reserva Instantânea?**. 2016b. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/523/what-is-instant-book>> . Acesso em 23 nov. 2016.

ALGAR, Ray. Collaborative Consumption. **Leisure Report**. Abril, p.16-17. 2007.

ALVES, Renato. Uber é regulamentado no DF, sem limite de carros e de serviços. **Correio Braziliense**. 02 ago. 2016. Disponível em <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2016/08/02/interna\\_cidadesdf,542732/uber-e-regulamentado-no-df-sem-limite-de-carros.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2016/08/02/interna_cidadesdf,542732/uber-e-regulamentado-no-df-sem-limite-de-carros.shtml)>. Acesso em: 02 out. 2016.

AMATO, Fábio. Após dez anos, transporte aéreo de passageiros deve encolher em 2016. **G1 – Brasília**. 30 abr. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/04/apos-dez-anos-transporte-aereo-de-passageiros-deve-encolher-em-2016.html>>. Acesso em: 25 dez. 2016.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

\_\_\_\_\_. [Entrevista]. Dá para ter uma fábrica em sua casa, diz guru americano. Entrevista concedida a Michael Appleton/The New York Times/Latinstock. **Revista Exame**. 01 de dezembro de 2012a. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1030/noticias/uma-fabrica-em-sua-casa>>. Acesso em: 12 de fev. 2015.

\_\_\_\_\_. **Free**: Grátis: o futuro dos preços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

ANDERSON, Chris. **Makers** – a nova revolução industrial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012b.

ASN. Taxa de empreendedorismo é a maior dos últimos 14 anos. **Agência Sebrae de Notícias**. 22 fev. 2016. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empreendedorismo-e-a-maior-dos-ultimos-14-anos,176b303c83bf2510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 20 dez. 2016.

BARBOSA, Jaque. Fotógrafo viaja por 18 países dormindo em sofás de mais de 100 desconhecidos. **Hypeness**, 2013. Disponível em: <<http://www.hypeness.com.br/2013/05/fotografo-viaja-pelo-mundo-registrando-estranhos-que-lhe-ofereceram-um-sofa-em-suas-casas/>>. Acesso em 3 mar. 2015.

BARROS, Laura Pozzana de; KASTRUP, Virgínia. Cartografar é acompanhar processos. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCOSSIA, Liliana (org.). **Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BATESON, Gregory. **Mente e Natureza: a unidade necessária**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1986.

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BELLONI, Luiza. Hamburgueria “Zebeleo” não vai ter mais financiamento coletivo, anuncia Bel Pesce. **BrasilPost**. 26 ago. 2016. Disponível em: <[http://www.brasilpost.com.br/2016/08/26/financiamento-coletivo-zebeleo-cancelado\\_n\\_11718658.html](http://www.brasilpost.com.br/2016/08/26/financiamento-coletivo-zebeleo-cancelado_n_11718658.html)>. Acesso em 30 set. 2016.

BENJAMIN, Walter. **Rua de mão única – obras escolhidas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987. v. 2.

BENNER, Katie. Airbnb abandona disputa com prefeitura de Nova York sobre multas. **Folha de São Paulo**. 05 dez. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/12/1838534-airbnb-abandona-disputa-com-prefeitura-de-nova-york-sobre-multas.shtml>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

BAUWENS, Michel et al. **Synthetic Overview of the Collaborative Economy**. Orange Labs and P2P Foundation, 2012. Disponível em: <<http://p2p.coop/files/reports/collaborative-economy-2012.pdf>>. Acesso em 24 fev. 2015.

BENKLER, Yochai. Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. **The Yale Law Journal**, v. 114, p. 273-358, 2004. Disponível online em: <[http://provost.ucdavis.edu/local\\_resources/docs/Benkler-Sharing\\_Nicely.pdf](http://provost.ucdavis.edu/local_resources/docs/Benkler-Sharing_Nicely.pdf)>. Acesso em 15 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. **The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs over Self-Interest**. New York: Crown Business, 2011.

\_\_\_\_\_. **The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom**. New Haven, Connecticut: Yale University Press, 2006.

BELK, Russell. Sharing. **Journal of Consumer Research Inc**. V. 36, Nº 5, p. 715-734. Published by: The University of Chicago Press. February, 2010. Disponível em: <<http://www.cs.cmu.edu/~jhm/Readings/612649.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2015.

BELK, Russell. Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0. **Anthropologist**, v. 18, n. 1, p. 7-23, 2014.

\_\_\_\_\_. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, 2013. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296313003366>>. Acesso em 23 fev. 2015.

BIKE RIO. Como utilizar. 2016. Disponível em: <<https://www.mobilicidade.com.br/sambarjpt/comoutilizar.asp>>. Acesso em 03 out. 2016.

BILLOCK, Jennifer. Ask the CEO: Revenue at Couchsurfing. **Blog.couchsurfing**, 19 jan. 2015. Disponível em: <<http://blog.couchsurfing.com/ask-the-ceo-revenue-at-couchsurfing/>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

BLABLACAR. Sobre nós. **BlaBlaCar**. 2016. Disponível em: <<https://www.blablacar.com.br/sobre-nos>>. Acesso em 03 out. 2016.

BLIIVE. Colaboração é a nova revolução. **Bliive**. 2016. Disponível em: <<https://bliive.com/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

BLOG.AIRBNB. **O mundo é a tua casa**. Disponível em: <<http://blog.airbnb.com/belong-anywhere-br/>>. Acesso em: 07 nov. 2016.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BOTSMAN, Rachel. The currency of the new economy is trust. **TED**. Vídeo (19min.46seg.). Jun. 2012. Disponível em: <[http://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_currency\\_of\\_the\\_new\\_economy\\_is\\_trust#t-635040](http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust#t-635040)>. Acesso em: 01 out. 2016.

