

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE**

THIAGO DOS SANTOS

**A PANDEMIA DO COVID-19 NO BRASIL E SEUS REFLEXOS NA
ECONOMIA COMPARTILHADA**

CAMPINAS

2021

THIAGO DOS SANTOS

**A PANDEMIA DO COVID-19 NO BRASIL E SEUS REFLEXOS NA
ECONOMIA COMPARTILHADA**

Versão da dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Tarcisio Torres Silva

CAMPINAS

2021

Ficha catalográfica elaborada por Vanessa da Silveira CRB 8/8423
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

330
S237p

Santos, Thiago dos

A pandemia do COVID-19 no Brasil e seus reflexos na economia compartilhada /
Thiago dos Santos. - Campinas: PUC-Campinas, 2021.

67 f.: il.

Orientador: Tarcisio Torres Silva.

Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-
Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, Centro de Linguagem e Comunicação,
Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2021.

Inclui bibliografia.

1. Economia. 2. Economia compartilhada. 3. COVID-19 (doença). I. Silva, Tarcisio
Torres. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e
Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte. III. Título.

CDD - 22. ed. 330

THIAGO DOS SANTOS

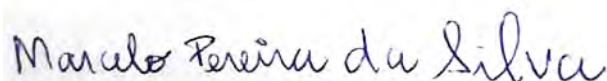
**“A PANDEMIA DO COVID-19 NO BRASIL E SEUS REFLEXOS NA ECONOMIA
COMPARTILHADA”**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

APROVADA: 29 de março de 2021.



Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva
(Orientador - PUC-CAMPINAS)



Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva
(PUC-CAMPINAS)



Prof.ª Dr.ª Tatiana Amêndola Sanches
(ESPM)

MEMORIAL

O presente estudo é um ato corajoso de entrar no desconhecido. Ao iniciar um projeto, é possível sentir que o novo vai ser especial, diferente — como chamamos popularmente de "frio na barriga". A partir do desenrolar dessa jornada, podemos notar um mundo ansioso por informações, cujos caminhos são iluminados. Quando "o coração dispara" e se sente a confiança, as ideias fluem. Ao ingressar no programa de Mestrado na PUCCAMP — PPGLIMIAR, foram boas sensações como aquelas que senti.

Meus primeiros passos dentro da era tecnológica da internet foram tímidos. Através da conexão discada, conheci este universo por influência de um dos meus amigos no ensino médio. Tenho em minhas lembranças que criei um e-mail, comecei a ler notícias online, fazer *downloads* de conteúdos diversos e me contaminar com a tecnologia. Deste período em diante, tive diferentes oportunidades de experimentá-la: atuei na equipe de transmissão ao vivo do campus e passei muito tempo nos laboratórios de informática. Ao fim do Ensino Médio, eu estava decidido a cursar Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda. Esta foi outra etapa de quatro anos na qual pude vivenciar o uso de novas tecnologias no trabalho junto à equipe de Marketing da Universidade. Meu histórico escolar com tecnologia e comunicação se ampliou nos últimos anos: cursei MBA em marketing na USP — ESALQ; na sequência, ingressei no Mestrado.

Atualmente, sou Gerente de Marketing/Comercial em uma instituição que possui 26.000 estudantes, divididos em quatro campus. Em 2018, trabalhei no campus de Hortolândia, cuja unidade — com 70 anos de tradição em educação — conta com 6.500 alunos. Minha função está intimamente relacionada com a liderança da universidade, fazendo uma ponte entre os objetivos/metapropostos e o trabalho do time/agência. Em 2019, fui convidado a fazer parte da equipe de marketing, na reitoria, para atuar com os três campi presenciais e o campus virtual. Entre outras atividades, desempenhei os cargos de Diretor de Comunicação, Designer Gráfico, Representante Comercial. Concomitante à minha atual atribuição, encaro o maior desafio mais inovador de toda trajetória profissional e acadêmica — leciono no curso de Publicidade e Propaganda. Essa iniciativa incentivou-me a buscar aperfeiçoamento e expansão de horizontes na pesquisa científica. Nesse percurso, já administrei muitas crises,

venci desafios, enfrentei derrotas, mas o melhor ponto é que me diverti trabalhando com algo que eu gosto: o Marketing.

No programa de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte, estive envolvido com temas que ampliaram a minha visão como pesquisador. Dessa forma, aliei minha paixão por tecnologia junto aos fundamentos teóricos estudados, os quais resultaram nesta dissertação sobre a Economia Compartilhada. Este presente trabalho possui uma fatia da minha experiência pessoal com três empresas relacionadas ao tema apresentado. Uber, Airbnb e iFood são empreendimentos tecnológicos com posicionamentos de comunicação e marketing que me surpreendem, e, com cada uma delas, criei um vínculo associado à outra paixão da minha vida: viajar.

O mundo não tem limites. E quando falo disso, não me refiro ao limite físico entre continentes, países, estados e regiões. O mundo é muito mais que isso. Na era que vivemos da tecnologia e da internet, o planeta está emaranhado numa rede. Viajamos pelo mundo através de suas estradas, rios, ares, mas também por suas redes. Quem me conhece, sabe que sou uma pessoa que confere muita importância às viagens como experiência. Para mim, as oportunidades de vivenciá-las preenchem a vida de cultura, belas paisagens, pessoas, cores, fotos, gostos, cheiros e sabores. Posso dizer, sem medo, que se trata de uma das atividades preferidas, mas não é simples assim. Não é só pegar e sair viajando. Havia alguns anos atrás, realizar uma viagem dependia de uma pessoa que já tivesse ido àquele local pretendido para te ajudar ou um guia/agência de viagens especializadas. Hoje, na era da internet, uma pesquisa em Blogs e Vlogs pode levar-lhe a lugares exóticos, sem haver a possibilidade de se perder. Ainda assim, um viajante tem muito o que aprender. Quando eu programo uma viagem, gasto meses no planejamento. Esse plano envolve diversos fatores como tempo, recursos investidos e o traçado das rotas. Muitas vezes, preciso de uma ajuda da tecnologia como um GPS, um meio de transporte, uma hospedagem ou alimentação de forma prática e eficaz. Para isso, posso contar com mecanismos e plataformas de *startups*, que vêm facilitando a vida de viajantes como eu.

Meu histórico escolar dedicado à tecnologia e comunicação foram expandidos nas minhas viagens. Desde então, o uso dessas plataformas está cada vez mais presente na minha vida. A primeira vez que usei o app do Airbnb foi quando estive em Nova Iorque. Antes, hospedei-me com colegas de trabalho na Filadélfia, em apartamento cedido pela instituição da qual estava fazendo um curso. Na ocasião, fui

acompanhado pela minha esposa. No meio dessa viagem, decidimos passar o feriado do Ano Novo na cidade mais populosa dos EUA. Desde a cidade onde me encontrava, estavam separadas por duas horas de deslocamento, aproximadamente. A dificuldade para achar hospedagem a preço acessível foi grande. Nessa situação, tivemos o primeiro contato com o Airbnb. Inicialmente, relutei em usar a tecnologia, mas, no fim, hospedamo-nos no apartamento de um casal e seus dois cães. Foi maravilhoso. Pudemos conversar sobre os eventos do final de semana na "*Big City*", recebemos a chave do nosso quarto, e deu tudo certo. A partir daquele momento, o serviço online de hospedagem passou sempre a estar nas minhas cotações de viagem. Acredito que minha experiência mais marcante com essa plataforma foi na África do Sul. Quando conheci aquele país com minha esposa e mais um casal de amigos, decidimos que o Airbnb seria nossa forma oficial de instalação durante 15 dias. A experiência foi incrível. Conhecemos locais aconchegantes, pudemos cozinhar, fazer um churrasco, entrar e sair em horários incomuns e sentir de perto a arquitetura das residências locais.

Quando se trata de alimentação, o que mais procuro nas minhas viagens é segurança. Apesar de o item relacionado à experimentação de comidas típicas (e diferentes) estar na minha lista de programas turísticos, tampouco quero estragar aquela experiência visitando hospitais. Então, busco sempre locais bem avaliados. É aí que entram outros aplicativos. Estão sempre presentes no meu planejamento das minhas viagens: ranqueamento baseado na avaliação de usuários de restaurantes como TripAdvisor; entregas pelo iFood naqueles dias mais exaustivos; ou até mesmo aplicativos de descontos de grandes redes de *fast food*. Vai por mim: alimentar-se bem numa viagem faz diferença até no humor dos turistas.

A terceira parte importante é o transporte. Saber como se locomover é fundamental para ganhar tempo no roteiro. Lembro-me da minha primeira viagem a Brasília: um colega da empresa chamou um Uber para nos levar até o local das reuniões. No retorno, compartilhei essa experiência com minha esposa e comentei como esse aplicativo iria revolucionar os transportes. Acompanhei as notícias do crescimento daquela multinacional no Brasil. A implementação da empresa gerou muitas polêmicas e até entraves violentos. Os conflitos que começaram a emergir despertaram-me o interesse de aprofundar estudos e reflexões do papel desempenhado pelas economias compartilhadas no atual panorama de nossa sociedade.

Em minha viagem mais recente ao sudeste asiático, os deslocamentos foram realmente um desafio. O planejamento exigiu muita leitura em busca de informações sobre o assunto, uma vez que países como Vietnã não permitem que você alugue um carro. Nessa viagem me deparei com uma nova realidade: não existe Uber por lá. A operação da empresa foi comprada pela concorrente Grab, que domina o setor de transportes na região. E a proposta é um tanto diferente. Lembro-me bem de ser abordado por dezenas de motoristas com capacete verde, oferecendo serviço de moto da Grab; uma oferta totalmente desproporcional e descontrolada do serviço, sem falar que estávamos em duas pessoas e com malas — totalmente desconectado com a perspectiva de uma moto para locomoção de passageiros. Como já é padrão do sudeste asiático, os custos desses serviços podem ser considerados muito baixos, como também a segurança ou a garantia de outros direitos do consumidor ou do trabalhador. Conversei com os taxistas de transporte regular/irregular e motoqueiros parceiros Grab. Ambos relataram os desafios da profissão para "fazer dinheiro" devido à grande oferta do serviço e a baixa rentabilidade, mesmo em longas jornadas de trabalho. Ainda nessa viagem, visitei uma importante ilha do setor turístico da Tailândia. Ao vasculhar o site do Airbnb, percebi que muitas das hospedagens oferecidas não eram casas, nem quartos nas residências das pessoas, e, sim, quartos de hotel e hostels. Uma vez instalado, notei que essa era a forma de os hotéis combaterem as hospedagens clandestinas e se infiltrar na economia compartilhada.

Situações como essas que vivi provocaram-me a reflexão sobre como as companhias de economia compartilhada apresentam seus antagonismos tão marcantes. Por um lado, a positividade de usar um serviço que antes não era prestado a um preço acessível e agora se vê bem mais atrativo; em contrapartida, conflitos com o mercado tradicional estabelecido e precarização do trabalho. Dessa forma, decidi extrair dessas experiências inspiração para aprofundar os estudos nessa área. Essa dissertação é o desejo de entender melhor as relações da nossa sociedade com uso de novas tecnologias em meio à pandemia da Covid-19.¹

¹ De acordo com a Organização Mundial de Saúde (2020), a Covid-19 é uma doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, que apresenta quadro clínico que varia de infecções assintomáticas a quadros respiratórios graves.

RESUMO

Este projeto aborda as plataformas de economia compartilhada Uber, Airbnb e iFood com o intuito de verificar a relação entre tecnologia, força de trabalho e as suas ligações durante a pandemia da Covid-19 no Brasil. Este trabalho busca colocar um olhar nestas empresas para além da superfície do sucesso, pois se faz necessário que outros aspectos sejam apresentados, nem sempre tão positivos, das relações sociais estabelecidas entre empresas e sujeitos, usuários e parceiros. O objetivo é investigar o modelo de economia compartilhada, compreender as suas conexões, efeitos, e postura durante a pandemia, de forma a apontar os vínculos entre as partes que se colocam como "colaborativas". Observamos, ainda, a precarização e o afrouxamento das leis trabalhistas nas economias compartilhadas no Brasil durante esse período. Busca, por fim, analisar a postura das empresas de economia compartilhada, considerando soluções não só para o enfrentamento da crise de seus negócios, mas também nas alterações da vida cotidiana de seus parceiros.

Palavras-chave: Economia compartilhada; Precarização do trabalho; Uber; Airbnb; iFood, COVID-19, Brasil.

ABSTRACT

This project addresses the shared economy platforms Uber, Airbnb and Ifood, in order to verify the relationship between technology, workforce and their relationships during the COVID-19 pandemic in Brazil. This work seeks to put a look at these companies beyond the surface of success, because it is necessary that other aspects are presented, not always so positive, of the social relations established between companies and subjects, users and partners. The objective is to investigate the shared economy model, understanding its relationships, effects and posture during the pandemic, in order to point out the relationships between the parties that are “collaborative”. It was also observed the precariousness and loosening of labor laws in the shared economies in Brazil during this period. Finally, it seeks to analyze the attitude of companies with a shared economy, considering solutions not only to face the crisis of their business, but also in the changes in the daily life of their partners.

Keywords: Shared economy; Precarious work; Uber; Airbnb; Ifood, COVID-19, Brazil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de Figuras

Figura 1 — Interface do aplicativo Uber.....	13
Figura 2 — Interface do aplicativo Airbnb	15
Figura 3 — Interface do aplicativo iFood.....	17
Figura 4 — Como a pandemia afetou o trabalho, segundo ocupação prévia	34
Figura 5 — Motorista de Uber transportando pet.....	45
Figura 6 — Casas de campo como alternativa de isolamento social.....	48
Figura 7 — Motoristas de aplicativos voltam às ruas em segunda paralisação contra aplicativos de entregas para pedir mais direitos no trabalho	51
Figura 8 — Página institucional iFood.....	55
Figura 9 — Página institucional iFood - Medidas de prevenção.....	56

Lista de Gráficos

Gráfico 1 — Desemprego no mundo.....	32
Gráfico 2 — Desocupação no Brasil	33
Gráfico 3 — Pessoas que apresentaram sintomas relacionados à Covid-19	37
Gráfico 4 — Trabalhadores / Faixa Hora de Trabalho antes e Durante a Pandemia.....	52
Gráfico 5 — Trabalhadores / Faixa de Renda Antes e Durante a Pandemia.....	52
Gráfico 6 — Medidas adotadas sozinhas ou em conjunto com outras	54

Lista de Quadros

Quadro 1 — Síntese de manchetes sobre manifestações de entregadores de aplicativos ..	37
---	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Uber.....	11
1.2 Airbnb	13
1.3 Ifood	15
2. DO NEOLIBERALISMO À ECONOMIA COMPARTILHADA	24
2.1 Economia Compartilhada.....	24
2.2 Economia Compartilhada.....	28
3. CONTEXTO ECONÔMICO BRASILEIRO EM MEIO À PANDEMIA.....	31
3.1 Desemprego no Brasil durante a pandemia COVID-19.....	31
3.2 Busca de trabalho em plataformas de Economia Compartilhada	34
3.3 Empreendedorismo, Terceirização e Flexibilização do trabalho.....	38
3.4 Economia Compartilhada e o pós-pandemia	41
4. UBER, IFOOD E AIRBNB X COVID-19	43
4.1 Uber no contexto da Pandemia	43
4.2 Airbnb no contexto da Pandemia	46
4.3 Ifood no contexto da Pandemia.....	49
4.4 Análise Uber, Ifood e Airbnb x COVID-19	56
5. CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS	61

1. INTRODUÇÃO

Num passado não muito distante, ninguém imaginava alugar um quarto de sua casa para um viajante vindo de longe, ou fazer uma viagem com dois ou três indivíduos, que conheceu minutos antes, para dividir os gastos. Receber comida em casa com um clique ou se locomover no carro dos outros não é mais inconcebível. Pelo contrário: tornou-se algo comum.

Sistemas e aplicativos, que conectam pessoas diretamente, estão mudando a forma como consumimos produtos e obtemos serviços. Movido pelos milhões de megabytes idos e vindos na internet, o mercado de economia compartilhada se apresenta no nosso dia a dia com enfoque no usufruto, no acesso fácil e rápido.

A economia compartilhada, objeto do presente estudo, carrega consigo mudanças no padrão de consumo, e, conseqüentemente, os impactos causados aos negócios tradicionais e complexas questões de regulamentação dos serviços e do trabalho via aplicativos de *startups*. A mudança não está apenas no modo como entendemos oferta e demanda, mas está intimamente ligada com a nossa relação com os bens de consumo e relações pessoais. A palavra compartilhada, que às vezes é substituída por colaborativa, carrega em si o peso das relações entre as pessoas e suas complexidades (CUSUMANO, 2015).

Este trabalho seleciona as empresas Uber, Airbnb e iFood para o estudo do modelo de economia compartilhada. As companhias desafiam os modelos pré-existentes de negócios que trabalham com vertentes fundamentais para a sociedade, entre as quais destacam-se a alimentação, o transporte e a hospedagem. Durante a pandemia do Coronavírus, estas empresas foram impactadas pela economia, positiva e negativamente. As três empresas supracitadas foram selecionadas para uma análise das suas relações entre tecnologia e força de trabalho.

1.1 Uber

Criada em 2009, a empresa multinacional americana atua no setor de transportes num sistema de “carona” remunerada, semelhante aos táxis, cujo objetivo visa conectar motoristas parceiros e usuários,.

Fundada por Garrett Camp e Travis Kalanick, inicialmente dedicava enfoque em carros de luxo. Os aplicativos ganharam proporção e a abrangência e a rede de

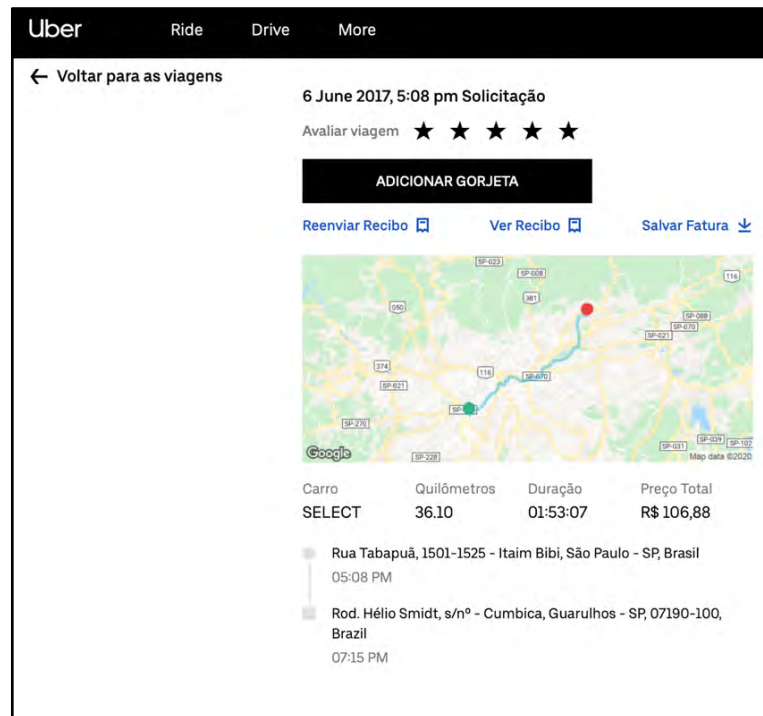
transporte foi ampliada. A primeira cidade brasileira a receber a Uber foi o Rio de Janeiro, em 2014. Em 9 de Maio de 2019, a Uber iniciou a venda das suas ações na Bolsa de Valores de Nova Iorque (New York Stock Exchange, NYSE), sendo avaliada em 82,4 bilhões de dólares (POZZI, 2019).

A avaliação da Uber excede a das maiores empresas de aluguel de carros do mundo. A companhia estreou na NYSE com um valor de mercado inicial de US\$ 82,4 bilhões. O preço dos títulos foi fixado em US\$45, com o qual a empresa levantaria US\$8,1 bilhões com a oferta pública inicial no mercado de ações. Estes valores representam a maior colocação na bolsa de valores de negócios digitais desde 2014, em comparação à entrada do comércio eletrônico chinês Alibaba. Foi a maior oferta pública inicial no mercado de ações americano desde 2012, quando houve a participação do Facebook. Parte das ações (3%) foi reservada para que os motoristas cadastrados no aplicativo tivessem a oportunidade de comprar títulos.

Atualmente, a Uber atua com prioridades imediatas para melhorar a sua imagem depois de um longo histórico de escândalos éticos. Sob a direção de Dara Khosrowshahi, presidente da empresa, a Uber, nos últimos dois anos, se desfez de partes do negócio que eram menos lucrativas; saiu de mercados que não poderia competir e expandiu plataformas com outros serviços de mobilidade, como patinetes elétricos e entrega de comida em domicílio.

Apesar das iniciativas, a multinacional apresenta um quadro desacelerado devido à competição de novos concorrentes no mercado de economia compartilhada. No último trimestre de 2020, a gigante digital americana teve prejuízo de US\$ 968 milhões de dólares (O'BRIEN, 2021).

Figura 1 — Interface do aplicativo Uber



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

1.2 Airbnb

A Plataforma Americana permite aos indivíduos alugar o todo ou parte de sua própria casa, como uma forma de acomodação extra. O site fornece uma plataforma de busca e reservas entre a pessoa que oferece a acomodação e o turista que busca pela locação.

A empresa foi fundada por Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk. Em apenas uma noite, Brian, Joe e Nathan desenvolveram a primeira versão do site de hospedagens com a opção de alugar os seus colchões infláveis para três pessoas. Atualmente, o Airbnb possui mais de 150 milhões de usuários em todo o mundo e, a cada segundo, cerca de seis hóspedes fazem *check-in* em uma propriedade cadastrada na plataforma. O valor da marca Airbnb está avaliada em US\$ 38 bilhões. A plataforma digital teve uma receita anual, em 2018, de US\$ 3,6 bilhões — um aumento de 38% em relação a 2017. A receita anual em 2017 foi de US \$ 2,6 bilhões — aumento de 73% em relação a 2016. Em janeiro de 2020 foram registradas 91 milhões de visitas na plataforma, com representatividade de 50% para acessos via dispositivos móveis. Em 2018, as reservas do Airbnb representou 5,5% da demanda total por hospedagem nos EUA (AIRBNB STATISTICS..., 2020).

O Airbnb possui mais de 650.000 anfitriões em torno de 220 países e regiões. Em 2020, a plataforma alcançou 100.000 cidades cadastradas e 7 milhões de opções para se hospedar. Em dezembro de 2019, período de alta temporada, a plataforma registrou 10,4 milhões de hóspedes nos feriados de dezembro. A média de pessoas hospedadas por noite, em 2019, através do Airbnb, foi de 2 milhões. O grupo demográfico de anfitriões que mais cresce é do sujeito com mais de 60 anos de idade, que representa mais de 400.000 cadastrado. Em 2016, este grupo de anfitriões faturaram um total de US\$ 747 milhões através do serviço online comunitário. Em 2018, os três primeiros países que tiveram impacto econômico direto do Airbnb com base na renda do host e nos gastos estimados com clientes foram: Estados Unidos, com US\$ 33,8 bilhões, França, com US\$ 10,8 bilhões, e Espanha, com US\$ 6,9 bilhões (AIRBNB STATISTICS..., 2020).

No artigo *How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy*, escrito Michael Cusumano (2015), professor da MIT Sloan School of Management, relata a queda do faturamento da rede hoteleira. Em 2013, a rede Marriot de hotéis teve disponível 675 mil quartos em 74 países, faturou 12.7 milhões de dólares e alcançou valor de mercado, em 2014, de 20 bilhões de dólares. Em contraste, o Airbnb, em 2015, expandiu para mais de 1 milhão de anfitriões em 34 mil cidades de 190 países. A *startup* levantou 826 milhões de dólares em capital de risco, sua avaliação de mercado chegou a 10 bilhões de dólares — 40 vezes mais que em 2013 —, e faturou aproximadamente 250 milhões de dólares (CUSUMANO, 2015).

Figura 2 — Interface do aplicativo Airbnb



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

1.3 Ifood

Criada em 2011, essa empresa brasileira tornou-se líder na América Latina. A plataforma atua no setor de entrega de comida através de pedidos pelo aplicativo de celular. Os fundadores Patrick Sigrist, Eduardo Baer, Guilherme Bonifácio e Felipe Fioravante tiveram a ideia de criar a plataforma enquanto trabalhavam em uma empresa de entregas para restaurantes e lanchonetes.

A empresa se lançou com investimento Warehouse, e depois, em 2013, a Movable comprou o aplicativo por R\$ 5,5 milhões; em 2019, anunciou um aporte de US\$ 500 milhões. Fusões com outras empresas semelhantes também trouxeram aportes de mais de R\$ 125 milhões (MARZOCHI, 2016).

Antes da pandemia, o setor de *food service*, que já era peça fundamental para a economia brasileira, movimentou, em 2018, R\$ 205 bilhões no país. Por volta dos anos 1980, o *delivery* no Brasil era dominado por pizzarias. Atualmente, com a plataforma do iFood, pode-se escolher variadas opções de restaurantes e refeições. Hoje bilionária, a companhia foi pioneira ao perceber esta oportunidade no mercado. Permaneceu sem concorrência até 2016, com a chegada do Uber Eats no Brasil — que já havia fincado raízes sólidas com o serviço de caronas no país. Em 2017, a atual

bilionária Rappi também chegou no país como concorrente direto do iFood (LODICE, 2019).

Quando o iFood foi idealizado, em 2011, a plataforma de *delivery* recebia uma média de 12 mil pedidos por mês. Desde então, o seu crescimento foi de 130% por mês até o final de 2019. O primeiro investimento que a empresa recebeu foi de

US\$ 3,1 milhões da Warehouse, que mais tarde vendeu a sua participação para a Moville — atual acionista do iFood. De acordo com Carlos Moyses, o CEO da empresa, a aquisição e incorporação de outras *startups* auxiliaram o crescimento da mesma no Brasil. Em 2015, alcançou o marco de 1 milhão de pedidos realizados por mês, 2,8 milhões em 2016, 6,1 milhões em 2017, e 13 milhões, em 2018 (FREITAS, 2019).

Em novembro de 2019, o iFood apresentou um crescimento de 118% em relação ao mesmo período de 2018, um salto de faturamento de R\$ 12,3 milhões para R\$ 26,6 milhões. A estratégia da companhia não é só ampliar o número de pedidos, mas também aumentar o número de cidades alcançadas pela empresa. Ainda em 2019, a empresa praticamente dobrou o número de cidades alcançadas, passando de 459 para 912 — uma alta de 98% no decorrer do ano. Com a ampliação da operação logística, a companhia teve aumento de 563% na quantidade de pedidos, passando de 980 mil em novembro de 2018 para 6,5 milhões de pedidos, em novembro do ano seguinte. Com a expansão para mais cidades no território nacional, o iFood aumentou o número de seus restaurantes parceiros de 52 mil para 131,3 mil — crescimento de 151% durante 2019. Um dos cofundadores da empresa, Diego Barreto, relatou que o aumento nos pedidos consolida um modelo de negócio que impacta positivamente todo o ecossistema, incluindo restaurantes, que conseguem crescer até 50% nos primeiros meses quando entram no aplicativo (IFOOD TEM CRESCIMENTO DE 116%..., 2019).

No último trimestre de 2018, a Moville, principal acionista do iFood, anunciou um investimento de R\$ 1,9 bilhão na companhia, o maior aporte privado em empresas privadas de tecnologia no Brasil. O aporte teve como meta triplicar o número de restaurantes e dobrar o número de entregadores. Em se tratando de comparação, atualmente, o iFood possui 16 vezes mais pedidos que o seu primeiro concorrente, a Uber Eats (GOMES, 2018).

Figura 3 — Interface do aplicativo iFood



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Uber, Airbnb e Ifood estão renovando o mercado e desafiando modelos pré-existentes de economia e capital. Com velocidade de crescimento, tornam-se cada vez mais influentes e repletas de sucessos. Muitos paradigmas são rompidos com a chegada dessas empresas no mercado. Esse estudo vem colocar um olhar mais profundo nas empresas de economia compartilhada, para além da superfície do sucesso dessas instituições, pois se faz necessário que outros aspectos sejam apresentados — nem sempre tão positivos — das relações sociais estabelecidas entre empresas e sujeito, usuários e parceiros. O Brasil tem se mostrado terreno fértil para *startups* e, junto com elas, há uma crescente busca por estudos científicos que apresentem os impactos (positivos e negativos) que essas empresas podem apresentar à sociedade, trazendo, assim, relevância a ambas as partes: usuários e colaboradores.

A sociedade atual desfruta de um momento singular na geração tecnológica catapultada pelos avanços da internet, momento este de organização e adaptação à

velocidade da informação e das conexões. O advento da comunicação digital e da tecnologia, com característica e arquitetura distribuidora da informação de maneira interativa, em que a interatividade acontece entre dispositivos eletrônicos e banco de dados, é um marco para a História humana. A explosão do acesso à internet, smartphones e as diversas formas de conectividade promoveram uma nova forma de participação da sociedade e de transformações do sujeito e suas relações.

Segundo Castells (2018, p. 142), redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura.

Para Di Felice e Lemos (2014), o advento da comunicação digital é uma das mais importantes revoluções da nossa época. A informação é distribuída de maneira interativa, outros agentes participam do processo, há conectividade gerando um diálogo fértil entre dispositivos de conexão, banco de dados, pessoas e tudo o que existe; um marco na História cuja transmissão da informação é alterada.

Wellman (2011) notou que as mídias se tornam realmente importantes quando deixam de chamar a atenção e se tornam triviais. Se a sua articulação com os cotidianos atinge um nível muito alto, a própria vida se transforma, não pelas mídias em si, mas pelas pessoas que compõem a rede. De acordo com Di Felice e Lemos,

Isso significa que toda a sociedade – em qualquer setor: governo, economia, universidade, sociedade civil etc. – está sendo profundamente alterada e transformada pelos adventos dessa nova arquitetura de informação, que ao modificar a geometria de suas dimensões interativas e torná-la plural e interativa, acaba, inevitavelmente, alterando sua forma e sua essências (DI FELICE; LEMOS, 2014, p.8).

A sociedade deixa a percepção humana, que observa a natureza, para descobrir as coisas e passa para uma percepção de humano conectado, que adquire seus conhecimentos por meio desta conexão com sistemas informativos e tecnologia. A comunicação digital, baseada no diálogo, não é determinada previamente; deve ser construída colaborativamente. A internet gera uma transformação na sociedade pautada pelas interações entre os usuários. Segundo Burrowes (2014),

A partir de meados dos anos 2000, o surgimento e a adoção de redes sociais da internet facilitaram e multiplicaram comportamentos já presentes, em germe, desde os primórdios da web: produção de conteúdos por todos os participantes, colaboração e compartilhamento. Para o marketing e a publicidade, isso significa ver-se imerso numa nova realidade, em que o

“público-alvo” já não se comporta mais como alvo, ou seja, o receptor das mensagens, senão, cada vez mais, como produtor e difusor delas.

De acordo com Manuel Castells (2018), o novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço, o tempo e as dimensões fundamentais da vida humana. A vida conectada altera várias lógicas da sociedade: privacidade, consumo, cidadania, democracia e o jeito de viver de toda a população do planeta.

Empresas e companhias, peças fundamentais para o sistema capitalista, apropriam-se dessas tecnologias e, conseqüentemente, o sucesso impulsiona a economia. O empreendedorismo, conciliado com fatores da globalização e inovação, possibilitou a atuação em modelos de negócio, produtos e serviços para novos mercados do ramo. Dessa maneira, empresas estão mais concentradas em transformar problemas em oportunidades de negócio. Neste cenário de inovação, surge o segmento de *startups*, uma maneira diferente de empreender quando comparada com os métodos tradicionais.

Erik Ries (2012) define *startup* como uma instituição que cria produtos ou serviços em condições de extrema incerteza e que tem na inovação o centro de suas operações. Ainda de acordo com Alberone, Carvalho e Kicorve (2012), diferente do empreendedorismo tradicional, em que se recomenda planejar antes para depois atuar no mercado, as *startups* são, primeiramente, orientadas a validar uma ideia a fim legitimar o mercado para, então, constatar que existe um público disposto a consumir a solução apresentada.

O cenário dos negócios mudou e o nível de incerteza fica mais evidente para os empreendedores. Mudanças na hora de empreender estão relacionadas com fatores tais como a globalização, cultura, política, neoliberalismo e o grau elevado de exigência dos consumidores. Em seu livro “*Welcome to entrepreneur country*”, Julie Meyer (2012) agrega uma percepção de que as *startups* começam pequenas, mas pensam grande devido ao potencial inovador e a probabilidade de crescimento exponencial em curto tempo no segmento.

O termo *startup* é utilizado nos Estados Unidos desde os anos 90, quando ocorreu a “bolha da Internet”. Entre 1996 e 2001, esse crescimento efêmero foi caracterizado pelos altos investimentos na bolsa de valores em empresas denominadas *ponto com* (DORNELAS, 2008).

De acordo com Rodrigues (2016), existem *startups* associadas ao desenvolvimento de produtos no ramo da arquitetura, educação e diversas frentes de

trabalho que necessariamente não estão ligadas a uma base tecnológica. No entanto, a tecnologia proporciona alcance, abrangência e diversas vantagens que tornam as *startups* ligadas à área da tecnologia mais numerosas.

É importante observar que a inovação pode causar grande impacto na sociedade e na economia, mas isso não dá garantias de oferta de um mundo mais equilibrado, justo e desenvolvido. A construção e consolidação dos direitos humanos são fatores essenciais para uma sociedade democrática e justa. Segundo Tozzi (2008), as *startups* afetam cada vez mais as relações trabalhistas porque se aproveitam do determinismo tecnológico para que haja manutenção dos próprios interesses dentro do sistema capitalista.

O objetivo central de *startups* de economia compartilhada é, através da rede, ampliar os seus ganhos, aumentar de forma predatória a sua participação no mercado global, reduzir direitos sociais e fragilizar legislações e organizações sindicais. Pode-se dar a empresa Uber como exemplo, cujo potencial de replicação mundial no mercado de novos serviços permite possibilidades reais de precarização dos direitos trabalhistas. Segundo Slee,

Economia Compartilhada é uma onda de novos negócios que usam a Internet para combinar clientes com provedores de serviços para intercâmbios do mundo real, como aluguel de apartamentos de curto prazo, passeios de carro ou tarefas domésticas. Na vanguarda dessa onda estão o Uber e o Airbnb, cada um mostrando um crescimento impressionante para reforçar a afirmação de que estão atrapalhando as indústrias tradicionais de trânsito e turismo. Estes dois são seguidos por um bando de outras empresas que tentam se juntar a eles no topo do mundo da Economia Compartilhada (SLEE, 2015, p. 11, tradução nossa).