\_\_\_\_\_. The sharing economy lacks a shared definition. **Co.Exist**, 2013. Disponível online em: <<http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#4>>. Acesso em 04 mar. 2015.

BOX 1824. O sonho brasileiro. **Box 1824**. 2015. Disponível em: <<http://www.box1824.com.br/>>. Acesso em 13 dez. 2016.

BUBER, Martin. **Eu e Tu**. São Paulo: Centauro, 2001.

BURNS, Hilary. She's trying to turn Couchsurfing into a profitable business. And she's got her hands full. **Bizjournals**. Disponível em: <<http://www.bizjournals.com/bizwomen/news/profiles-strategies/2014/10/shes-trying-to-turn-couchsurfing-into-a-profitable.html?page=all>>. Acesso em: 8 abr. 2015.

CABRAL, Rafael. Couchsurfing milionário. **Estadão**, agosto de 2011. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/couchsurfing-milionario/>>. Acesso em 9 dez. 2013.

CALLON, Michel. Entrevista com Michel Callon: dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. **Sociologias** [online]. n.19, p. 302-321, 2008.

\_\_\_\_\_. Por uma nova abordagem da ciência, da inovação e do mercado: o papel das redes sociotécnicas. In: PARENTE, André. **Tramas da Rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

CAÑIGUERAL, Albert. Consumo colaborativo explode na América Latina. **Vaquinha Social**, 2012. Disponível em: <<http://www.vaquinhasocial.com.br/release/consumo-colaborativo-explode-na-america-latina/45/>>. Acesso em: 04 mar. 2015.

CAPELAS, Bruno. Facebook derruba teoria dos “seis graus de separação”. **Link – Estadão**. 05 fev. 2016. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,facebook-derruba-teoria-dos-seis-graus-de-separacao,10000048171>>. Acesso em 17 dez. 2016.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2002.

CARVALHO, Denis. Accor cria rede de hostels jo&joe com unidades previstas no brasil. **Melhores Destinos**. 28 set. 2016. Disponível em: <<http://www.melhoresdestinos.com.br/hostel-jojoe.html>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

CARVALHO, Elaine. Produzir a própria energia. **Revista Página 22**, n.96, jun. 2015.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTRO, Mariana. **Empreendedorismo Criativo**: como a nova geração de empreendedores brasileiros está revolucionando a forma de pensar conhecimento, criatividade e inovação. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.

CATARSE. Mais de 2 mil projetos de crowdfunding financiados no Catarse. **Blog.Catarse**. 22 out. 2015. Disponível em: <<http://blog.catarse.me/crowdfunding-financiados-catarse/>>. Acesso em 30 set. 2016.

COASE, Ronald H. The Nature of the firm, **Economica**, New Series, v. 4, n. 16, p. 386-405, Nov. 1937.

COLUNCHING. **Qui sommes nous?** 2014. Disponível em: <<http://www.colunching.com/pages/quisommesnous?en>>. Acesso em 03 out. 2016.

COLLABORATIVE LAB. What do people really think?, a summary of findings across this year's studies on the collaborative economy. **Collaborative Consumption**, 2014. Disponível em: <<http://www.collaborativeconsumption.com/2014/12/18/what-do-people-really-think-a-summary-of-findings-across-this-years-studies-on-the-collaborative-economy/>>. Acesso em: 4 mar. 2015.

CINESE. **Quem somos?** Disponível em: <<http://www.cinese.me/sobre>>. Acesso em 30 set. 2016.

COSTA, Ramon Bezerra. **Mídias Livres: um estudo sobre formas de ação política no campo midiático.** 2012. 149 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

COUCHSURFING. Share your life. **Couchsurfing.** 2016. Disponível em: <<http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>>. Acesso em 04 out. 2016.

COSTA, Ricardo. Pebble Time quebra recorde de antecessor no Kickstarter em apenas dois dias. **Tecmundo.** 27 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/smartwatch/75663-pebble-time-quebra-recorde-antecessor-kickstarter-dois-dias.htm>>. Acesso em: 30 set. 2016.

COSTA, Eliane; AGUSTINI, Gabriela (orgs). **De baixo para cima.** Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

COUCHSURFING. **How can I have a safer Couchsurfing experience?** Disponível em: <<https://support.couchsurfing.org/hc/en-us/articles/200639130-How-can-I-have-a-safer-Couchsurfing-experience->>. Acesso em: 22 nov. 2016a.

\_\_\_\_\_. **Our values.** Disponível em: <<http://about.couchsurfing.com/about/values/>>. Acesso em: 14 set. 2016b.

\_\_\_\_\_. **Share your life.** Disponível em: <<http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>>. Acesso em: 14 set. 2016c.

\_\_\_\_\_. **What are Vouches?** Disponível em: <<https://support.couchsurfing.org/hc/en-us/articles/203376904-What-are-Vouches->>. Acesso em: 24 nov. 2016d.

CRAIDE, Sabrina. Demanda por transporte aéreo tem redução pelo 15º mês seguido. **EBC – Agência Brasil.** 01 dez. 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-12/demanda-por-transporte-aereo-tem-reducao-pelo-15o-mes-seguido>>. Acesso em: 25 dez. 2016.