Com o modelo de economia compartilhada, a Uber aumenta os seus lucros com a possibilidade de eximir-se dos encargos sociais e responsabilidades jurídicas, precarizando cada vez mais a relação de capital e trabalho.

Requer-se do usuário das *startups* compartilhadas análise e reflexão de suas práticas dentro das relações de conectividade do mundo em rede e os valores morais da sociedade, uma vez que este é disseminador em massa do novo modelo de negócios. Danilo Santos de Miranda, na apresentação do livro “Democracia e os Códigos Invisíveis” (SILVEIRA, 2019), aborda a necessidade de reflexão em diferentes setores:

[...] com a difusão da internet, palavras como interação, colaboração, troca, recombinação e compartilhamento passaram a não apenas organizar a gramática das redes digitais, mas também a influenciar a própria dinâmica social. Trata-se de um conjunto de expressões ligadas a formas de produção e distribuição de informações e saberes que descortinam novos cenários, cobrando-nos esforços reflexivos para compreender seus efeitos, tanto pelas perspectivas da comunicação e da cultura, como pelos vieses da educação, da economia e da política (SILVEIRA, 2019, p. 9).

Este trabalho caminha em favor dessa cobrança de esforços reflexivos para compreender efeitos da economia compartilhada durante a pandemia da Covid-19. Numa escala relacional mais ampla, este estudo levará em conta as posições políticas e governamentais em relação a essas empresas, sondando os posicionamentos entre os modelos econômicos tradicionais e os novos padrões da economia compartilhada ante a pandemia do Coronavírus.

O presente estudo tem como objetivo explorar o posicionamento de empresas de economia compartilhada no Brasil durante a pandemia da Covid-19, investigar o novo modelo econômico, e apontar perdas e ganhos entre as partes que se colocam como "colaborativas". O estudo tem a finalidade de posicionar e apresentar a economia compartilhada diante do novo momento do capitalismo e visualizar oportunidades trazidas a parceiros e consumidores através das empresas deste setor. Pretende-se analisar também, desde esta nova perspectiva, as relações de trabalho, a precarização e o afrouxamento das leis trabalhistas. Como metodologia, este trabalho adota a revisão bibliográfica, análise do setor e do contexto (pandemia do Coronavírus) e o método de estudo de casos, por meio da investigação de três startups do contexto real e contemporâneo desta dissertação. Esse método foi escolhido pois a pesquisa visa constatar as relações evidenciadas nos casos, investigando os fenômenos e, por meio da análise dos dados coletados, a derivação de novas ideias e teorias familiares.

Os critérios de escolha das empresas estudadas foram:

1. *Startups* emergentes a partir do ano de 2008, em distintas áreas de atuação;
2. Modelo de economia comum: economia compartilhada;
3. Empresas de grande repercussão e conhecimento popular, com crescimento exponencial nas últimas décadas devido ao avanço da popularização do acesso à internet e o uso de smartphones;
4. Startups com conectividade entre usuários e parceiros prestadores de serviços;

5. Empresas de economia compartilhada que possuam relações com usuários durante a pandemia do Coronavírus.

Outros pontos levados em consideração para a escolha foram os impactos positivos/negativos dessas *startups* para vida em sociedade, cidadania e relações de trabalho/consumo no Brasil.

Após o levantamento das empresas enquadradas nos critérios de escolha acima, foram selecionadas as três *startups*: Uber, Airbnb e Ifood, representando, respectivamente, as áreas de prestação de serviços de transporte, hospedagem e entrega de refeições.

Este estudo de caso abrange, portanto, o período do ano de 2008 até o presente momento, perpassando sobre o ambiente virtual de propagação das empresas e os limites territoriais de suas atuações.

Os casos estudados têm o enfoque de caráter exploratório. Segundo Doxsey e Riz (2007), pesquisas exploratórias buscam uma abordagem do fenômeno pelo levantamento de informações, que poderão levar o pesquisador a conhecer mais sobre o tema pesquisado.

A coleta de dados para a pesquisa será elaborada por meio de fontes bibliográficas e documentais. Entende-se fontes bibliográficas como obras escritas e impressas em editoras e fontes documentais, contemporâneas ou retrospectivas, consideradas cientificamente autênticas. Os dados coletados, por sua vez, também contemplam o relato pessoal do autor e sua relação com as empresas selecionadas, documentos oficiais e técnicos divulgados de forma pública pelas empresas, bem como entrevistas de seus fundadores, CEOs ou funcionários concedidos a representantes da mídia ou do jornalismo.

Com base nos dados coletados e da elucidação dos textos e autores pesquisados como referência de literatura na área, este estudo aborda os conceitos do mercado e economia compartilhada, da comunicação e das tecnologias ligadas à internet, da vida em rede, do consumo, das relações de trabalho e vida em sociedade, por meio da utilização das três *startups* compartilhadas escolhidas.

As startups estão renovando o mercado e desafiando modelos pré-existentes de economia e capital. Diante disso, espera-se verificar os impactos de *startups* de economia compartilhada e suas relações com a sociedade e o consumo durante a pandemia da Covid-19, além de verificar a relação entre tecnologia e força de trabalho,

buscando compreender a influência, permanência ou retirada de direitos essenciais, dessas relações entre classe trabalhadora e usuários.

2. DO NEOLIBERALISMO À ECONOMIA COMPARTILHADA

2.1 Economia Compartilhada

O neoliberalismo tem seu início no pós-guerra, emergindo do trabalho intelectual de pensadores a partir de 1930. Nos primórdios do neoliberalismo, as ideias começam a se difundir entre um pequeno grupo de pensadores, estendendo-se às escolas e aos poucos formando opiniões de comunidades industrializadas daquele período. Esse início foi marcado por uma divulgação “favorável”, de modo a realçar o poder do Estado ao se instituir uma economia liberal. A introdução gradual de reformas apontou no sentido de regular a ação do Estado no mercado. Para os pensadores da época, a agenda deveria ser positiva, nada reacionária ou negativa. O enfoque eram as reformas e planejamentos que direcionavam para um Estado fortalecido. Este deveria assegurar o Estado de Direito, deixando as decisões para o livre comércio. Desta maneira, reconheceu-se a legitimidade de certas regulamentações não mercadológicas (JACKSON, 2010).

Outros esforços foram empenhados para que não houvesse má interpretação das ideias expostas, uma vez que os pensadores insistiam para que o movimento não fosse marcado como política alguma ou ausência do Estado. Havia uma busca em mostrar a importância do amparo político para a manutenção legal e institucional, necessárias à economia e à competitividade do mercado. Os argumentos do neoliberalismo, apesar de frequentemente confundidos, caminhavam em diferentes direções ao socialismo. As ideias de equalizar o mercado, garantir estabilidade comercial e justiça social não se enquadraram no neoliberalismo, pois minavam decisivamente a liberdade do processo. Mesmo voltada para a liberdade econômica, carregava consigo seus próprios valores pretendidos como aumento de renda, geração de empregos e redução de desigualdades. Os neoliberais concluíram que a liberdade individual e a legitimação do mercado passam pela expansão da capacidade do Estado em atuar na economia. O movimento impôs críticas tanto ao socialismo quanto ao capitalismo. Assim, assegurava-se uma economia livre e um Estado forte. Essas ideias ganharam força a partir dos anos 80. Sua implementação utilizava políticas de liberalização econômica extensas, tais como as privatizações, austeridade fiscal, livre comércio e o corte de despesas governamentais, dando destaque ao setor privado (JACKSON, 2010).

O que se vê, após a ascensão do neoliberalismo, também diz respeito à sua decadência e uma sequência de crises e dificuldades resultantes das ações de vários Estados. Cenários de longa estagnação, grandes recessões e impactos da tecnologias emergem a partir dos anos 2000. Dessa forma, o futuro não se vê tão otimista quando os pensadores neoliberais propunham. O movimento neoliberal apoiou-se em algumas colunas que vieram a ruir.

Para ajustar as dificuldades econômicas, os Estados começaram a criar dinheiro; literalmente, imprimiram milhões de cédulas. Este fato conhecido como *Fiat Money*, ou fazer dinheiro”, abandonou o padrão-ouro de equivalência para suas riquezas e passou a alterar o funcionamento de bancos. A mudança para o papel-moeda foi essencial para o neoliberalismo. Os bancos alteraram suas regras e métricas; não era mais necessário comprovar ter dinheiro para poder emprestá-lo. Agora, as agências de classificação de riscos avaliavam e concediam pareceres sobre os bancos e o mercado, e claro, muitos burlavam os sistemas de avaliação e transparência.

O abandono do padrão-ouro e do câmbio fixo permitiu a entrada em cena de três reflexos fundamentais da era neoliberal: a criação extensiva de dinheiro pelos bancos, a suposição de que todas as crises podem ser solucionadas e a ideia de que lucros gerados pela especulação podem continuar subindo para sempre. Esses reflexos se entranharam de tal maneira no pensamento de milhões de indivíduos que, quando deixaram de funcionar, o resultado foi a paralisia (MASON, 2017, p. 53).

Isto posto, surgia um pensamento de que não havia crise, e que instituições como o Federal Reserve (FED, Banco Central dos Estados Unidos) não podiam resolver. As ações não aparentavam riscos e os bancos se animavam com a possibilidade de altos lucros. Muitos países ligaram suas impressoras e injetaram altas quantias de dinheiro na economia. O dinheiro físico em si, a cédula, nunca teve valor, mas carrega consigo a confiança de um pagamento entre os indivíduos e o Estado (MASON, 2017). Como poderia o Estado não quebrar essa confiança? Chega a recessão de 2008. Grandes bancos fecharam suas portas. A confiança no sistema é abalada. Falando sobre os fundamentalistas monetários de direita, Mason (2017, p. 61) ressalta que “o grande temor deles é que, para manter o fiat money vivo, o Estado nacionalize os bancos, cancele as dívidas, tome o controle do sistema financeiro e mate para sempre o espírito de livre empresa”.

Quando a confiança no dinheiro é abalada, cria-se um descompasso e o problema do neoliberalismo fica às claras. Segundo Mason, “O sistema como um todo depende da credibilidade do Estado que emite as cédulas”.²

Para acalmar buracos criados no setor econômico com o aumento das dívidas, elevou-se a procura por empréstimos e financiamentos a partir de 1980. A desvalorização da mão de obra, os baixos salários — comandados pelo aclamado salário-mínimo —, a degradação urbana e altos índices de desemprego provocam uma corrida pela financeirização (MASON, 2017). As empresas recorrem a mercados financeiros abertos, os bancos tradicionais se voltam para bancar investimentos de consumidores oferecendo serviços como cartões de crédito, hipotecas, financiamentos estudantis e empréstimos de toda a gama. Logo, a lucratividade não está no salário do empregado e sim no empréstimo feito por ele.

A ficção no cerne do neoliberalismo é a de que todo mundo pode usufruir um estilo de vida de consumidor sem elevação de salário. Você pode tomar empréstimo, mas não pode falir jamais: se pegar dinheiro emprestado para comprar uma casa, o valor dela vai sempre subir. E sempre haverá inflação — assim, se tomar empréstimo para comprar um carro, o valor da dívida remanescente terá sido corroído na época em que você precisar de um veículo novo, deixando uma boa margem para pedir mais empréstimo (MASON, 2017, p. 68).

Nesse caminhar da economia, deparamo-nos com a crise imobiliária dos Estados Unidos. As famílias americanas se endividaram num ritmo muito maior ao da produção e distribuição de riqueza. Para Mason, “O papel-moeda pode ser ilimitado, mas os salários são reais”.³ Todavia, a crise americana não se forma apenas de altos empréstimos ou por ocasião do colapso das hipotecas *subprime*. O neoliberalismo é sustentado por países que não o praticam, de modo que cria uma contínua externalização da produção. A exemplo, os Estados Unidos seguiram transferindo parte do crescimento de sua renda para outros países, enfraquecendo a renda da família americana (GANZERT; TERRA; MARTINELLI, 2016).

O resultado inevitável dessas combinações é o desequilíbrio. O colapso da inundação de crédito financeiro já aconteceu. O pensamento neoliberal não está se sustentando, mas, em contraposição à revolução da tecnologia da informação, se vê

² Ibid., p. 63.

³ Ibid., p. 64.

alavancada pelo neoliberalismo e torna possível um complexo sistema financeiro global. Sobre o poder da informática, Mason diz que

Ele deu sustentação ao crescimento da oferta de dinheiro na medida em que sistemas digitais substituíram a necessidade de dinheiro vivo. Possibilitou a redistribuição física da produção e do abastecimento aos mercados emergentes, onde a força de trabalho era barata (MASON, 2017, p. 81).

Em 2004, com a web 2.0 e a expansão da internet, despontam as possibilidades de novos negócios. O entusiasmo pela tecnologia passaria a justificar o mercado livre a qualquer custo. O capital humano, elemento imprescindível ao neoliberalismo, se recria na vida em rede. Para Mason, “Tornou-se normal pagar com um cartão plástico; normal pôr toda a sua vida privada on-line para sempre; normal entrar na rede para conseguir um empréstimo rápido a juros de 1000%”.⁴ O esperado era a formação de uma sociedade do conhecimento, que, na verdade, esbarrou em conceitos tradicionais de privacidade e propriedade. A economia de informação mostrou-se arreada à dominação das forças do mercado. A corrida pela criação de dinheiro, a busca pela sustentação do modelo de mercado capitalista está só aprendendo o valor gerado pela tecnologia.

Precisamos pensar em outros conceitos de valores que não sejam apenas os valores monetários para que possamos alcançar alguma forma de construção mais complexa de um valor que a forma da representação monetária – que, na verdade, já é uma forma virtual (DI FELICE; LEMOS 2014, p. 54).

A rede, fortalecida nos últimos 30 anos, vem desdobrando possibilidades de colaboração e produção à margem dos mercados tradicionais — sem precedentes à economia constituída (MASON, 2017).

O novo modelo econômico, emergente nos anos finais do século XX, atua com a capacidade de empresas, nações e indivíduos de gerar, processar e usar dados. Essa importante característica, o informacionalismo, se destaca na indústria da tecnologia com a introdução de dispositivos de processamento de dados. Com esses, as instituições agem sobre as atividades humanas e possibilitam conexões em rede infinitas e cada vez mais independentes. A nova economia tem como segunda importante característica a globalização; não há mais limites físicos, nem barreiras nas fronteiras.

⁴ Ibid., p. 83.

O capital, o trabalho, a informação, o mercado e até mesmo as matérias-primas estão, de alguma forma, conectados e interligados com o resto do mundo. Essas duas características apresentadas culminam numa terceira: a rede (SLEE, 2018).

Em rede, conceitos de produtividade e concorrência alteram a lógica do mercado tradicional, dentro de um contexto histórico único. De fato, a tecnologia carrega consigo um rede informativa por meio da qual a população produz e divulga seus produtos sem mediadores, manifestando-se através de movimentos net-ativistas, descentraliza a cultura através de mídias alternativas e cria transformaçõessocio-históricas (DI FELICE; LEMOS, 2014).

Castells (2018) situa essa nova economia no tempo e espaço. Segundo ele, a revolução tecnológica tem seu marco em 1990, nos Estados Unidos, mais especificamente na Califórnia. O estado americano, berço das descobertas mais revolucionárias da tecnologia da informação, combinou fatores econômicos, tecnológicos e culturais para o surgimento de icônicas *startups* no Vale do Silício.

Institucionalmente, a reestruturação do capital, na forma de desregulamentação e liberação das atividades econômicas, aconteceu mais cedo e mais depressa nos EUA do que no resto do mundo, o que facilitou a mobilidade do capital, difundiu a inovação oriunda do setor das pesquisas públicas [...] e acabou com os principais monopólios [...] (CASTELLS, 2018, p. 199).

Adiante, analisaremos mais de perto o caso de três *startups* que surgiram nesse movimento de revolução da tecnologia da informação: Uber, Airbnb e iFood, e suas posturas durante a pandemia da Covid-19 no Brasil. Essas três empresas, enraizadas com o avanço da internet, encontraram no novo formato econômico o impulso necessário para crescer. Como o peso que o termo *startup* já carrega em si, essas empresas desafiaram o modelo de produção e consumo de produtos e serviços, e a solução encontrada foi a economia compartilhada.

2.2 Economia Compartilhada

As plataformas de economia compartilhada propõem facilitar as relações entre pessoas desconhecidas e simplificar situações estranhas para que possam tornar-se comuns. Com enfoque voltado para o sistema *peer-to-peer* (de pessoa para pessoa), o compartilhamento acontece sem a mediação, ou minimamente mediado por empresas. Hospedar ou compartilhar seu veículo com um desconhecido ou solicitar

alimentos preparados por cozinheiros anônimos são atitudes nas quais o indivíduo toma consciência dos riscos e faz sua escolha na contramão de conceitos tradicionais de mercado. Isso se deve ao aumento do acesso às informações e ao consequente aumento da confiança dos consumidores. As plataformas digitais veicularam estas situações de compartilhamento como modernas, tecnológicas e práticas, tornando-as menos estranhas e mais atraentes (FRENKEN; SCHOR, 2017).

Nesse intuito de atrair novos usuários e parceiros, negócios cuja base é a internet e a tecnologia da informação, apresenta-se a promessa de alternativas sustentáveis ao comércio convencional àqueles que compartilharem serviços de modo intercambiável, enfatizando o melhor uso dos recursos subutilizados. Por que todos precisam de um carro parado na garagem durante a semana quando se pode compartilhá-lo? Esses questionamentos tentam inculcar a ideia de que se pode comprar menos e contribuir com o planeta ao usar o Uber ao invés de comprar um carro, afastando o comportamento individual do consumismo (SLEE, 2015).

As promessas da economia compartilhada superficialmente soam interessantes do ponto de vista que podemos criar um mundo mais sustentável e colaborativo. Em contrapartida, algo diferente está acontecendo. O segmento segue contribuindo para o desenvolvimento de um mercado desregulado às áreas anteriormente "protegidas" de nossas vidas. À medida que a economia compartilhada cresce, ela remodela as relações *peer-to-peer*, o capital e a força de trabalho. A promessa inocente de um trabalho temporário para fazer um pouco de dinheiro extra se transforma em um trabalho de tempo integral e os encargos decorrentes dessa transformação. As empresas de Economia de Compartilhamento estão ganhando muito dinheiro com seus investidores e executivos, criando bons empregos para engenheiros e profissionais de marketing. Entretanto, removem e banalizam as proteções daqueles que atuam na economia compartilhada, precarizando ainda mais uma atividade, que além de ser mal remunerada, está exposta a uma série de riscos (SLEE, 2015).

iFood, Airbnb e Uber são *players* do mercado colaborativo e dirigem seus modelos de negócios para diferentes cidades e países do mundo. As características das três companhias são frequentemente descritas de maneira semelhante. Cada uma delas conta com plataformas de software, sites e aplicativos móveis para fornecedores compartilharem serviços e obterem uma fatia dos lucros entre as transações (SLEE, 2015). Nessas empresas de Economia Compartilhada, bem como

no neoliberalismo, notamos o rearranjo de poderes, das classes dominantes e trabalhadores, agora informais (sem contratos, sem jornada, com ganhos flexíveis, e descobertos de políticas públicas de regulação). Nessa atmosfera, o Estado encontra-se deslocado entre trabalho e capital, na desregulação dos mercados. Como aponta Ludmila Abilio:

Os imperativos das políticas neoliberais legitimavam-se como os caminhos necessários ante os índices mundiais de altas taxas de inflação, queda do crescimento e aumento do desemprego. Graves consequências sociais foram acarretadas pelas políticas monetárias e ajustes fiscais: por um lado, o enfrentamento e o enfraquecimento das forças organizadas do trabalho, por outro os cortes da seguridade social e o desemprego (ABILIO, 2011, p. 83).

As relações entre o capital e o trabalho, que culminam nas políticas de ausência do Estado e conseqüente aumento das taxas de desemprego, se colocam como propulsores da mão de obra da economia compartilhada, em especial do período da pandemia do Coronavírus.

3. CONTEXTO ECONÔMICO BRASILEIRO EM MEIO À PANDEMIA DA COVID-19

Eclodindo nos países asiáticos em dezembro de 2019, com ponto inicial na província de Hubei, China, o vírus SARS-CoV-2 se alastra pelo mundo marcando a saúde, a economia e as condutas das pessoas por todos os continentes.

O Brasil, assim como outros países, iniciava o ano de 2020 com expectativas de crescimento econômico quando se deparou com a pandemia.

No início de 2021, ainda não se podia determinar o prazo final daquela doença, mas transcorrido mais de um ano, podemos verificar os impactos e prever/estimar futuros dados. No início da crise, analistas projetavam uma recuperação em V (queda e retomada acentuada). Com o passar dos meses, já se fala em processos de recuperação mais lentos como em U/L, ou até queda profunda em I, para os mais pessimistas (JUNIOR; RITA, 2020).

A previsão de queda do PIB brasileiro foi constatada no primeiro e segundo trimestres, sendo o segundo com índice negativo de 9,6. Essa baixa provocou um índice recorde de desempregados e uma crise econômica no país. Já no terceiro trimestre, há um crescimento grande —7,7%, o maior trimestralmente registrado desde 1996. Todavia, esse crescimento ainda não foi o suficiente para recuperar as perdas do início de 2020. No acumulado de quatro trimestres (terminados em setembro), houve queda de 3,4%, em relação aos anteriores (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2020a).

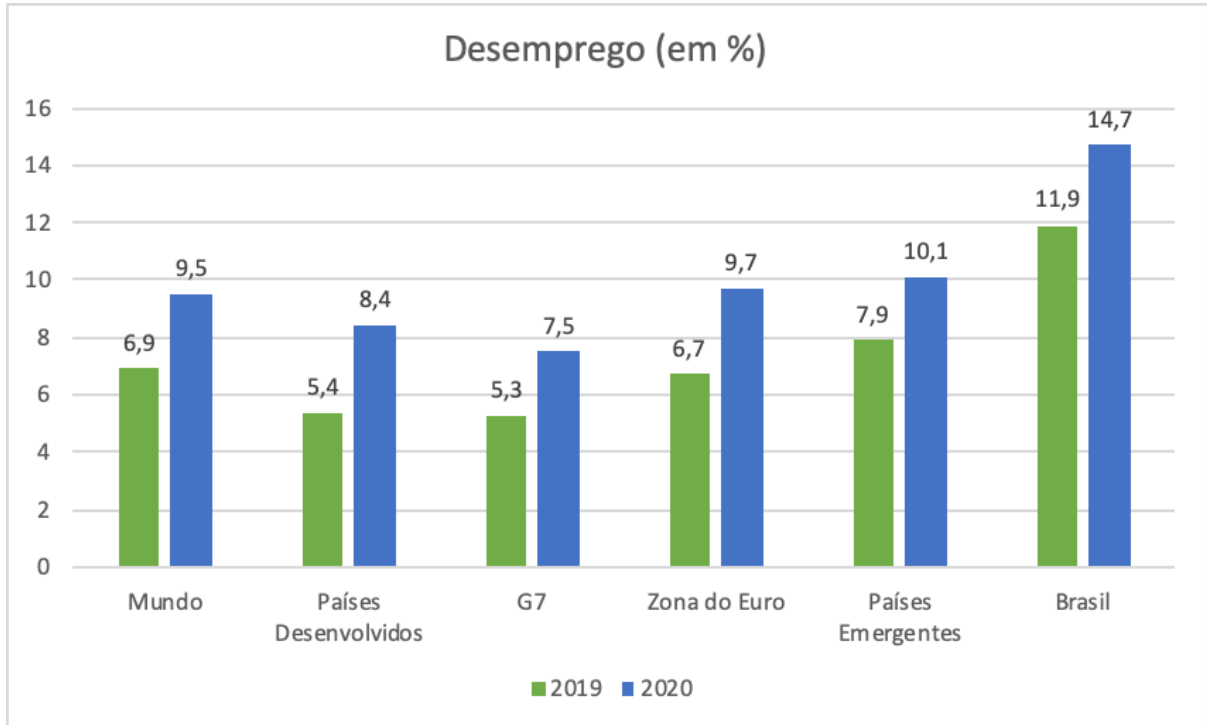
A indústria foi destaque no terceiro trimestre com crescimento de 14,8%, após a queda de 13%. O comércio também retomou com queda de 13,7%, apresentando alta de 15,9%. Já o setor de serviços, após o tombo de 9,4%, subiu 6,3%. Mesmo com o afrouxamento das restrições, as pessoas ainda se mostram receosas com a utilização de alguns serviços. A estimativa agora é de um crescimento lento até o retorno do patamar de 2019, podendo ocorrer em 2021 ou 2022 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2020a).

3.1 Desemprego no Brasil durante a pandemia COVID-19

Devido às medidas de contenção da propagação da Covid-19, o fechamento de diversos setores da economia traz grandes repercussões sobre as relações de trabalho e, especificamente, sobre o desemprego. O FMI (Fundo Monetário Internacional), em 2020, previa um fechamento de 9,5% de desempregados no

mundo, com taxas de crescimento em países de alto ou baixo desenvolvimento, como revela o gráfico a seguir (INTERNATIONAL MONETARY FOUND, 2020).

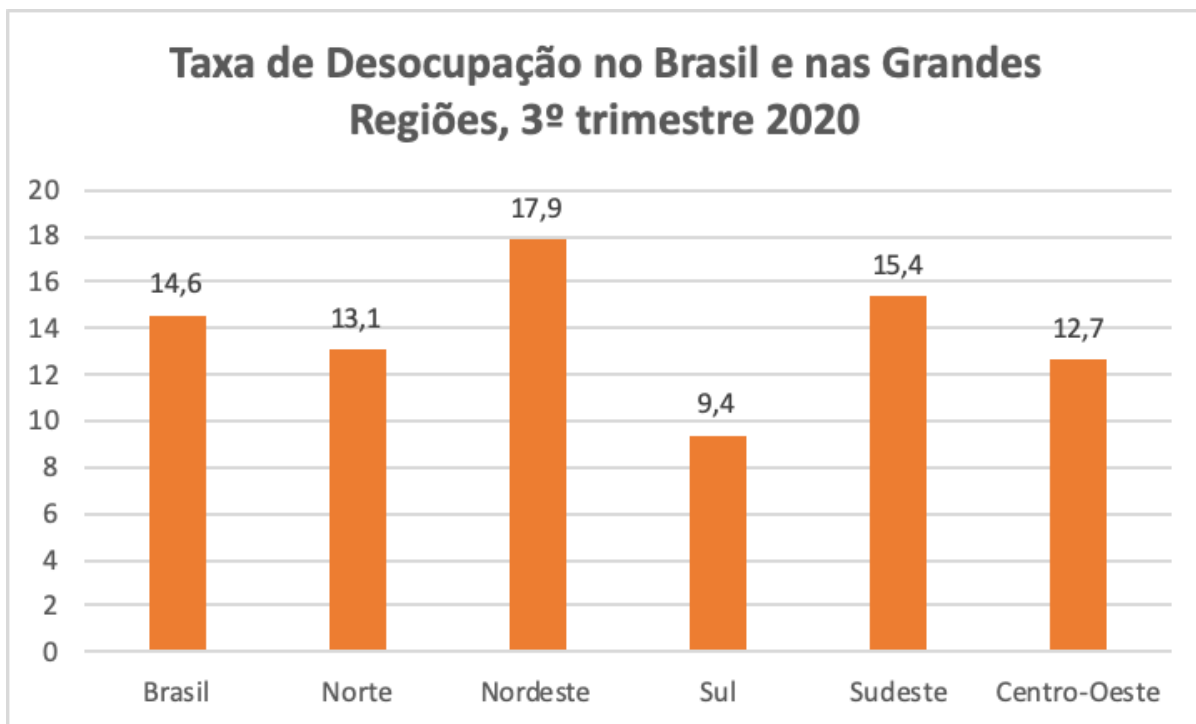
Gráfico 1 — Desemprego no mundo



Fonte: Fundo Monetário Internacional (2020).

No Brasil, o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - classifica como desempregados as pessoas com idade para trabalhar (acima de 14 anos), que não estão trabalhando, mas estão disponíveis e tentam encontrar trabalho. No terceiro trimestre de 2020, o país contava com 14,1 milhões de desempregados, com uma taxa de 14,6% de desocupação (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2020b).

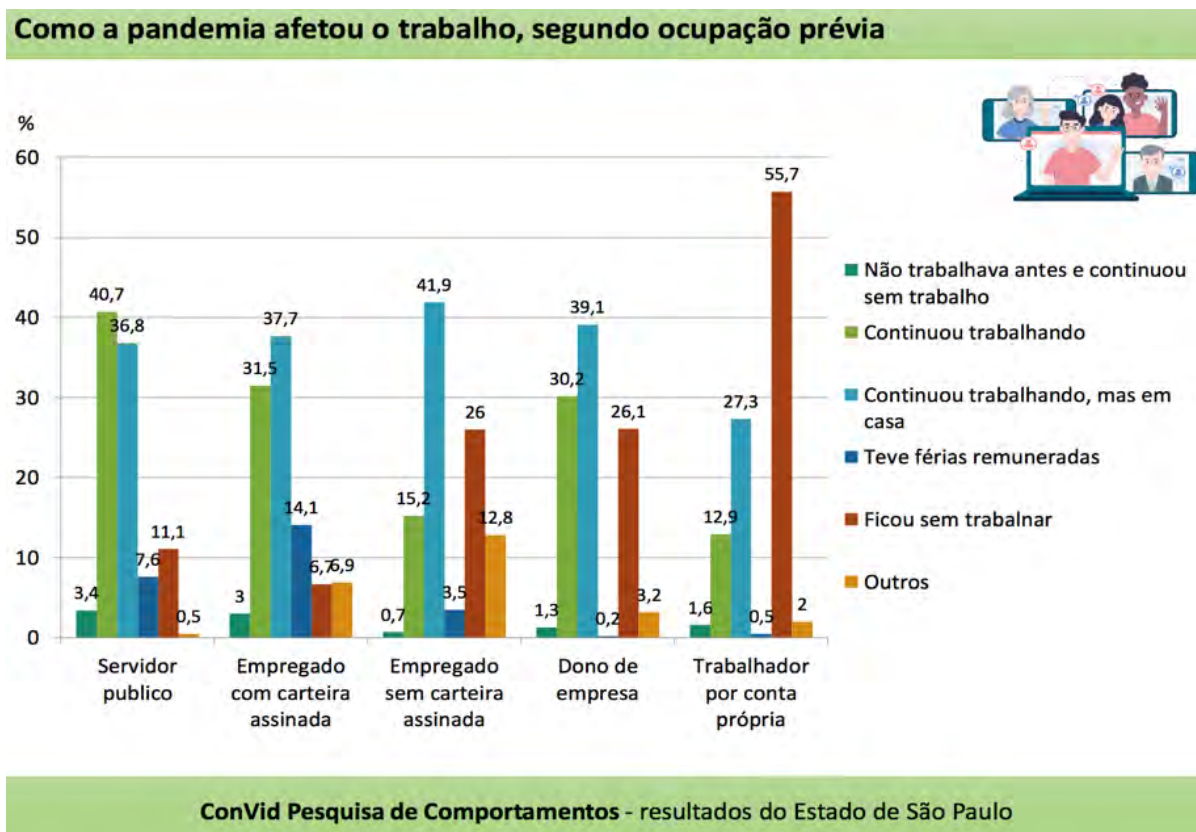
Gráfico 2 — Desocupação no Brasil



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020b).

No estado de São Paulo, a pesquisa, liderada pela Fundação Osvaldo Cruz em parceria com a Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) e UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), revela os impactos socioeconômicos da pandemia na vida dos brasileiros. Os resultados mostram que, na totalidade da população, 55,3% dizem ter sofrido diminuição da renda familiar e 6,3% ficaram sem renda. Em relação à situação de trabalho, 3% dos adultos de São Paulo perderam o emprego e 19,1% ficaram sem trabalhar. O gráfico dos resultados da pesquisa aponta que a grande maioria dos que ficaram sem trabalhar eram autônomos ou informais (FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ, 2020).

Figura 4 — Como a pandemia afetou o trabalho, segundo ocupação prévia



Fonte: Fundação Oswaldo Cruz (2020).

3.2 Busca de trabalho em plataformas de Economia Compartilhada

Os trabalhadores desprotegidos, informais, autônomos ou participantes de economias compartilhadas sofrem impacto especialmente severo em meio às crises econômicas.

Em plena era da informatização do trabalho, do mundo maquinal e digital, estamos conhecendo a informalização do trabalho, dos terceirizados, dos precarizados, dos subcontratados, dos flexibilizados, dos trabalhadores em tempo parcial e do subproletariado. Se no passado recente a classe trabalhadora apresentava níveis de informalidade apenas marginalmente, hoje mais de 50% dela se encontra nessa condição - aqui, a informalidade é concebida em sentido amplo -, desprovida de direitos, fora da rede de proteção social e sem carteira de trabalho. Desemprego ampliado, precarização exacerbada, rebaixamento salarial acentuado, perda crescente de direitos - esse é o desenho mais frequente da classe trabalhadora (COSTA, 2020, p. 972).

Em resposta à crise inicial de desemprego, o governo brasileiro recorreu ao Programa Emergencial de Manutenção do Emprego (Lei n. 14.020/2020), prevista para dois meses, havendo a prorrogação da medida com o decreto 10.422/2020.

Para além das ações governamentais, os trabalhadores brasileiros passaram por estratégias de antecipação de férias e feriados, adoção de regimes especiais de compensação de horas e precarização do trabalho configurado como “*home office*”. Todavia, essas medidas não foram capazes de frear o avanço dos índices de desemprego no país (SOUZA, 2020).

O agravamento da crise econômica brasileira, atenuado pela pandemia, traz novamente à tona a relação entre a informalidade versus a questão social e as mudanças políticas que se desenrolaram no contexto do neoliberalismo. O trabalho informal perpassa um histórico de vínculo com conceitos de marginalidade e pobreza, deslocando-se para estudos de acumulação capitalista. A força de trabalho e o processo produtivo se modificam juntamente com o debate sobre eles. A informalidade se associava a atividades de baixa produtividade e rentabilidade, atividades geralmente não regulamentadas pelo Estado, sem vínculos ou direitos trabalhistas. Nos anos 70, o trabalho informal passou a integrar teorias de subdesenvolvimento que associavam questões sociais e acumulação de capital dos países subdesenvolvidos. Então, a constituição de países como o Brasil se dava na exploração do trabalho precário para o crescimento econômico e industrialização urbana. A isenção de impostos para investimentos estrangeiros e mão-de-obra rebaixada, favoreceram o desenvolvimento social em detrimento do social.