DCI. Confiança do empresário da indústria cai pelo 2º mês consecutivo em novembro, diz CNI. **DCI – Diário Comércio Indústria & Serviços.** 18 nov. 2016. Disponível em: <<http://www.dci.com.br/industria/confianca-do-empresario-da-industria-cai-pelo-2%C2%BA-mes-consecutivo-em-novembro,-diz-cni-id588345.html>>. Acesso em 30 nov. 2016.

DELEUZE, Gilles. **Conversações.** São Paulo: Editora 34, 2010.

\_\_\_\_\_. [Entrevista]. O abecedário de Gilles Deleuze. Entrevista concedida a Claire Parnet. **Stoa.Usp.** Transcrição integral do vídeo, 1994. Disponível em: <<http://stoa.usp.br/prodsubjeduc/files/262/1015/Abecedario+G.+Deleuze.pdf>>. Acesso em 26 jan. 2016.

\_\_\_\_\_. **Foucault.** São Paulo: Brasiliense, 2005.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Kafka**: por uma literatura menor. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Ed 34, 1995. v. 1

DIAMANDIS, Peter H.; KOTLER, Steven. **Abundância**: o futuro é melhor do que você imagina. São Paulo: HSM Editora, 2012.

DIDI-HUBERMAN, Georges. Quando as imagens tocam o real. **Pós**: Belo Horizonte, v. 2, n. 4, p. 204-219, nov. 2012.

DUTRA, Bruno. Motoristas do Uber ameaçam ir à Justiça por direito trabalhista. **Extra**. 25 set. 2016. Disponível em: <<http://extra.globo.com/noticias/economia/motoristas-do-uber-ameacam-ir-justica-por-direito-trabalhista-20171361.html>>. Acesso em: 02 out. 2016.

EAT WITH. The future of dining is here. **Eat With**. 2016. Disponível em: <<https://www.eatwith.com/>>. Acesso em 03 out. 2016.

EKONOMIO; MOVEBLA; COWORKING BRASIL. Censo Coworking Brasil 2016. 2016. **Coworking Brasil**. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/>>. Acesso em: 29 set. 2016.

EDELMAN. **Edelman Trust Barometer** – Global Report. 2017. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-global-results-71035413>>. Acesso em 20 jan. 2017.

FARRELL, Maureen. Airbnb's Funding Round Led by Google Capital. **The Wall Street Journal**. 22 set. 2016. Disponível em: <<http://www.wsj.com/articles/airbnb-raises-850-million-at-30-billion-valuation-1474569670>>. Acesso em 04 out. 2016.

FELINTO, Erick; COSTA, Ramon Bezerra. Agenciamentos e anonimato: sobre a experiência do Anonymous. **Revista GEMInIS**, ano 4, n. 2, v. 2, p. 19 – 34, 2013. Disponível online em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/158/127>. Acesso em 15 mar. 2015.

FELSON, Marcus; JOE L, Spaeth. Community Structure and Collaborative Consumption: a routine activity approach. **American Behavioral Scientist**, n. 21, p. 614–24, mar-abr, 1978.

FERES JÚNIOR, João; EISENBERG, José. Dormindo com o Inimigo: uma crítica ao conceito de confiança. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, V. 49, no 3, 2006, p. 457 a 481.

FINURAS, António Paulo Menezes de Carvalho. **Confiança nas instituições e valores culturais**: estudo internacional comparado entre Angola, Cabo Verde, Moçambique e Portugal. 2013. 430p. Tese (Doutorado em Ciência Política). Doutorado em Ciência Política, Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2013.

FOUCAULT, Michel. A Ética do cuidado de si com prática da liberdade. In: \_\_\_\_\_. **Ética, sexualidade, política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, Coleção Ditos e Escritos V, 2010a.

\_\_\_\_\_. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

\_\_\_\_\_. Uma estética da existência. In: \_\_\_\_\_. **Ética, sexualidade, política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, Coleção Ditos e Escritos V, 2010b.

FRANCO, Marina. Partido na Argentina quer 'hackear a política' com voto de cidadãos na web. **G1.globo.com**. 23 jul. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/07/partido-na-argentina-quer-hackear-politica-com-voto-de-cidadaos-na-web.html>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

FREMSTAD, Anders. Online platforms for exchanging and sharing goods. **Future Economy**. 02 fev. 2015. Disponível em: <[http://futureecon.org/wp-content/uploads/AF\\_Final\\_PDF.pdf](http://futureecon.org/wp-content/uploads/AF_Final_PDF.pdf)>. Acesso em 19 dez. 2016.

FUKUYAMA, Francis. **Confiança**: as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FUSSY, Peter. Alugar próprio carro a desconhecidos vira “salário” extra. **Auto Esporte**. 30 jul. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/07/alugar-proprio-carro-desconhecidos-vira-salario-extra.html>>. Acesso em 03 out. 2016.

G1 SÃO PAULO. Reservas de Airbnb crescem 22% durante Olimpíadas do Rio. **G1 São Paulo**. 10 ago. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/reservas-de-airbnb-crescem-22-durante-olimpiadas-do-rio.html>>. Acesso em: 24 dez. 2016.

G1. Dona da Volvo lança linha de carros com botão “compartilhar”. **G1.globo.com**. 21 out. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/10/dona-da-volvo-lanca-linha-de-carros-com-botao-compartilhar.html>>. Acesso em 01 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. Venda de veículos novos recua 11% em agosto, diz Fenabreve. **Auto Esporte**. 01 set. 2016a. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/09/venda-de-veiculos-novos-recua-11-em-agosto-diz-fenabreve.html>>. Acesso em 03 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Volvo e Uber se unem para desenvolver carro autônomo. **Auto Esporte**. 18 ago. 2016b. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/08/volvo-e-uber-se-unem-para-desenvolver-carro-autonomo.html>>. Acesso em 02 out. 2016.