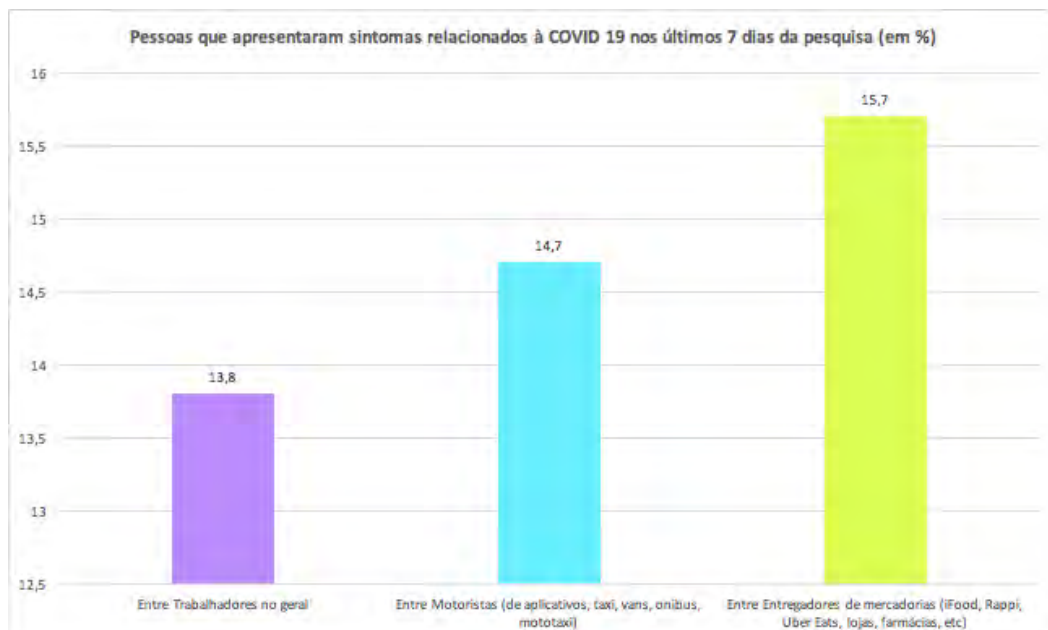
Hoje muito se discute sobre a presença ou ausência do Estado no fluxo dos mercados, especialmente após a crise de 2009; o que interessa aqui é seu papel central na desregulamentação dos mercados – o que não deixa de ser uma nova forma de regulação. O mesmo poderíamos afirmar com relação à flexibilização do trabalho: o Estado é, portanto, agente central e ativo na desregulamentação das garantias do trabalho (ABILIO, 2011, p. 89).

O mesmo acontece em meio à pandemia do Coronavírus, em que a informalidade aparece como a desregulação do trabalho, expresso em trabalhos ocasionais, sem contrato, sem mediação pública de jornadas de trabalho ou direitos e garantias. Enfrentando a redução de renda e o desemprego desse período, os brasileiros foram motivados a buscar trabalho-fora-do-trabalho, encontrando o trabalho informal das plataformas de economia compartilhada envolto nos efeitos tecnológicos da era informacional. Assim, aplicativos das empresas que apresentaram alta demanda com a Covid-19, como no caso de entrega de comida e motofretistas, tiveram um aumento significativo de downloads.

A empresa RankMyApp apresentou que os downloads de aplicativos de entrega tiveram crescimento de 24% entre 20 de fevereiro e 16 de março de 2020, comparado com o mesmo período do ano anterior (MARTINS, 2020). O alto volume não caracteriza apenas aumento de consumidores, mas reflete também na demanda de mão-de-obra. Segundo a reportagem da Jovem Pan, de março a junho, o iFood recebeu 480 mil novos cadastros, número três vezes maior do que o de fevereiro (ENTREGADORES DE APLICATIVOS FAZEM NOVA GREVE..., 2020). A elevada procura nesse setor resultou em excedente da força de trabalho, gerando concorrência e redução de renda entre os participantes. No Capítulo 3 deste estudo há mais informações sobre empresas do ramo como iFood (SOUZA, 2020).

A procura por trabalho em setores da economia compartilhada cresceu apesar da alta exposição ao Coronavírus por parte dos trabalhadores desses aplicativos e apesar da falta de suporte e ações de segurança e saúde. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) relacionada à Covid-19, em maio de 2020, apresenta o aumento dos riscos desses trabalhadores (SOUZA, 2020).

Gráfico 3 — Pessoas que apresentaram sintomas relacionados à Covid-19



Fonte: Souza (2020).

A falta de condições para trabalhadores de aplicativos como motoristas e entregadores, já chamava a atenção antes mesmo da pandemia. Estudos sobre a “uberização” e a precarização desses trabalhos ganham evidências nas manifestações emergentes nesta pandemia. Os movimentos, denúncias, lutas por direitos trabalhistas, e até itens de segurança e saúde reivindicados, chamaram atenção da mídia em meados de 2020.

Quadro 1 — Síntese de manchetes sobre manifestações de entregadores de aplicativos

Veículo de comunicação	Manchete	Data
Globo - Portal G1	Entregadores de aplicativos fazem manifestações pelo país	01/07/2020
El País	A luta dos entregadores de aplicativos contra algoritmos autoritários	25/07/2020
Uol - Tilt	Greve não para Apps, mas mostra a força de entregadores; nova data é votada	01/07/2020
Jovem Pan	Entregadores de aplicativos fazem nova greve neste sábado em SP	25/07/2020

Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Esses movimentos têm evidenciado necessidades e lutas das classes trabalhadoras de economias compartilhadas. De forma similar, Ludmila Abilio, em sua publicação "O *make up* do trabalho", apresenta caso de revendedoras de cosméticos que buscaram, sem sucesso, o reconhecimento de vínculos empregatícios e garantia de direitos trabalhistas. No estudo, ela mostra a fragilidade do trabalhador, organizado de forma dispersa e sem força perante as leis, e que acaba desistindo do embate. Para Abilio (2011), "as 'hostilidades' talvez diminuam na medida em que fazer-de-tudo-um-pouco e não ter direitos do trabalho garantidos se banalizam e se disseminam".

3.3 Empreendedorismo, Terceirização e Flexibilização do trabalho

A precarização do trabalho tem sido potencializada por conceitos que permeiam o pensamento dos trabalhadores dessa era pós-neoliberal, como o empreendedorismo, a terceirização e a flexibilização do trabalho. Essas representações também são utilizadas pelas plataformas de economia compartilhada cujo intuito visa atrair novos colaboradores. Apesar de formalmente reconhecido, o empreendedorismo atrai muitos trabalhadores que estão na informalidade e buscam crescimento. Ser um empreendedor virou uma estratégia para trabalhadores de baixa renda/qualificação, que, em via de regra, não leva em conta os riscos ou a transferência de custos para garantir o funcionamento da empresa. Para Abilio (2011), muitos que optam pela transformação para pessoa jurídica acabam caindo nas garras da terceirização, tornando-se intermediários entre grandes empresas e a prestação de serviços.

A "autonomização" do trabalhador que então se dá dentro dos limites da formalidade é mais um dos componentes que associam também o trabalho formal com a precarização e com diversas formas de desregulação que, no entanto, não o levam a caracterizar-se como trabalho informal (ABILIO, 2011, p. 97).

A economia compartilhada também propõe a terceirização do trabalho, em diferentes moldes, o que afasta a possibilidade de aplicação de regulação trabalhista nesta modalidade. Com a promessa do empoderamento econômico, esse modelo, emergente sob a perspectiva do viés do consumo consciente e da união de colaboradores, incita uma valorização do empreendedorismo e trabalho autônomo. Dessa forma, as empresas colaborativas têm o trabalho centralizado em plataformas digitais, sem sede física, em que seus colaboradores, de diversas partes do mundo,

produzem bens ou prestam serviços. Portanto, exclui-se a relação de subordinação entre "patrão" e trabalhador. Não existem empregados. A autonomia é o que caracteriza a terceirização. O vínculo se torna inexistente, alterando o modelo de trabalho e dificultando a responsabilização trabalhista tanto no serviço/produto prestado ao consumidor, como no amparo ao trabalhador.

Sem vínculos, o colaborador oferta suas habilidades/talentos em jornada autônoma e flexível. Esse molde apresenta tendência de grande benefício para as empresas, pois conduz à redução dos encargos (como folhas de pagamento), bem como dos custos de produção viabilizados pela internet. Conclui-se que a relação da economia colaborativa e a terceirização não se dá em moldes trilaterais (empresa que contrata/empresa que fornece/obreiro que executa); é um novo e perigoso modelo de trabalho, já que elimina a relação de emprego e atinge diretamente trabalhador/executor da atividade (SANTOS, 2020; SANTANA, 2018).

O conceito de flexibilização do trabalho também é altamente difundido entre os colaboradores de economias compartilhadas, com a promessa de uma melhor qualidade de vida/trabalho. Trabalhar de onde quiser (trabalhos remotos), no horário de sua preferência, sem cobranças ou subordinação soam como o emprego dos sonhos.

Martin Carnoy (*apud* CASTELLS, 2011) diferencia quatro elementos presentes na flexibilização do trabalho: Jornada de trabalho — não há restrições nem mínimos de horas; Estabilidade no Emprego — não há compromisso de permanência; as tarefas regem o trabalho; Localização — sem sedes ou locais fixos; Contrato social entre patrão e empregado — não há compromisso entre as partes, nem direitos/benefícios, como planos de carreiras ou níveis padronizados. Ainda assim, segundo Abilio (2011), flexibilização é uma característica da desregulação do trabalho, sob as vistas do Estado, que legitima a atividade, dificultando as medidas sociais entre jornada de trabalho e renda.

A flexibilidade e a perda referencial do assalariamento obscurecem o lugar do trabalhador no processo produtivo, ao mesmo tempo em que vão eliminando a estabilidade e as garantias que caracterizavam o trabalho formal (ABILIO, 2011, p. 98).

A flexibilização emerge da necessidade de adequação do sistema capitalista de produção ao neoliberalismo, cujo afastamento do Estado e a redução de direitos

trabalhistas impunham modificar a organização de trabalho para a acumulação flexível. Harvey (*apud* ANTUNES, 2011) explica que a acumulação flexível:

[...] se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional [...] (ANTUNES, 2011, p. 208).

Esse modelo confronta a rigidez de modelos anteriores, como o fordismo, e exige um trabalhador de fácil adaptação tanto no trabalho temporário — sem amparo sindical —, como no uso de espaços e bens próprios (carros, imóveis, telefone, etc) e com salários flutuantes (SANTOS, 2020; SANTANA, 2018). O movimento é contrário à assalarição do trabalho e socialização da produção. Com o estímulo da concorrência global e a tecnologia da informação, introduz-se uma *individualização do trabalho no processo de trabalho* (CASTELLS, 2018). Através de uma rede de comunicação em tempo real, a atividade econômica é desfragmentada, individualizada e os mercados são personalizados.

O empreendedorismo precário, a terceirização do trabalho "autônomo" e a flexibilização dificultam a mensuração da relação tempo de trabalho *versus* renda adquirida de trabalhadores que compõem as redes de produção e acumulação. Nessa visão, é notável a perspectiva de crescimento das empresas de economia compartilhada, mesmo com o enfrentamento da pandemia, em detrimento do colaborador, que se sujeita a condições precárias de trabalho, com amplas jornadas, redução de ganhos e riscos incontáveis (ABILIO, 2011).

Sobre a indústria 4.0 e a hegemonia informacional-digital, Antunes (2020) alerta para as precarizações, o subemprego e o desemprego. O que esse novo modelo traz de benefícios para humanidade? Segundo ele:

[...] se essa tendência destrutiva em relação ao trabalho não for fortemente confrontada, recusada e obstada, sob todas as formas possíveis, teremos, além da ampliação exponencial da informalidade no mundo digital, a expansão dos trabalhos "autônomos", dos "empreendedorismos" etc., configurando-se cada vez mais como uma forma oculta de assalariamento do trabalho, a qual introduz o véu ideológico para obliterar um mundo incapaz de oferecer vida digna para a humanidade (ANTUNES, 2020, p.19).

Assim, o trabalhador que se vê como empreendedor, converte-se em proletariado, explorando a si próprio. Na economia compartilhada isso se reflete em longas horas de trabalho para conseguir o sustento mínimo e nos riscos assumidos caso os negócios/serviços não atinjam a relação rendimento necessário/qualidade de vida esperada.

3.4 Economia Compartilhada e o pós-pandemia

Em meio a pandemia de Covid-19, o conceito básico da economia compartilhada – o compartilhamento – destoou das medidas de isolamento adotadas por governos e pessoas de todo o mundo. O que a população antes estava assimilando como óbvio, parece um contrassenso. Tenho um carro e uso pouco; irei compartilhá-lo. Tenho um imóvel ou cômodo sem uso; irei compartilhá-lo. Tenho força de trabalho; irei compartilhá-la. Agora, não mais. Uma tendência que só crescia foi freada — por instantes — pelo medo do enfrentamento ao vírus. Quem vai querer compartilhar algo em meio a uma pandemia? Serviços como Uber e Airbnb sentiram o impacto da queda em suas economias, como também entregadores de comida viram seus salários diminuir, a despeito do crescimento do IFood, como veremos adiante. Mas longe de estarem encarando seu fim, as economias compartilhadas foram em busca de novas formas de colocação no mercado, visto que flexibilidade, capacidade de transformação e inovação são características deste modelo econômico, que deve ser mantido tanto pelos altos índices de desemprego — que aumenta a procura das plataformas —, como pelas propostas de crescimento econômico autônomo, que iludem colaboradores.

Iza Dezon, falando sobre as tendências pós-pandemia, diz:

Sim, compartilhar recursos deve ficar mais complicado, mas a economia compartilhada vem da ideia de que, se unirmos forças, temos a capacidade de fazer mudanças mais consistentes. Vem dessa crença de que eu mais você somos capazes de fazer coisas que não conseguimos sozinhos (DEZON, 2020).

Ajustes como aluguéis de longa duração, viagem de carro com redução de passageiros, entregas sem contato físico e outras medidas recuperaram a confiança do consumidor da economia compartilhada, aquecendo o mercado. Hábitos como pedir comida, foram criados ou reforçados em muitos consumidores e estima-se que devem perdurar no pós-pandemia. Em meio à crise, nota-se que o sistema

compartilhado se fortalece na exploração algorítmica de sua mão-de-obra, como bem aponta Sérgio Amadeu da Silveira:

Uma sociedade comandada por algoritmos parece não ser uma sociedade transparente. Além disso, o processo de decisões algorítmicas é incompreensível para a grande maioria das pessoas. Essas duas características colocam em dúvida as possibilidades democráticas dos algoritmos de machine learning, deep learning e outros tipos de algoritmos de inteligência artificial. Num contexto neoliberal, de supremacia das empresas sobre outras unidades da sociedade, os riscos aumentam muito, principalmente se a análise de grande quantidade de dados permitir ver coisas que sentimos (SILVEIRA, 2019, p. 28).

A forma organizacional das economias compartilhadas, no pós-crise — como a pandemia da Covid-19 —, atua de maneira prejudicial à fragmentada massa de trabalhadores desprovida de direitos e defesas frente a grandes empresas que visam o capital, desfazendo-se de vínculos empregatícios.

4. UBER, IFOOD E AIRBNB X COVID-19

O Coronavírus nos impõe um olhar de muita atenção. O mundo passa por um momento inesperado e tenta entender como o vírus alterou muitas lógicas da sociedade. Os países tomaram medidas políticas, públicas e privadas, visando minimizar os efeitos devastadores causados pela pandemia. Certamente, muitas questões e problemas de extrema complexidade vão atingir o sujeito que tem relações com as empresas adotadas como recorte desta pesquisa. Mediante o cenário pandêmico e a fragilidade do trabalhador em meio ao cenário pandêmico, pretendo abordar neste capítulo, com um olhar mais apurado e observador, os fatos ocorridos nos meses da pandemia.

4.1 Uber no contexto da Pandemia

No primeiro trimestre de 2020, a Uber recebeu a pandemia do Covid-19 com alta de 14% na receita, que foi de US\$ 3,54 bilhões — praticamente o que era esperado pelos analistas. A alta do faturamento da empresa teve aumento pelo apoio do segmento de entrega de comidas Uber Eats, que apresentou crescimento de 52% de reservas totais. A receita específica da área de transportes teve crescimento de 2% em relação a 2019, mas caiu mais de 18% na comparação com o período de 2018, sob os reflexos do número menor de corridas no período da pandemia. Apesar da Uber registrar aumento de vendas no período, a empresa afirmou prejuízo de US\$ 2,9 bilhões no primeiro trimestre, resultado que inclui uma baixa contábil de US\$ 2,1 bilhões relacionados ao valor de outros investimentos da marca. A companhia planejava ter lucro operacional até o final de 2020, mas retirou a previsão citando a incerteza gerada pela pandemia (KOLODNY, 2020).