GANSKY, Lisa. **Mesh**: porque o futuro dos negócios é compartilhar. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011a.

\_\_\_\_\_. O futuro dos negócios é a “malha”. **TED**. Vídeo (14min.40seg.). Jan. 2011b. Disponível em: <[https://www.ted.com/talks/lisa\\_gansky\\_the\\_future\\_of\\_business\\_is\\_the\\_mesh](https://www.ted.com/talks/lisa_gansky_the_future_of_business_is_the_mesh)>. Acesso em: 01 out. 2016.



GEBBIA, Joe. The Airbnb Story. **Canal PSFK/Vimeo**. Vídeo (22min56s). 4 de maio de 2011. Disponível em: <<https://vimeo.com/23275754>> Acesso em: 13 set. 2016.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GOMES, Helton Simões. Uber já foi regulamentado por leis em 82 regiões pelo mundo, incluindo SP. **G1**. 11 mai. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/05/uber-ja-foi-regulamentado-por-leis-em-82-regioes-pelo-mundo-incluindo-sp.html>>. Acesso em: 02 out. 2016.

GONÇALVES, Fernando. Imagens em trânsito: fotografia contemporânea e experiência estética em “Gambiarras” de Cao Guimarães. **Revista Contracampo**, Niterói, v.27, n.2, p. 49-70, ago. 2013.

GRAEBER, David. **Dívida: os primeiros 5.000 anos**. São Paulo: Três Estrelas, 2016.

GRAGNANI, Juliana. Motoristas 'exaustos' do aplicativo Uber assustam passageiros em SP. **Folha de São Paulo**. 18 set. 2016. Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/09/1814456-motoristas-exaustos-do-aplicativo-uber-assustam-passageiros-em-sp.shtml>>. Acesso em 02 out. 2016.

GRANJON, Fabien. **L'internet militant**. Paris: Apogée, 2001.

GUATTARI, Félix. **As Três Ecologias**. Campinas, SP: Papyrus, 1990.

\_\_\_\_\_. **Caosmose: um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro, RJ: Editora 34, 1992.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1999.

GUIMARÃES, César; LIMA, Cristiane. **Revista ECO-Pós**. Dossiê Comunicação e Filosofia. V. 16, n. 1, p. 76-89, jan./abr. 2013.

HADDAD, Anna. Fim de um ciclo: a Laboriosa 89, ícone de horizontalidade e autogestão, fecha as portas e vai ter que mudar. **Projeto Draft**, 2015. Disponível em: <<http://projetodraft.com/era-lindo-mas-acabou-a-laboriosa-89-um-icone-de-horizontalidade-e-autogestao-fecha-as-portas/>>. Acesso em: 29 set. 2016.

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

\_\_\_\_\_. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

HARLAND, Maddy; KEEPIM, William. **A canção da terra: uma visão de mundo científica e espiritual**. Rio de Janeiro: Roça Nova, 2016.

HIGA, Paulo. Banco do Brasil libera abertura de conta corrente pelo smartphone. **Tecnoblog**. 01 nov. 2016. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/203100/bb-abrir-conta-corrente-online/>>. Acesso em 01 dez. 2016.

HORTA DAS CORUJAS. Sobre a Horta. 2016. Disponível em: <<https://hortadascorujas.wordpress.com/sobre-a-horta/#surgiu>>. Acesso em 03 out. 2016.

HOWE, Jeff. **O poder das multidões**: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

IBOPE. Índice de Confiança Social 2015. **IBOPE**. 2015. Disponível em: <[http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/ics\\_brasil.pdf](http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/ics_brasil.pdf)>. Acesso em: 02 dez. 2016.

INFOMONEY. Crescendo com a crise, Airbnb investe no Brasil e se prepara para Olimpíadas. **Uol Economia**. 23 mar. 2016. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/infomoney/2016/03/23/crescendo-com-a-crise-airbnb-investe-no-brasil-e-se-prepara-para-olimpiadas.htm>>. Acesso em 04 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Veja benefícios que empresas como Google e Facebook dão aos funcionários. **Uol Economia**. 14 ago. 2015. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/infomoney/2015/08/14/15-empresas-norte-americanas-com-sensacionais-beneficios-para-funcionarios.htm>>. Acesso em 20 dez. 2016.

INTEGRABIKE SOROCABA. **Sobre o IntegraBike**. 2016. Disponível em: <<https://integrabike.compartibike.com.br/>>. Acesso em 03 out. 2016.

IPSOS. Ipsos: 79% dos brasileiros não se sentem representados por nenhum partido. **Ipsos**. Maio de 2016. Disponível em: <<https://www.ipsos.com.br/pgConteudo.aspx?id=140>>. Acesso em: 02 dez. 2016.

JORGE, Regina. Lab89: um modelo de gestão quase comunista para gerir o nascimento do moderno capitalismo brasileiro. **Projeto Draft**, 2014. Disponível online em: <<http://projetodraft.com/laboriosa-89/>>. Acesso em: 11 de fev. de 2015.

KASTRUP, Virgínia. A rede: uma figura empírica da ontologia do presente. In: PARENTE, André (org.). **Tramas da Rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

KICKSTARTER. Stats. **Kickstarter**. 2016. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=hello>>. Acesso em 30 set. 2016.

LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

\_\_\_\_\_. **Reagregando o Social**: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

LAURENT, Olivier. Behind the Cover: How Many People Can Fit Into a Car. **Revista Time**, 2015. Disponível em: <<http://time.com/3686411/behind-the-cover-how-many-people-can-fit-into-a-car/>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MAIA, Gustavo. Vaquinha é lançada para ajudar agente de blitz a pagar indenização a juiz. **Uol**. 2014. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2014/11/04/vaquinha-e-lancada-para-ajudar-agente-de-blitz-a-pagar-indenizacao-a-juiz.htm>>. Acesso em 12 de fev. de 2015.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MALINI, Fábio. **O Comunismo da Atenção**: liberdade, colaboração e subsunção na era do capitalismo cognitivo. 2007. 315 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Escola de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

MANTOVANI, Flávia. Brasileira viaja por 14 países da Europa de carona, sem gastar nada. **G1.globo.com**, dezembro de 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2013/12/brasileira-viaja-por-14-paises-da-europa-de-carona-sem-gastar-nada.html>>. Acesso em 14 dez. 2013.

MARCEL, Diego. Aporte avalia Uber em US\$ 18,2 bilhões. **Revista Isto é dinheiro**, 06 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20140606/aporte-avalia-uber-182-bilhoes/161318.shtml>>. Acesso em 31 jul. 2014.

MARCUS, George E. A estética contemporânea do trabalho de campo na arte e na antropologia: experiências em colaboração e intervenção. In: BARBOSA, Andréa; CUNHA, Edgar Teodoro da; HIKIJI, Rose Satiko G. **Imagem-conhecimento**: antropologia, cinema e outros diálogos. Campinas, SP: Papirus, 2009.

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

MASLOW, Abraham Harold. **A theory of human motivation**. *Psychological Review*, 50, 370-396, 1943.

MASSUMI, Brian. The Autonomy of Affect. **Cultural Critique**, n. 31, The Politics of Systems and Environments, part II. p.83-109. Autumn, 1995.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: \_\_\_\_\_. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MELLO, Kátia. Agente ganha 'vaquinha virtual' para pagar indenização a juiz no Rio. **G1**. 2014. Disponível online em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/11/agente-ganha-vaquinha-virtual-para-pagar-indenizacao-juiz-no-rio.html>>. Acesso em 12 de fev. de 2015.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

MINISTÉRIO DO TRABALHO. Economia Solidária. **Ministério do Trabalho**. 26 ago. 2015. Disponível em: <<http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria>>. Acesso em 05 out. 2016.

MOTTA, Débora. Aplicativo on-line promove compartilhamento de corridas de táxi no Rio. **Faperj.br**. 13 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.faperj.br/?id=2791.2.0>>. Acesso em 02 out. 2016.

NEGRI, Antonio. **Cinco Lições sobre Império**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

NEWCOMER, Eric; CHANG, Emily. Airbnb oferecerá serviços de viagens em 2016, dizem fontes. **Uol Economia**. 17 mar. 2016. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2016/03/17/airbnb-oferecera-servicos-de-viagens-em-2016-fontes.htm>>. Acesso em 04 out. 2016.

NÓS.VC. **Sobre**. Disponível em: <[https://nos.vc/pt/about\\_us](https://nos.vc/pt/about_us)>. Acesso em 30 set. 2016.

NOVAES, Carolina Isabel. RIOetc entrevista Herman Bessler. **RIOetc**. 2013. Disponível em: <<http://www.rioetc.com.br/entrevista/rioetc-entrevista-herman-bessler/>>. Acesso em 19 mai. 2015.

O GLOBO. Homem negro é rejeitado no AirBnb, faz perfil branco igual e é aceito. **O Globo**. 06 mai. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/homem-negro-rejeitado-no-airbnb-faz-perfil-branco-igual-e-aceito-19246638>>. Acesso em: 04 nov. 2016.

OLIPHANT, Marc; AMEY, Andrew. **Dynamic Ridesharing**: Carpooling Meets the Information Age. 05 ago. 2010. Disponível em: <[http://ridesharechoices.scripts.mit.edu/home/wp-content/papers/APA\\_TPD\\_Webinar\\_Aug2010.pdf](http://ridesharechoices.scripts.mit.edu/home/wp-content/papers/APA_TPD_Webinar_Aug2010.pdf)>. Acesso em 05 out. 2016.

OLIVEIRA, Filipe. Em 25 anos, consumidor vai gerar em casa energia equivalente a 6 Itaipus. **Folha de São Paulo**. 27 ago. 2015. Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/mercado/2015/08/1673817-em-25-anos-consumidor-vai-gerar-em-casa-energia-equivalente-a-6-itaipus.shtml?mobile#article-aside>>. Acesso em 16 out. 2016.

OLIVEIRA, Oswaldo. Oswaldo Oliveira e as organizações em rede. **YouTube**. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zhqjrikkr74>>. Acesso em 25 abr. 2016.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCOSSIA, Liliana (org.). **Pistas do método da cartografia**: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PASSOS, Eduardo; BARROS, Regina Benevides. A cartografia como método de pesquisa-intervenção. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCOSSIA, Liliana (org.). **Pistas do método da cartografia**: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PASSUPRETO IMAGERIA. **Passupreto Imageria**. 2016. Disponível em: <<https://passupretoimageria.wordpress.com/>>. Acesso em 06 out. 2016.

PEERS. Save airbnb in new york: legalize sharing. **Peers**. 2015. Disponível em: <<http://action.peers.org/page/s/saveairbnbny>>. Acesso em 24 dez. 2016.