No início da pandemia, em 2020, a Uber anunciou o corte de 3.700 funcionários, uma representatividade de 14% dos seus colaboradores ao redor do mundo. A empresa anunciou também que seu presidente renunciou ao salário de US\$ 1 milhão, até o final de 2020, para amenizar os impactos econômicos sofridos. Neste período, a companhia enfrenta uma ação trabalhista no estado da Califórnia em favor dos seus motoristas. O processo foi aberto no tribunal superior de São Francisco e alega que a Uber conseguiu esquivar-se de pagar os principais benefícios para seus motoristas que foram contaminados com o vírus, incluindo licença médica por doença, numa manobra que classificou erroneamente os motoristas como contratados e não como

funcionários. Em setembro de 2019, a Califórnia aprovou a lei AB5, que vincula os trabalhadores de Uber à empresa. Uber entrou com uma liminar, e a mesma foi negada em fevereiro de 2020 (ANTUNES, 2020). As ordens de autoridades da saúde mundo afora, no enfrentamento à doença, restringiram o trabalho, a recreação, as viagens e a circulação de pessoas. Apesar disso, em 16 de abril de 2020, a Uber retirou essas orientações básicas da prevenção dos seus canais de comunicação (KOLODNY, 2020).

A Câmara Municipal de São Paulo, através do seu blog, publicou pesquisa elaborada pelo Datafolha afirmando que o transporte por aplicativos está entre os meios mais seguros na pandemia. Os dados revelaram que 38% dos brasileiros que não têm veículo próprio acreditam que a bicicleta é o meio mais seguro para se locomover durante a pandemia, seguida por aplicativos de viagem, com 35%, e táxi, 9%. Já o transporte público coletivo atingiu apenas 4% de preferência na opinião dos entrevistados. A pesquisa apontou que, na região metropolitana de São Paulo, 56% dos entrevistados acreditam que o transporte por aplicativo é mais seguro durante o período da pandemia. A bicicleta é a segunda opção com 21% e o transporte coletivo, 8% (BOEHM, 2020).

Em julho de 2020, a BBC News entrevistou motoristas de aplicativos. O objetivo da pesquisa foi entender a migração de motoristas que carregavam pessoas e, com a chegada da pandemia, passaram a exercer outras atividades, como atividades de entrega.

Nas entrevistas, foi relatado pelos motoristas que, desde o início da crise de saúde, caíram a oferta e o faturamento das corridas tradicionais. Os motoristas migraram para outras demandas de entrega, tais como: animais, compras em supermercado e encomendas. Alguns companheiros de trabalho migraram para aplicativos que fazem entregas com moto. Um entrevistado relata que o valor mínimo para uma viagem de Uber acontecer, em 2020, girava em torno de R\$ 6,00; em contrapartida, no transporte de animais, o seu valor mínimo é de R\$ 17,00 (SOUZA, 2020).

A plataforma PetDriver afirma que possui mais de 700 motoristas cadastrados — a maior parte são mulheres — que atendem 30 mil pessoas cadastradas nas regiões metropolitanas do Rio e de São Paulo. Durante a pandemia, eles dizem ter registrado um aumento de 35% das corridas para levar pets para tomar banho e tosar. Se pudesse escolher, Júnior disse que trabalharia apenas com o aplicativo de pets. "A chance de encontrar o dono de um cachorro bêbado é zero. É a mesma possibilidade de o dono de um pet

vomitando no seu carro. Também não existe dono de pet que vai querer falar de política e te roubar no fim da viagem. Ou cinco pessoas querendo entrar no carro. São coisas que você vai eliminando. Quero ficar livre disso" (SOUZA, 2020).

Figura 5 — Motorista de Uber transportando pet



Fonte: Souza (2020).

Para os brasileiros, o critério mais importante para escolher o meio de transporte é a grau de aglomeração (29%), segurança que o transporte oferece (20%), e, empatados com 14%, a acessibilidade do transporte e o risco de contaminação. Na capital paulista, 30% leva em conta o grau de aglomeração como critério principal, risco de contaminação (16%), segurança do transporte (16%) e, 13%, acessibilidade dos serviços como fator de decisão (BOEHM, 2020).

No quesito preferência pelos aplicativos, 61% dos brasileiros entrevistados acreditam que a categoria de transporte por aplicativo vai crescer, 10% acreditam que ficará igual e 29% que o serviço vai diminuir. Na capital paulista, 66% acreditam que o hábito de usar o transporte por aplicativo irá aumentar (BOEHM, 2020).

Em resposta às necessidades e migrações de serviços durante a pandemia, a Uber lançou uma nova modalidade no Brasil. Este, que recebeu o nome de *Uber Flash*, possibilita solicitar viagens para entregas de objetos e artigos pessoais. O serviço é disponibilizado pelo aplicativo de carona, inicialmente em funcionamento em

cinco capitais brasileiras: Salvador, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizonte. De acordo com a Uber, o serviço oferece uma alternativa de entregas sem contato ou deslocamento das pessoas e, ao mesmo tempo, gera uma fonte de renda extra para os motoristas cadastrados - que tiveram uma média de 80% de queda nas viagens (UBER FLASH É LANÇADO NO BRASIL..., 2020).

Pesquisa do Datafolha publicada pela Exame aponta que Uber e aplicativos semelhantes atraem grande parcela de desempregados no ano da pandemia. Esta atração é motivada pelo desemprego (53%), e por complemento de renda (31%). O Brasil atingiu número recorde em desemprego — foram 13,8 milhões de desempregados até o fim do mês de agosto de 2020 (SENA, 2020).

4.2 Airbnb no contexto da Pandemia

A crise da Covid-19 causou mudanças nos planos do Airbnb. Brian Chesky, fundador e CEO da empresa, relatou que estamos vivendo coletivamente a crise mais angustiante de nossas vidas e, quando ela começou a se desdobrar, as viagens globais pararam. A previsão é de que a receita da empresa seja reduzida para menos da metade em 2020 em relação a 2019. No mesmo depoimento, Chesky anunciou que encerraria o contrato de 1.900 entre os 7.500 funcionários — cerca de 25% dos colaboradores da empresa. O Airbnb apresentou outras iniciativas para apoiar o grupo: vai oferecer treinamentos profissionais, apoio para encontrar novos empregos e a permanência definitiva dos computadores que os ex-funcionários utilizavam na rotina do escritório da empresa (A MESSAGE FROM CO-FOUNDER..., 2020).

Durante a crise, as estadias de longo prazo aumentaram e deram mais sustentabilidade ao faturamento do Airbnb. Em decorrência do distanciamento social, os usuários recorreram à plataforma para encontrar locais mais afastados dos centros urbanos. Profissionais da área da saúde recorreram à empresa para se isolarem das suas famílias e não contaminá-los. Em março, o Airbnb anunciou um programa que disponibiliza 100 mil estadias em 160 países, sem cobrança de taxas e serviços de reservas. Antes da pandemia, as reservas de 30 dias ou mais representavam em torno de 15% dos negócios do Airbnb; pós-pandemia, representa quase metade das suas reservas (SANTANA, 2020).

A Covid-19 tornou-se um problema para a empresa que deveria ser a principal candidata de 2020 para oferta pública na bolsa de valores. Em maio de 2020, a empresa garantiu pelo menos US\$ 2 bilhões em dívidas para sobreviver à pandemia.

Funcionários e ex-funcionários estão pressionando a empresa a no mercado financeiro, uma vez que alguns esperaram até uma década para lucrar com as ações e participações que possuem do Airbnb. Chesky disse que todos os funcionários demitidos, mesmo aqueles que trabalham há menos de um ano e que normalmente não se qualificam para ações adquiridas, receberiam participação nos lucros (SCHLEIFER, 2020).

Em 2020, a maneira de viajar mudou bastante. O comportamento e as restrições contribuíram para que viagens locais se tornassem mais populares. Os aspectos de higiene e limpeza se tornam fatores importantes na decisão dos usuários. Estádias mais distantes dos grandes centros, longe de aglomerações, ganham força na plataforma do Airbnb. O estudo a distância e os trabalhos em *home office* permitem estar seguro em outros lugares que não a nossa casa (AIRBNB, 2020).

Em pesquisa elaborada pela empresa ClearPath Strategies em parceria com Airbnb, 83% dos entrevistados são a favor de se acomodar em outros locais além de suas casas para executar trabalhos remotos. Para exercer as atividades de trabalho, uma parcela de 20% se mudou para outro local durante a pandemia, enquanto 60% dos pais são a favor de viajar com seus filhos se os estudos presenciais continuarem interrompidos (AIRBNB, 2020).

Com a possibilidade do trabalho/estudo remoto, aumentou o número de reservas em locais rurais, cidades menores e mais acesso a ambientes abertos e naturais. 20% das pessoas que se mudaram, declararam ter ido para as zonas rurais (AIRBNB, 2020).

Figura 6 — Casas de campo como alternativa de isolamento social



Fonte: Airbnb News (2020).

Este período de incertezas fez com que o Airbnb desistisse de projetos que envolviam mobilização urbana e transporte voltados para o aluguel de curta duração. A plataforma reformulou seus algoritmos para oferecer a seus clientes casas em um raio mais próximo de onde vivem. A procura por aluguel de residências mais afastadas dos grandes centros e longe das aglomerações cresceu e contribuiu para que a empresa entregasse documentos para SEC, comissão de valores imobiliários Americana, para fazer abertura de capital na bolsa de valores. Em meados de setembro de 2020, a empresa apresentou melhoras e expectativas de crescimento. Neste mesmo período, recontratou alguns dos funcionários que haviam sido dispensados durante a crise. Só no Brasil, as demissões chegaram a 40% do quadro geral de colaboradores. Estima-se que o prejuízo da empresa no segundo trimestre de 2020 chegou a 400 milhões de dólares, mas que poderá ser até convertido em lucro nos semestres seguintes, de acordo com investidores (GOULART, 2020).

4.3 Ifood no contexto da Pandemia

Para o setor de *food service* no Brasil, que engloba Uber Eats, iFood, Rappi, entre outras, a pandemia do Coronavírus trouxe adaptações na distribuição de refeições prontas. Em pesquisa publicada pelo UOL Economia, constatou que os gastos com os principais aplicativos focados na entrega de comida (Rappi, iFood e Uber Eats) cresceram 103% no primeiro semestre de 2020. Em março, início da quarentena no Brasil, os serviços de delivery tiveram uma queda de 16,98% em comparação a fevereiro. Em abril, o crescimento representou 60,67% em relação a março, e, em maio, 39,58% em comparação com abril. Em junho, o crescimento de 4,32% em relação a maio (NASCIMENTO, 2020). O iFood, em resposta à pandemia, lançou algumas ações: um fundo de R\$ 50 milhões para auxiliar os restaurantes parceiros durante a crise; os clientes que comprarem via aplicação do iFood podem retirar pedidos nos restaurantes sem pagar nenhuma taxa à companhia, e os restaurantes também ficam isentos de repasse de transações para a plataforma; para restaurantes menores, o iFood disponibilizou o adiantamento de recebíveis no cartão de crédito com isenção de taxas; criou um fundo de R\$ 2 milhões para auxiliar entregadores que se contaminarem com o vírus e para permanecerem em casa aqueles que pertençam ao grupo de risco.

A Justiça do Trabalho de São Paulo entendeu que esse valor pode ficar abaixo do mínimo para auxiliar os entregadores. Em 5 de abril de 2020, determinou que o iFood forneça uma assistência financeira mínima de R\$1.045 àqueles que forem infectados, estejam com suspeita de contaminação ou em grupo de risco. A liminar também inclui a entrega de álcool gel 70% para os entregadores (GOMES, 2020). O Tribunal Regional do Trabalho da 2ª região – TRT-2 — decidiu conceder liminar para suspender os efeitos da decisão proferida em ação civil pública que obriga o iFood a garantir assistência financeira para entregadores que precisarem se afastar do trabalho. Considerou-se que os colaboradores do iFood podem ou não fazer uso da ferramenta, de acordo com seus interesses. Ao analisar o caso, foi apontado que os entregadores não estão definidos pelo artigo 2º da CLT e que são usuários da plataforma digital, podendo inscrever-se livremente naquela. A desembargadora do caso também relatou que não se pode ficar amarrado a modelos tradicionais e considerar as relações trabalhistas de atividades compartilhadas (SANTOS, 2020). Apesar desta decisão, a empresa declara no seu site institucional que disponibilizou

um fundo de ajuda para os motoentregadores que ficaram afastados durante a pandemia até dezembro de 2020 (IFOOD, 2020d).

Em julho de 2020, por mais de uma vez, os entregadores promoveram paralisações nacionais no setor. Durante a pausa, os trabalhadores solicitaram melhores condições e alegavam que a vida deles valia mais do que os lucros das empresas detentoras dos aplicativos. O movimento, batizado de “breque dos apps”, pede um reajuste no valor recebido por entrega, seguro contra acidentes durante a jornada de trabalho e fim dos bloqueios injustificados pelos aplicativos, que impedem que eles consigam aceitar novas entregas. Os entregadores, no mesmo movimento, solicitaram ser reconhecidos como funcionários e não como empreendedores, forma que as empresas de aplicativos e o iFood os reconhecem .

O moto entregador Diógenes Silva de Souza, de 43 anos, trabalha há um ano com aplicativos de entrega. “No começo, era uma renda extra. Agora é a única renda, por causa da pandemia de coronavírus”. Desde que a crise sanitária se agravou, ele reclama da redução dos valores pagos pelas companhias e dos altos custos que têm com combustível, alimentação e manutenção das motocicletas. “Tem muito boy na rua, e eles [os apps] estão baixando as taxas porque sempre tem alguém para aceitar uma taxa ruim. Os aplicativos usam a nossa necessidade do momento para nos explorar” (NOGUEIRA; BENITES, 2020).

Figura 7 — Motoristas de aplicativos voltam às ruas em segunda paralisação contra aplicativos de entregas para pedir mais direitos no trabalho



Fonte: Nogueira e Benites (2020).

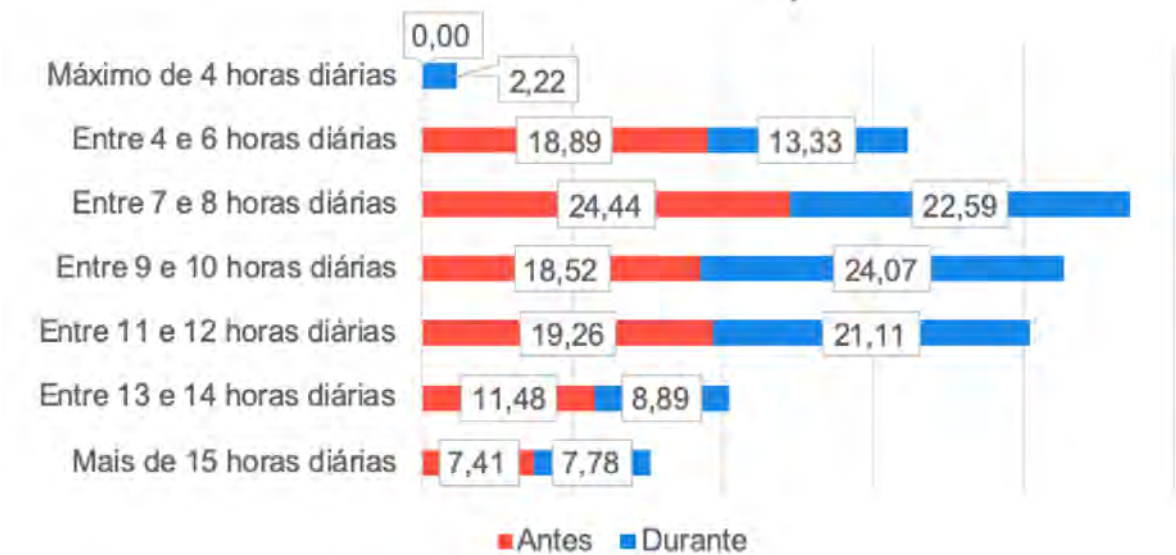
Em pesquisa intitulada "*Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a covid-19*", elaborada em 2020 por Ludmila Abílio e outros autores, foram entrevistados 298 trabalhadores em 29 cidades do Brasil. A pesquisa foi motivada por diversos fatores de reconfiguração das condições de trabalho em plataformas digitais, tais como queda no número de corridas, queda de remuneração e o risco associado à profissão frente à pandemia do Coronavírus.

Entre os respondentes, 94,6% se apresentaram como sendo do sexo masculino. No quesito distribuição por idade, 18,1% dos entrevistados tinham até 24 anos; 47% entre 25 e 34 anos; 31,2% entre 35 e 44 anos; e 3,7% mais de 44 anos.

Na pesquisa, os trabalhadores relataram dados interessantes sobre a jornada de trabalho antes e durante a pandemia. Antes da crise sanitária, 38,2% trabalhavam até oito horas por dia; 54,1% entre nove e quatorze horas; 7,8% trabalhavam mais de quinze horas diárias. Após a chegada da pandemia da Covid-19, 43,3% trabalham até oito horas por dia e 56,7% mais de nove horas diárias. A distribuição daqueles que trabalham mais de 9 horas foi de 18,5% nas faixas entre nove e dez horas diárias;

19,3% nas faixas entre onze e doze horas; 11,48% entre 13 e 14 horas; e 7,4% trabalham 15 horas ou mais, diariamente.

Gráfico 4 — Trabalhadores / Faixa Hora de Trabalho antes e Durante a Pandemia

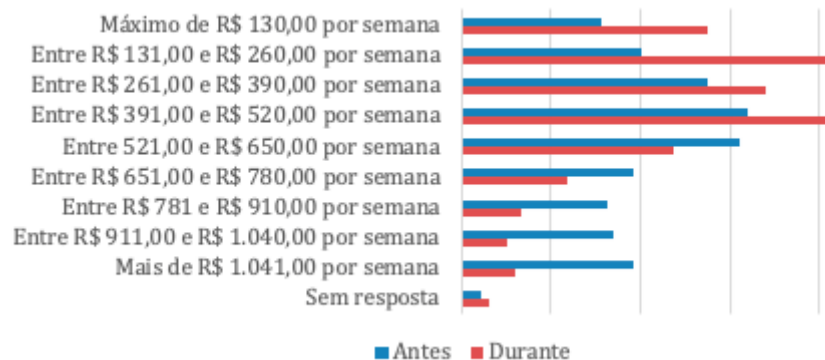


Fonte: Abilio *et al.* (2020).

Comparando a distribuição de tempo de trabalho na figura acima, mais de 57% dos entregadores afirmam trabalhar acima de nove horas diárias. Este percentual, durante a pandemia, atingiu 62%.

Entre os 298 entrevistados da pesquisa, 58,9% relatou ter queda remuneratória durante o período do Coronavírus, quando comparado com o momento antes da crise de saúde; 29,1% relatou que a remuneração não teve alteração; e 10% afirmaram que houve aumento. A parcela de 1,5% dos entrevistados não responderam à questão.

Gráfico 5 — Trabalhadores / Faixa de Renda Antes e Durante a Pandemia



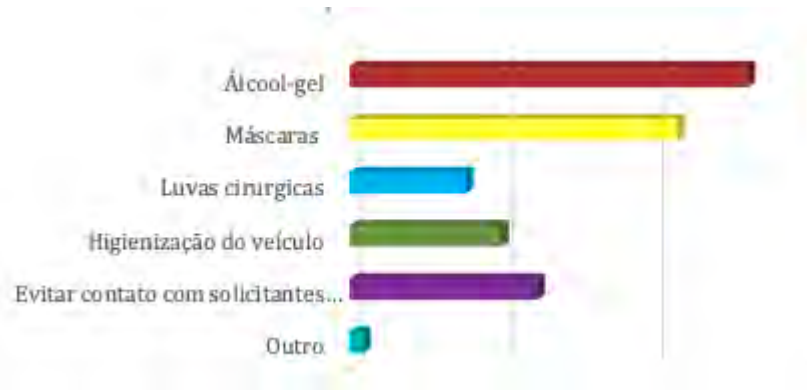
Fonte: Abilio *et al.* (2020).

A pesquisa apontou uma queda significativa na remuneração. No universo dos pesquisados, antes da pandemia, 47,4% declararam ter rendimento semanal de R\$520,00 (corresponde aproximadamente a R\$ 2.080 mensais). Dentre eles, 17,8% declaram remuneração equivalente a R\$260,00 por semana (cerca de R\$ 1.040 mensais). Durante a pandemia, a parcela de entregadores com remuneração inferior a R\$260,00 semanais praticamente dobrou, passando a compor 34,4% dos entregadores. Verificou-se, também, um aumento significativo de entregadores na faixa de rentabilidade de até R\$ 520,00 semanais e uma significativa redução para as faixas com remuneração acima de R\$ 520,00 semanais durante a pandemia. Portanto, o gráfico deixa evidente que antes da pandemia havia uma concentração maior de entregadores nas faixas de maiores rendas semanais.

Alguns fatores podem ser aventados como justificadores dessa situação, hipóteses estas extraídas das inúmeras falas dos trabalhadores em grupos de WhatsApp e Facebook, acompanhados pelo grupo de pesquisadores. A percepção dos entregadores é que o aumento da jornada está relacionado à contratação de grande número de novos entregadores durante a pandemia, o que gerou uma oferta maior de entregadores disponíveis, provocando, como consequência, a redução das chamadas para entregas. Para manter a remuneração, os entregadores passaram a trabalhar mais horas. Associado a isso, houve redução de períodos com tarifas dinâmicas e redução de oferta de prêmios (ABILIO *et al.*, 2020, p. 11).

Frente à pandemia, a pesquisa questionou os entregadores sobre as medidas de proteção adotadas para diminuição dos riscos de contágio, dentre eles, 57,7% afirmaram não ter recebido apoio nenhum e 42,3% receberam instruções e insumos para proteção. A grande totalidade dos entrevistados, o equivalente a 96%, afirmaram tomar medidas de proteção por conta própria, mesmo que isso tenha um custo. Como mostra a figura abaixo, extraída da pesquisa, o método mais utilizado pelos trabalhadores para evitar a disseminação do vírus, mesmo que por conta própria, foi a utilização de álcool-gel, máscaras, e evitar contato com os clientes.

Gráfico 6 — Medidas adotadas sozinhas ou em conjunto com outras

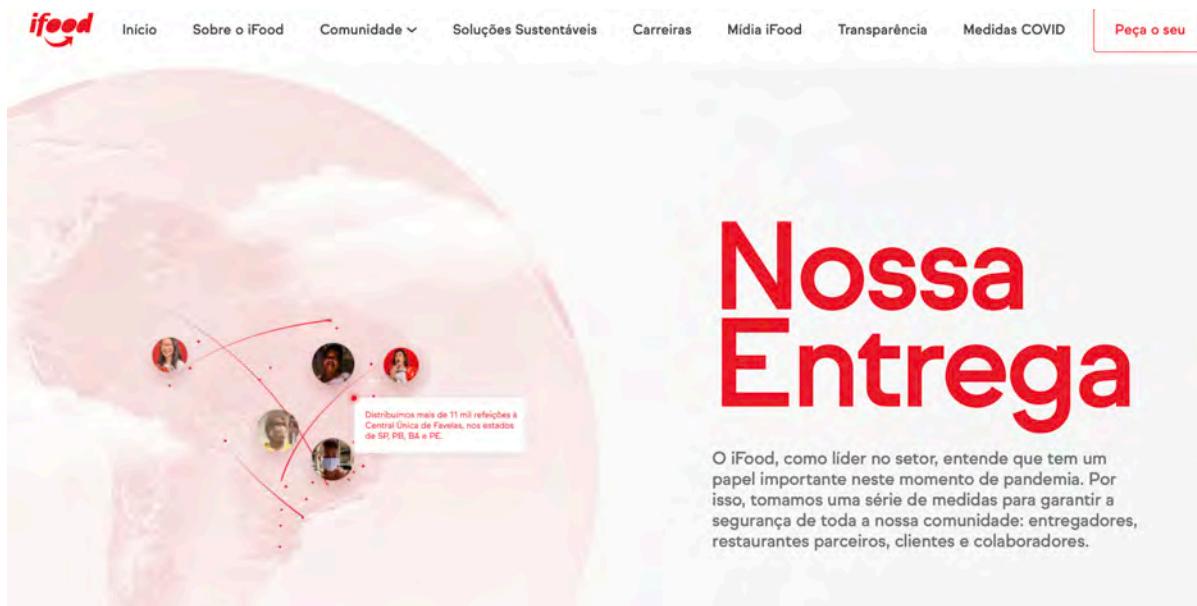


Fonte: Abilio *et al.* (2020).

A pesquisa conclui que os entregadores trabalham longas jornadas, o que indica ser essa atividade sua principal fonte de renda. Este trabalho também está associado à queda da remuneração. Frente à prevenção, fica evidente que os trabalhadores se cuidam e tomam iniciativas próprias, enquanto as medidas adotadas pelas empresas são apenas informativas. Os trabalhadores se arriscam no desempenho de um serviço essencial para a população brasileira, ao contribuírem para a manutenção do isolamento social durante a pandemia.

Por outro lado, o iFood, na sua página institucional, apresenta algumas iniciativas que foram adotadas para prevenir a contaminação pela Covid-19. A página intitulada "Nossa Entrega" apresenta as medidas adotadas para entregadores, restaurantes, colaboradores e sociedade (IFOOD, 2020a).

Figura 8 — Página institucional iFood



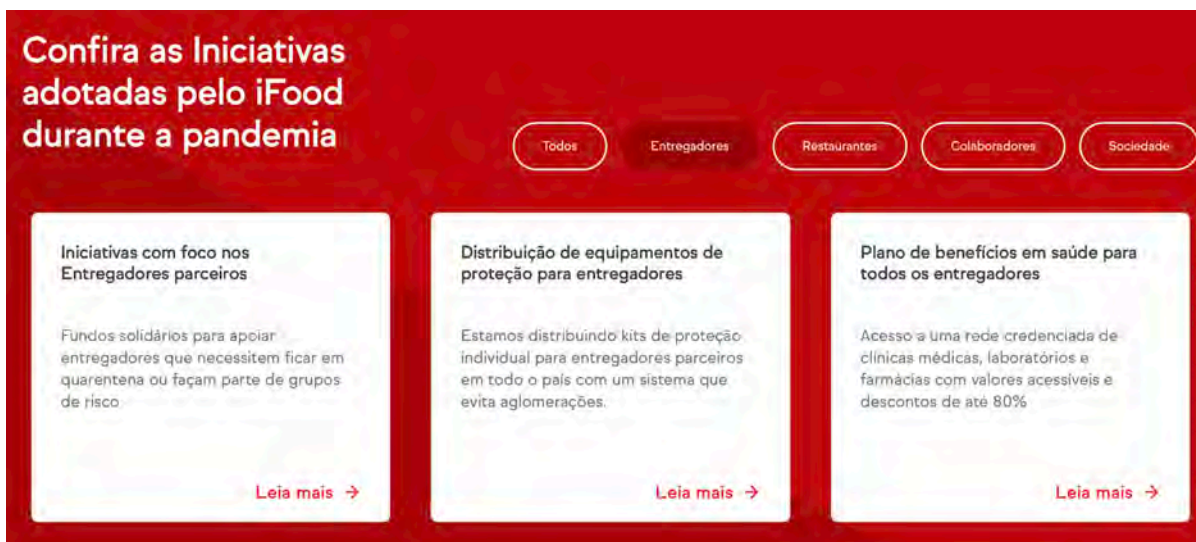
Fonte: Ifood (2020b).

A plataforma relata através do site que foram distribuídos kits de proteção individual para os entregadores, compostos de 500 ml de álcool em gel e quatro máscaras reutilizáveis. Os entregadores receberam, via aplicativo, os pontos específicos nas cidades onde atuam para a retirada dos kits (IFOOD, 2020b).

A empresa divulgou na página que os motoentregadores possuem um plano de benefícios em serviços de saúde, acesso a uma rede credenciada de clínicas médicas, laboratórios e farmácias com descontos de até 80%. Os benefícios serão válidos também para um dependente de escolha do entregador, sem a necessidade de vínculo familiar (IFOOD, 2020c).

O iFood relatou no mesmo site institucional que criou um fundo de 2 milhões de reais para ajudar entregadores sintomáticos ou diagnosticados com Coronavírus, parceiros que estão no grupo de risco ou aqueles que tenham mais de 65 anos de idade. A empresa desativa temporariamente o aplicativo do colaborador que necessite ficar em quarentena por 28 dias. O valor do fundo é baseado nos rendimentos alcançados durante os últimos 30 dias trabalhados. O plano foi estendido até dezembro de 2020 (IFOOD, 2020d).

Figura 9 — Página institucional iFood - Medidas de prevenção



Fonte: Ifood (2020a).

Apesar das iniciativas do iFood, a pesquisa revela a ausência de garantias e direitos para os motoentregadores que trabalham longas jornadas. Pouco tem sido feito para protegê-los no período da pandemia. As atividades exercidas na plataforma são a principal fonte de renda dos trabalhadores, que, por sua vez, sofrem com a baixa das entregas e o aumento de cadastrados na plataforma. É necessário um olhar de contraposição, movimentos e manifestações para pressionar o Estado em busca de regulação.

4.4 Análise Uber, Ifood e Airbnb x COVID-19

Vemos, nos três casos apresentados, que os colaboradores não se encaixam mais no perfil de pessoas que querem contribuir para um consumo mais consciente ou partilhar algo que já faça parte de sua rotina. Em outra direção, a Economia Compartilhada se tornou a principal fonte de renda e força de trabalho de uma classe de colaboradores.

No Airbnb, o anfitrião, que vive com a renda obtida pelo aluguel de um ou mais imóveis, para o setor do turismo, se viu desocupado (no mesmo sentido de um desempregado), e, de uma hora para outra, sua renda se reduziu a zero, forçando-se a colocar seu "produto" a preços bem mais baixos que aqueles praticados pelo mercado — ainda assim, sem garantia de "fechar" algum negócio. Os motoristas do Uber ou de outros aplicativos de compartilhamento de veículos já não atuam mais como uma simples "carona". Por vezes, o carro nem lhe pertence; é alugado. Ao

adentrar a pandemia, e com a ordem de *lockdown*, há uma baixa drástica na procura, a despeito da alta demanda de motoristas — agravada pelos desempregados de empregos formais que buscam na empresa de economia compartilhada um fácil acesso ao trabalho. O momento crítico provocado pela Covid-19 evidenciou as falhas desse modelo. Como esses parceiros, sem corridas ou com número muito reduzido daquelas, terão condições de sustentar o aluguel do veículo? Igualmente, a primeira empresa mencionada. Nesse caso, a economia compartilhada também se apresenta como a principal fonte de sustento do trabalhador e não como mero adicional ou renda. Não se trata mais de fazer um "extra" e sim do sustento diário. O Uber já teve sua recuperação de demanda na pandemia, e foi avaliado por usuários até como um dos meios mais seguros para se locomover em oposição ao transporte coletivo. Mas essa mudança de panorama ocorrida durante a pandemia não foi repassada para os motoristas, nem com aumento de remuneração, nem com melhorias das condições de trabalho.

No caso dos entregadores do iFood e outras plataformas de *delivery*, notamos que o modelo de Economia Compartilhada se baseia apenas na relação da entrega do produto, uma vez que o restaurante possui (ou deveria possuir) todos os requisitos exigidos por lei para a abertura regular de uma empresa. O motofretista não se vincula formalmente a essa empresa; permanece conectado apenas à plataforma e atua numa espécie de ponte entre o restaurante e o cliente. Essa característica muito se assemelha a uma terceirização. Todavia, além dos problemas que esta forma de organização estrutural apresenta, podemos citar, por exemplo: os baixos salários e a mão de obra desqualificada; aqueles entregadores que não possuem qualquer tipo de documentação legal e ainda enfrentam dificuldades na organização de classes, se sem poder de "troca" em relação ao enfrentamento à plataforma e a forma como ela manipula o serviço prestado. Suas necessidades não são ouvidas, e por mais que anseiem por direitos e garantias, precisam seguir trabalhando para manter a renda mensal, derivada exclusivamente dessa atuação. Como esse estudo revelou, este setor que cresceu em demanda, durante a pandemia, não se mostra favorável ao entregador, caracterizando que essa parte da relação tem sempre a perder, independente do crescimento ou queda da empresa. Nesses três estudos de caso, fica evidente que o termo "compartilhado" não se aplica aos lucros ou demais benefícios.

O estudo de caso dessas três empresas de economia compartilhada aponta para o crescimento do modelo econômico e sua capacidade de transformação em meio a crises como a pandemia. Apesar do crescimento das plataformas, nota-se a vulnerabilidade da classe trabalhadora que se coloca como parceira ou colaboradora dessas e outras empresas inseridas neste novo contexto econômico.

Os casos revelaram o aumento dos índices de desemprego, bem como a redução da renda. Também demonstraram a ausência de garantias dos trabalhadores que enfrentam um sistema informacional e sem vínculos trabalhistas, o que dificulta o exercício de manifestação e lutas em favor da classe, uma vez que não há uma figura contra quem se manifestar e, sim, um inteiro modelo econômico carente de regulação por parte de uma legislação mais abrangente. Os dados indicaram que a vulnerabilidade dos trabalhadores é agravada em situações de crises, como na pandemia, e que as empresas têm feito pouco no quesito segurança do trabalho durante os meses de enfrentamento da Covid-19.

5. CONCLUSÃO

O sistema capitalista está em constante busca de harmonia entre produção e consumo. Nesse modelo, a função do trabalho é de impulsionar o consumo, e, por isso, as indústrias renovam ciclos produtivos, apurando formas cada vez mais competitivas que possam lhes garantir firmeza no mercado. Entretanto, esse ritmo nem sempre é equilibrado, gerando ciclos de crise. Contorná-las leva à reorganização do processo produtivo e das formas de trabalho. Em meio a esses contornos, constatamos o advento de um novo modelo econômico, oriundo da visão neoliberal, cuja regulação do Estado sobre os meios de produção ou formas de trabalho é cada vez menor.

Reconhecemos que o modelo da Economia Compartilhada parte rumo a novas estruturas e sistemas de valor, inicialmente fomentado por um consumo mais consciente, e, posteriormente, voltado para a comunidade e na força das conexões cooperativas abertas e descentralizadas. Atestamos que um dos pilares que sustenta essa economia é o uso das plataformas digitais e a geração de dados de tecnologia da informação, o que leva à expansão da sua atuação de modo globalizado através da internet.

Esse estudo sobre economias compartilhadas tomou novo rumo ao se deparar com o Coronavírus, o que nos instigou a analisar as relações criadas entre as plataformas de economia compartilhada e a crise econômica emergente da pandemia. No estudo em andamento — anterior à pandemia — já se reconhecia a recessão econômica brasileira e os sinais de desemprego, precarização do trabalho e informalidade. Constatamos que a era em que fomos atingidos pela pandemia é marcada por uma euforia no universo informacional. Testificamos que a pandemia veio para escancarar o que estava por trás do termo "colaboradores" ao demitir parceiros e reduzir rendas, por meio do uso de algoritmos nada humanizados, que não colocam na balança garantias aos trabalhadores. Evidenciamos que os processos de parceria e colaboração, promessas de sucesso próprio, empreendedorismo e jornadas flexíveis são os atrativos que fragilizam o próprio trabalhador, colocando-o em posição de ausência de garantias e vulnerabilidade.