PELBART, Peter Pál. Elementos para uma cartografia da grupalidade. **Próximo ato**. São Paulo: Itaú Cultural, 2006. Disponível em:

<http://www.itaucultural.org.br/proximoato2006/pdf/reflexoes/textopeterpelbart.pdf>. Acesso em 5 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. Elementos para uma cartografia da grupalidade. In: SAADI, Fátima; GARCIA, Silvana. **Próximo ato**. São Paulo: Itáu Cultural, 2008. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/bcodemidias/001081.pdf>>. Acesso em 5 mar. 2015.

PERCEBÃO, Marina. Documentário – Horta do Ciclista. **YouTube**. Vídeo (4min50seg). jan. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OtR5hy59rdo>>. Acesso em: 03 out. 2016.

PEREIRA, Mônica. Vaquinha rende mais de R\$ 22 mil para ajudar agente a pagar indenização. **a redação**. 7 nov. 2014. Disponível em: <<http://aredacao.com.br/noticias/50470/-vaquinha-rende-mais-de-r-22-mil-para-ajudar-agente-a-pagar-indenizacao>>. Acesso em: 30 set. 2016.

PERLROTH, Nicole. Non-profit couchsurfing raises millions in funding. **Forbes**, 24 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/nicoleperlroth/2011/08/24/non-profit-couchsurfing-raises-millions-in-funding/>>. Acesso em 18 dez. 2016.

PICKLES, Matt. Como funciona a universidade sem professores inaugurada nos EUA. **BBC-Brasil**. 14 nov. 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/internacional-37797400>>. Acesso em: 8 dez. 2.16.

REDE ECOLÓGICA. **Sobre**. Rede Ecológica. 2016. Disponível em: <<http://redecologicario.org/>>. Acesso em 03 out. 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca (org). **Economia criativa**: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, 2008.

REUTERS. Aplicativo de viagens de carro BlaBlaCar lança operação no Brasil. **Auto Esporte**. 30 nov. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2015/11/aplicativo-de-viagens-de-carro-blablacar-lanca-operacao-no-brasil.html>>. Acesso em 03 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Confiança de serviços no Brasil recua pelo 2º mês consecutivo, aponta FGV. **Extra**. 28 nov. 2016. Disponível em: <<http://extra.globo.com/noticias/economia/confianca-de-servicos-no-brasil-recua-pelo-2-mes-consecutivo-aponta-fgv-20551697.html>>. Acesso em 30 nov. 2016.

REUTERS. Uber recebe investimento de US\$ 3,5 bilhões da Arábia Saudita. **G1**. 02 jun. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/uber-recebe-investimento-de-us-35-bilhoes-da-arabia-saudita.html>>. Acesso em 02 out. 2016.

RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. São Paulo: Makron Books, 2001.

\_\_\_\_\_. **A Terceira Revolução Industrial**: como o poder lateral está transformando a energia, a economia e o mundo. São Paulo: Makron Books, 2012.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero**: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo. São Paulo: Makron Books, 2016.

\_\_\_\_\_. **The Empathic Civilization**: the race to global consciousness in a world in crisis. New York: PENGUIN USA, 2009.

ROBBINS, Lionel. **An Essay on the Nature and Significance of Economic Science**. London: Macmillan, 1945.

ROSA, Bruno. Brasil será maior mercado do Uber na região. **Jornal O Globo**. 29 jul. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/brasil-sera-maior-mercado-do-uber-na-regiao-19807422>>. Acesso em 02 out. 2016.

SADE, Christian; FERRAZ, Gustavo Cruz; ROCHA, Jerusa Machado. O ethos da confiança na pesquisa cartográfica: experiência compartilhada e aumento da potência de agir. **Revista Fractal, Rev. Psicol.**, v. 25, n. 2, p. 281-298, Maio/Ago. 2013.

SANDRI, Piergiorgio M. Airbnb compra Trip4real. **La Vanguardia**. 17 set. 2016. Disponível em: <<http://www.lavanguardia.com/economia/20160917/41371656281/airbnb-compra-trip4real.html>>. Acesso em 04 out. 2016.

SARLO, Beatriz. **Sete ensaios sobre Benjamin e um lampejo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2012a.

\_\_\_\_\_. **Juntos**: os rituais, os prazeres e a política da cooperação. Rio de Janeiro: Record, 2012b.

SERRES, Michel. **Polegarzinha**: uma nova forma de viver em harmonia, de pensar as instituições, de ser e saber. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2015.

SETTI, Rennan; CARNEIRO, Lucianne. Políticas insustentáveis levaram à perda de confiança no Brasil, diz Ilan. **Jornal O Globo**. 21 nov. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/politicas-insustentaveis-levaram-perda-de-confianca-no-brasil-diz-ilan-20510077>>. Acesso em 30 nov. 2016.

SHAREYOURMEAL. A comida da vizinha. 2016. Disponível em <<https://acomidadavizinha.pt/>>. Acesso em 03 out. 2016.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2012.

SILVA, Paulo Roberto da. **Consciência e Abundância**. Niterói, 2006.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). **Mana**. Estudos de antropologia social, v. 11, n. 2, p. 577-591, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/mana/v11n2/27459.pdf>>. Acesso em 13 mar. 2015.

SIMMEL, Georg. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.

SIMONDON, Gilbert. **El modo de existencia de los objetos técnicos**. Buenos Aires: Prometeu Libros, 2007.

SINGER, Paul Israel. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Fundação PerseuAbramo, 2002.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas**. São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1996.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

\_\_\_\_\_. [Entrevista]. A comunicação eletrônica é epistemóloga. Entrevista concedida a Rafael Grohmann. **Revista Parágrafo**. Janeiro/Junho. v. 1, n. 3. 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/289/296>>. Acesso em 21 mai. 2015.