Vale ressaltar que este trabalho se finda antes do término da pandemia — que ainda tem tempo de duração indeterminado, em meio às incertezas e ao empenho em busca de imunização e controle da doença. Diante disso, nos meses posteriores a

esse trabalho, e com o avanço ou contenção da pandemia (e da mesma forma com a crise econômica), novos dados podem parecer ainda mais conclusivos do aqueles apresentados aqui.

Mediante ao exposto, concluímos que a Economia Compartilhada tem como característica a diversificação de termos e regras e que o sucesso pleno da mesma só poderá ser alcançado numa abordagem mais humana, com real respeito às partes que acordam colaborar entre si, criando uma base de dados mais coletiva e justa. Esse fato não se dará por si só, nem muito menos por meio dos atuais algoritmos. As plataformas não colocam uma linha de diálogo com seus colaboradores, esforçando-se apenas em acalmar ou encobrir as situações de protestos dos trabalhadores. Ainda assim, e mediante ao descaso dessas empresas privadas, ressaltamos a necessidade de movimentos de contraposição, manifestação das classes trabalhadoras, mobilização do proletariado e pressão sobre os Estados em busca de regulação.

REFERÊNCIAS

A MESSAGE FROM CO-FOUNDER and CEO Brian Chesky.. **Airbnb Newsroom**, 5 May 2020. Disponível em: <<https://news.airbnb.com/a-message-from-co-founder-and-ceo-brian-chesky/>> Acesso em: 10 mai. 2020.

ABILIO, Ludmila C. e Col. Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a COVID-19. **Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano**, Campinas, v. 3, p. 1-21, 2020.

ABILIO, Ludmila C. **O make up do trabalho: uma empresa e um milhão de revendedoras de cosméticos**. 2011. 307 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) — Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2011. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280166>>. Acesso em: 15 out. 2020.

AIRBNB STATISTICS, a curated resource for journalists & consumers on the latest data and insights behind airbnb's rapid growth. **iProperty Management**, 5 Feb. 2018. Disponível em: <<https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics>> Acesso em: 10 mai. 2020.

ANTUNES, Ricardo (Org.). **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0 (Mundo do trabalho)**. São Paulo: Boitempo, 2020.

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do trabalho. 15 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

BOEHM, Camila. Aplicativos de viagem também são vistos como meios seguros de condução. **Site da Câmara Municipal de São Paulo**, 30 out. 2020. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.leg.br/coronavirus/blog/brasileiro-sem-carro-acha-mais-seguro-usar-bicicleta-durante-pandemia/>> Acesso em 20 jan. 2021.

BRASIL. Decreto nº 10.422, de 13 de julho de 2020. Prorroga os prazos para celebrar os acordos de redução proporcional de jornada e de salário e de suspensão temporária do contrato de trabalho e para efetuar o pagamento dos benefícios emergenciais de que trata a Lei nº 14.020, de 6 de julho de 2020. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 14 jul. 2020. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2019-2022/decreto/d10422.htm> Acesso em: 16 dez. 2020.

BRASIL. Lei n. 14.020, de 6 de julho de 2020. Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda; dispõe sobre medidas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus, de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020; altera as Leis nos 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.101, de 19 de dezembro de 2000, 12.546, de 14 de dezembro de 2011, 10.865, de 30 de abril de 2004, e 8.177, de 1º de março de 1991; e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 7 jul. 2020. Disponível em:

<<http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.020-de-6-de-julho-de-2020-265386938>>
Acesso em: 16 dez. 2020.

BURROWES, P. C. Uma campanha memorável. **Comunicação mídia e consumo**, São Paulo, a. 11, v. 11, n. 32, p. 194, set./dez. 2014.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede — A era da informação**: economia, sociedade e cultura. 19. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

CONVID — PESQUISA DE COMPORTAMENTOS — Resultados do Estado de São Paulo. Fundação Oswaldo Cruz, Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Estadual de Campinas, 2020. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/2020-06/Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Resultados%20ConVid%20S%C3%A3o%20Paulo_final_9_06.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2020.

COSTA, Simone da Silva. Pandemia e desemprego no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 54, n. 4, jul./ago. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122020000400969&script=sci_arttext>. Acesso em: 17 dez. 2020.

CUSMANO, Michael A. How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy. **Communications of the ACM**, v. 58, n. 1, p. 32-34, jan. 2015. Disponível em: <<https://cacm.acm.org/magazines/2015/1/181613-how-traditional-firms-must-compete-in-the-sharing-economy/fulltext>>. Acesso em: 8 mar. 2020.

DI FELICE, M.; LEMOS R. **A Vida em Rede**. 1ª ed. Campinas: Papiros 7 Mares, 2014. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52856552>> Acesso em: 14 dez. 2020.

DISTRIBUIÇÃO DE ÁLCOOL EM GEL para entregadores. **Ifood**, 2020. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/nossa-entrega/distribuicao-alcool>> Acesso em: 7 fev. 2020.

DOXSEY J. R.; RIZ, J. **Metodologia da pesquisa científica**. Vila Velha: ESAB – Escola Superior Aberta do Brasil, 2007.

ENTREGADORES DE APLICATIVOS FAZEM NOVA GREVE neste sábado em SP. **Jovem Pan**, 25 jul. 2020. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/entregadores-de-aplicativos-greve-sabado-sp.html>> Acesso em: 22 nov. 2020.

ENTREGADORES DE APLICATIVOS FAZEM NOVA GREVE neste sábado em SP. **Jovem Pan**, 2020. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/programas/jornal-da-manha/entregadores-de-aplicativos-greve-sabado-sp.html>>. Acesso em: 16 ago. 2020.

FREITAS, T. Como o iFood se tornou uma máquina de atender pedidos – foram 21,5 mi em setembro. **Startase**, São Paulo, 29 out. 2019. Disponível em:

<<https://www.startse.com/noticia/startups/ifood-historia-startup-delivery>> Acesso em: 16 mai. 2020.

FRENKEN, K.; SCHOR, J. Putting the sharing economy into perspective. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 23, p. 3, jun. 2017.

FUNDOS DE R\$ 2 MILHÕES para entregadores. **Ifood**, 2020. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/nossa-entrega/fundo-entregadores>> Acesso em: 4 fev. 2020.

GALLAGHER, L. **A história da Airbnb**. São Paulo: Buzz Editora, 2018.

GANZERT, C. G.; TERRA, L. A. A.; MARTINELLI, D. P. Um olhar sistêmico sobre a crise norte-americana. **Estudos Avançados**, v. 30, n. 88, set./dez. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/s0103-40142016.30880016>> Acesso em: 22 mai. 2020.

GAVIOLLI, A. Airbnb anuncia IPO para 2020 com valuation de US\$ 31 bilhões. InfoMoney, São Paulo, 20 set. 2019. Disponível em <<https://www.infomoney.com.br/negocios/airbnb-anuncia-ipo-para-2020-com-valuation-de-us-31-bilhoes/>> Acesso em: 1 fev. 2020.

GOMES, E. S. iFood recebe investimento recorde de R\$ 1,9 bilhão. **Tilt UOL**, São Paulo, 13 nov. 2018b. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2018/11/13/ifood-recebe-investimento-recorde-de-r-19-bilhao.htm?cmpid=copiaecola>> Acesso em: 9 abr. 2020.

GOMES, H. S. Dona do iFood adia sonho de ser grande e foca na saúde do mercado, diz CEO. **Tilt UOL**, São Paulo, 8 abr. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/04/08/entrevista-movile.htm>> Acesso em: 9 abr. 2020.

GOULART, J. Airbnb na pandemia: da hora mais escura aos planos de IPO nos EUA. **Veja**, São Paulo, 13 out. 2020. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/economia/airbnb-na-pandemia-da-hora-mais-escura-aos-planos-de-ipo-nos-eua/>> Acesso em: 24 jan. 2021.

HARVEY, D. **O novo imperialismo**. São Paulo: Loyola, 2004.

HOW AIRBNB AND TRAVELERS are Redefining Travel in 2021. **Airbnb Newsroom**, 15 Oct. 2020. Disponível em: <<https://news.airbnb.com/2021-travel-trends/>> Acesso em: 16 dez. 2020.

IFOOD TEM CRESCIMENTO DE 116% no número de pedidos. **Mercado & Consumo**, 17 dez. 2019. Disponível em: <<https://www.mercadoeconsumo.com.br/2019/12/17/ifood-tem-crescimento-de-116-no-numero-de-pedidos/>> Acesso em: 8 mai. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA — IBGE. Indicadores IBGE - Contas Nacionais Trimestrais, Indicadores de Volume e Valores Correntes jul./set. 2020.. Disponível em:

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas_Nacionais/Contas_Nacionais_Trimestrais/Fasciculo_Indicadores_IBGE/pib-vol-val_202003caderno.pdf> Acesso em: 19 dez. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **O que é desemprego**, 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>>. Acesso em: 13 dez. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Trabalho — Desocupação, renda, afastamentos, trabalho remoto e outros efeitos da pandemia no trabalho**, 2020. Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/trabalho.php>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

JACKSON, B. at the origins of neo-liberalism: the free economy and the strong state, 1930 –1947. **The Historical Journal**, v. 53, n. 1, p. 129–151. Cambridge: Cambridge University Press, 29 Jan. 2010. Disponível em <<https://doi.org/10.1017/S0018246X09990392>> Acesso em: 15 mai. 2020.

JUNIOR, F.; RITA, L. Impactos da covid-19 na economia: limites, desafios e políticas. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 13, n. 2, Edição Especial, p. 459-476, abr. 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/36183>> Acesso em: 15 dez. 2020.

KOLODNY, L. Uber shares shoot up after CEO says ride volume is increasing again after April bottom. **CNBC Tech**, 7 May 2020. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2020/05/07/uber-uber-earnings-q1-2020.html>> Acesso em: 22 mai. 2020.

LE MOS, R. **Futuros possíveis**: mídia, cultura, sociedade e direitos. Porto Alegre: Meridional, 2012.

LODICE, G. Conheça o bilionário mercado de entregas de comida. **Forbes**, São Paulo, 30 jun. 2019. Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2019/06/conheca-o-bilionario-mercado-de-entregas-de-comida/>> Acesso em: 16 mai. 2020

MARTINO, L.M.S. **Teoria da Mídias Digitais**: Linguagens, ambientes e redes. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2018.

MARTINS, Gabriel. Busca por aplicativos de entrega aumenta 60% diante de pandemia de Coronavírus. **Extra**, Rio de Janeiro, 18 mar. 2020. Disponível em: <<https://extra.globo.com/economia/busca-por-aplicativos-de-entrega-aumenta-60-diante-de-pandemia-de-coronavirus-24313228.html>>. Acesso em: 13 nov. 2020.

MASON, P. Pós-Capitalismo: um guia para o nosso futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

MARZOCHI, R. A fome do iFood. Istoé Dinheiro, São Paulo, 22 mar. 2016. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20160322/fome-ifood/354099>> Acesso em: 18 nov. 2019.

MOROZOV, E. **Big Tech – A ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu, 2018.

NASCIMENTO, T. Gastos com aplicativos de entrega de comida crescem 103% no 1º semestre. **UOL ECONOMIA**, São Paulo, 16 jul. 2020. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/07/16/mobilis-gastos-com-aplicativos-de-delivery-crescem-103-de-janeiro-a-junho.htm>> Acesso em: 14 fev. 2021.

NOGUEIRA, Pedro Ribeiro; BENITES, Afonso. “Nossa vida vale mais do que levar um prato de comida para as pessoas”. **El País Brasil**, São Paulo, 25 jul. 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-25/nossa-vida-vale-mais-do-que-levar-um-prato-de-comida-para-as-pessoas.html>> Acesso em: 13 jan. 2021.

NOSSA ENTREGA. **iFood**, 2020. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/nossa-entrega>> Acesso em: 11 fev. 2020.

O'BRIEN, S. Uber perdeu US\$ 6,8 bilhões no ano passado, e isso é uma boa notícia. **CNN Brasil**, São Paulo, 11 fev. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/02/11/uber-perdeu-us-6-8-bilhoes-no-ano-passado-e-isso-e-uma-boa-noticia>> Acesso em: 12 fev. 2021

O'BRIEN, S. Why Uber and Lyft drivers are striking. **CNN Business**, 8 May 2019. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2019/05/07/tech/uber-driver-strike-ipo/index.html>> Acesso em: 10 jun. 2019

PACHECO, P. iFood terá R\$ 1,9 bi em investimentos. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 14 nov. 2018. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/11/14/internas_economia,1005531/ifood-tera-r-1-9-bi-em-investimentos.shtml> Acesso em: 2 nov. 2019.

PLANO DE BENEFÍCIOS EM SAÚDE para todos os entregadores. **Ifood**, 2020. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/nossa-entrega/plano-beneficios>> Acesso em: 11 fev. 2020.

PODCAST NEG NEWS: Coronavírus: as tendências que moldarão o futuro pós-pandemia, segundo Iza Dezon. [Locução de]: Daniela Frabasile: [S./]: Época Negócios, 9 jun. 2020. Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/5AiBoFoznCPrvjULWkOXct?si=QqX6fVVpQmmU6f2XulOjKQ&nd=1>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

POZZI, S. Uber estreia na Bolsa com valor de mercado de 82,4 bilhões de dólares. **El País Brasil**, São Paulo, 10 mai. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/09/economia/1557399108_045920.html> Acesso em: 17 abr. 2020.

Q&A ON CORONAVIRUSES (COVID-19). **World Health Organization**, Geneva/Switzerland, 12 Oct. 2020. Disponível em: <<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses>> Acesso em: 24 mai. 2020.

RIBEIRO, Gabriel F. Greve não para apps, mas mostra força de entregadores; nova data é votada. **Tilt UOL**, São Paulo, 1 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/07/01/greve-nao-para-apps-mas-afeta-sistema-e-mostra-forca-de-entregadores.htm?cmpid=copiaecola>> Acesso em: 14 dez. 2020.

SANTANA, P. Airbnb passa a se concentrar em estadias de longo prazo, mas precisa enfrentar desafios além da crise. **Infomoney**, São Paulo, 19 mai. 2020. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/airbnb-passa-a-se-concentrar-em-estadias-de-longo-prazo-mas-precisa-enfrentar-desafios-alem-da-crise/>> Acesso em: 26 mai. 2020.

SANTOS, R. TRT-2 suspende decisão que obrigava iFood a pagar entregadores infectados. **Conjur**, 7 abr. 2020. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2020-abr-07/suspensa-decisao-obrigava-ifood-pagar-entregadores-infectados>> Acesso em: 26 mai. 2020.

SCHLEIFER, T. The layoffs at Airbnb cast a dark shadow over Silicon Valley. **Vox**, 5 May 2020. Disponível em: <<https://www.vox.com/recode/2020/5/5/21248381/airbnb-layoffs-brian-chesky-startups-coronavirus-pandemic-revenue>> Acesso em: 15 mai. 2020.

SENA, V. Pesquisa mostra que aplicativos como Uber atraem legião de desempregados. **Exame**, São Paulo, 11 nov. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/carreira/pesquisa-mostra-que-aplicativos-como-uber-atraem-legiao-de-desempregados/>> Acesso em: 22 dez. 2020.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. 1 ed. São Paulo: Edições SESC-SP, 2019. v. 1, p. e-book.

SLEE, T. **What's yours is mine – Against the sharing economy**. New York: OR Books, 2015.

SOUZA, D. As dimensões da precarização do trabalho em face da pandemia de Covid-19. **Revista Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.54, n.4 jul./ago. 2020 . Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1981-77462021000100501&script=sci_arttext> Acesso em: 18 dez. 2020.

SOUZA, F. Coronavírus: motoristas de aplicativo trocam passageiros por pets, entregas de mercados e refeições. **BBCBrasil**, São Paulo, 9 jun. 2020.

STONE, B. **As Upstarts**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

TOZI, F. As novas tecnologias da informação como suporte à ação territorial das empresas de transporte por aplicativo no Brasil. *In: COLOQUIO INTERNACIONAL DE GEOCRÍTICA LAS CIENCIAS SOCIALES Y LA EDIFICACIÓN DE UNA SOCIEDAD POST-CAPITALISTA*, 15., 2018, Barcelona. **Anais [...]**. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2018. Disponível em: < <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/FabioTozi.pdf>> Acesso em: 8 jun. 2019.

UBER FLASH É LANÇADO NO BRASIL para envio de objetos pessoais. **Info Money**, São Paulo, 13 mai. 2020. Disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1HLQic0YFEHA_4CsIPZpNJQQyeLD8JxBmytHWR6AYx5U/edit#> Acesso em: 14 mai. 2020.

UNEMPLOYMENT RATE. **International Monetary Found**, Washington D.C., 2020. Disponível em: <<https://www.imf.org/external/datamapper/LUR@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD>> Acesso em: 19 dez. 2020.

WELLMAN, B. Physical Place and Cyberplace: the rise of personalized networking. **The International Journal of Urban and Regional**, 28 Jun. 2008. Disponível em <<http://groups.chass.utoronto.ca/netlab/wp-content/uploads/2012/05/Physical-Place-and-Cyber-Place-The-Rise-of-Personalized-Networking.pdf>> Acesso em: 8 jun. 2019.

WOOD, E. **A origem do capitalismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.