\_\_\_\_\_. Sobre a episteme comunicacional. **Revista Matrizes**, n. 1, p. 15-26, out. 2007. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/38>>. Acesso em 11 dez. 2013.

\_\_\_\_\_. [Entrevista]. Objeto da comunicação é a vinculação social. Entrevista concedida a Desirée Rabelo. **PCLA – Revista Científica Digital**, v. 3, n. 1, out./nov./dez. de 2001. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/revista9.htm>>. Acesso em 11 dez. 2013.

SOUZA, Felipe. Viagem barata: Por que motoristas do Uber estão protestando contra a empresa no Brasil. **BBC Brasil**. 28 mar. 2016. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/03/160328\\_uber\\_protesto\\_tarifa\\_fs](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/03/160328_uber_protesto_tarifa_fs)>. Acesso em 02 out. 2016.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics: how the mass collaboration changes everything**. United States of America: Portfolio (Penguin Group), 2010.

TARDE, Gabriel. **Monadologia e sociologia – e outros ensaios**. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

TIME REPUBLIK. Realize seus projetos e contrate serviços sem usar dinheiro. **Time Republik**. 2016. Disponível em: <<https://timerepublik.com/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

UBER. **Uber**. Disponível em: <<https://www.uber.com>>. Acesso em: 30 set. 2016.

UDEMY. **About us**. Disponível em: <<https://about.udemy.com/>>. Acesso em: 30 set. 2016.

VARGAS, Eduardo Viana. Gabriel Tarde e a diferença infinitesimal. In: TARDE, Gabriel. **Monadologia e sociologia – e outros ensaios**. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

VAINER, Carlos et al. **Cidades rebeldes**: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

VIEIRA, Aline. Caronetas, o site que inventou a milhagem em troca de caronas nas empresas, agora terá um aplicativo. **Draft**. 09 out. 2014. Disponível em: <<http://projetodraft.com/caronetas/>>. Acesso em 03 out. 2016.

WALSH, Bryan. Today's smart choice: don't own. Share. **Revista Time**, 2011. Disponível em: <[http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717\\_2059710,00.html](http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html)>. Acesso em: 04 mar. 2015.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Challenge Insight Report**. The Future of Jobs: employment, skills and workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Janeiro de 2016.

ZEE, Renate van der. The 'Airbnb effect': is it real, and what is it doing to a city like Amsterdam? **The Guardian**. 06 out. 2016. Disponível em: <[https://www.theguardian.com/cities/2016/oct/06/the-airbnb-effect-amsterdam-airbnb-property-prices-communities?CMP=fb\\_gu](https://www.theguardian.com/cities/2016/oct/06/the-airbnb-effect-amsterdam-airbnb-property-prices-communities?CMP=fb_gu)>. Acesso em 24 dez. 2016.



## APÊNDICE A – Lista com algumas experiências da economia da confiança

### Espaços de coworking

House of work – <http://houseofwork.com.br/>  
 Templo – <http://www.templo.cc/>  
 Liga Experimental – <http://www.ligaexperimental.com.br/>  
 Space Coworking – <http://www.spacecoworking.com/>  
 Doca – <http://www.doca.pro/>  
 CoWork Tijuca – <http://www.doca.pro/>  
 My Office – <http://www.myoffice.com.br/>  
 BC Office – <http://bcoffice.com.br/site/>  
 Nitis Office – <http://www.nitisooffice.com.br/>  
 UniOffice – <http://www.unioffice.com.br/>  
 Tribo – <http://tribocoworking.com.br/>  
 Regus – <http://www.regus.com.br/business-centre/brasil>  
 Lista de espaços de coworking no Brasil: <http://coworkingbrasil.org/brasil/>

### Makerspace

Olabi – <http://olabi.co/>  
 Garoa Hacker Clube – <https://garoa.net.br>  
 Bica de pedra – <https://unlock.fund/bicadepedra384>  
 Garagem Fab Lab: <http://www.garagemfablab.com/>

### Espaços de autogestão

Casa Liberdade – <http://casaliberdade.org/>  
 Catete92 – <http://www.catete92.com/>  
 Laboriosa89 – <http://www.laboriosa89.com/>

### Plataformas de financiamento coletivo

Catarse – <http://catarse.me/pt>  
 Doare – [www.doare.org](http://www.doare.org)  
 Juntos – [www.juntos.com.vc](http://www.juntos.com.vc)  
 Benfeitoria – [www.benfeitoria.com](http://www.benfeitoria.com)  
 Bicharia – [www.bicharia.com.br](http://www.bicharia.com.br)  
 Variável – [www.variavel5.com.br](http://www.variavel5.com.br)  
 Cineasta – [www.cineasta.cc](http://www.cineasta.cc)  
 IndieGoGo – <https://www.indiegogo.com/>

### Empréstimo entre pares

Zidisha – <https://www.zidisha.org/>  
 Zimple Money – <http://www.zimplemoney.com/>  
 Zopa – <http://www.zopa.com/>  
 SocietyOne – <http://www.societyone.com.au/>

## **Aprendizagem colaborativa**

Cinese – <http://www.cinese.me/>  
 Udeemy – <https://www.udemy.com/>  
 Weeazy – <https://www.weeazy.com/>  
 Nós.Vc – <https://nos.vc/>  
 Coursera – <https://www.coursera.org/>  
 Apprentus – <https://www.apprentus.com/>  
 Floqq – <http://www.floqq.com/pt/>  
 Skillshare – <http://www.skillshare.com/>  
 Konnektid – <https://www.konnektid.com/>

## **Compra, venda, aluguel e troca de objetos e serviços**

Igobono – <https://www.igobono.com/>  
 DescolaAí – <http://www.descolaii.com/>  
 Livra Livro – <https://livralivro.com.br/>  
 Ciranda – <http://www.theciranda.com/>  
 BagMe – <http://www.bagme.com.br/>  
 House of Bubbles – <http://www.houseofall.co/bubbles>

## **Tarefas**

Zaarly – <https://www.zaarly.com/>  
 SweepSouth – <https://sweepsouth.com/>  
 Task Rabbit – <https://www.taskrabbit.com/>  
 GetNinjas – <https://www.getninjas.com.br>

## **Compartilhamento entre vizinhos**

Peerby – <https://www.peerby.com/>  
 OurHood – <https://www.ourhood.co.za/>  
 Ciranda – <http://www.theciranda.com/>  
 Tem açúcar – <http://www.temacucar.com/>  
 StreetBank – <http://www.streetbank.com/>  
 Neighborgoods – <http://neighborgoods.net/>

## **Bancos de tempo**

Bliive – <http://bliive.com/>  
 Timerepublik – <https://timerepublik.com>

## **Envio de objetos**

MeeMeep – <https://www.meemeep.com/>  
 Nimer – <https://www.nimer.com>  
 Globshop – <http://www.globshop.com/>  
 Stuff in Bag – <http://stuffinbag.com/>

## Transporte

Uber – <https://www.uber.com/>  
 Lazooz – <http://lazooz.org/>  
 Lyft – <https://www.lyft.com/>  
 Cabify – <http://motoristas.cabify.com.br/>  
 Carpool – <http://www.carpoolarabia.com/>  
 Relay Rides – <https://relayrides.com/>  
 Fleety – <https://www.fleety.com.br/>  
 PegCar – <https://pegcar.com/>  
 Parpe – <https://www.parpe.com.br/>  
 Breeze – <https://www.joinbreeze.com/>  
 Getaround – <https://www.getaround.com/>  
 Zaz Car – <http://www.zazcar.com.br/>  
 Zip Car – <http://www.zipcar.com/>  
 Bike Rio – <http://www.mobilicidade.com.br/bikerio.asp/>  
 Bike Sampa – <http://www.mobilicidade.com.br/bikesampa.asp>  
 Bla Bla Car – <http://www.blablacar.pt/>  
 Caronetas – <http://www.caronetas.com.br/>  
 Borajunto Táxi (aplicativo) – <http://www.borajuntotaxi.com/>  
 Aventones – <http://www.aventones.com/>

## Alimentação

Adopt a Garden – <http://www.footprint-trust.co.uk/adoptgarden.html>  
 BonAppetour – <https://www.bonappetour.com/>  
 Bookalokal – <http://bookalokal.com/>  
 Colunching – <http://www.colunching.com/>  
 Cookening – <https://www.cookening.com/>  
 EatWith – <http://www.eatwith.com/>  
 FarmDrop – <https://www.farmdrop.co.uk/>  
 Feastly – <https://www.eatfeastly.com/>  
 FoodCloud – <http://foodcloud.ie/>  
 Foodsharing – <https://foodsharing.de/>  
 Grupo a Grupo – <http://www.grupoagrupo.net/>  
 Hell's Kitchen – <http://www.hkfp.org/>  
 Kitchenparty – <https://www.kitchenparty.org/>  
 La Ruche qui dit – <https://www.laruchequiditoui.fr/fr>  
 Land Share – <http://www.landshare.net/>  
 Meal is Ready – <http://mealisready.org/>  
 Mealsharing – <https://www.mealsharing.com/>  
 Park Slope Food Coop – <http://www.foodcoop.com/>  
 Rede Ecológica – <http://redeecologicario.org/>  
 Shareyourmeal – <http://www.shareyourmeal.net/>  
 SuperMarmite – <http://www.super-marmite.com/>  
 Wholshare – <http://www.wholshare.com/>

## Turismo

Trip4real – <http://pt.trip4real.com/>

Rent a Local Friend – <https://www.rentalocalfriend.com/>

### **Hospitalidade**

Airbnb – <https://www.airbnb.com.br/>

BeWelcome – <http://www.bewelcome.org/>

Couchsurfing – <https://www.couchsurfing.com/>

GlobalFreeloaders – <http://www.globalfreeloaders.com/>

Guest to Guest – <http://www.guesttoguest.com/>

Knok – <http://www.knok.com/>

Love Home Swap – <http://www.lovehomeswap.com/>

Love Room – <http://tryloveroom.com/>

Nightswapping – <https://en.cosmopolithome.com/>

Roomorama – <https://www.roomorama.com/>

Servas – <https://www.usservas.org/>

SwapNights – <http://www.swapnights.com/>

The Hospitality Club – <http://www.hospitalityclub.org/>

The Room Link – <https://www.theroomlink.co.za/>

TrocaCasa – <https://www.trocacasa.com>

Warm Showers – <https://pt.warmshowers.org/>

Worldpackers – <https://www.worldpackers.com/>

### **Outras experiências citadas**

Poshmark – <https://poshmark.com/>

Vandebron – <https://vandebron.nl/#!/>

Curto Café – <http://www.hypeness.com.br/2014/05/neste-cafe-no-rio-de-janeiro-voce-decide-quanto-paga/>

Truequebook – <http://www.truequebook.es/>

GoodPeople – <http://www.goodpeopleap.com.br/>

**APÊNDICE B** – Roteiro das entrevistas semiestruturadas

- Como você usa as plataformas?
- Qual sua motivação para utilizar esses sites?
- Há quanto tempo usa?
- Como têm sido suas experiências?
- O que faz com que você confie?