

Correio*

Artigo **Ariadne Scalfoni Rigo e
Tatiana Aparecida Ferreira Doin* | 26.06.2018

A frequência das crises econômicas pode indicar o quanto certas medidas são paliativas e, algumas vezes, controversas. O fato é que, independentemente de medidas e governos, a sociedade costuma se organizar para enfrentá-las. A criação de associações, cooperativas, grupos produtivos e redes de colaboração é comum em tempos difíceis. Na crise atual, experiências chamadas de economia compartilhada ou do compartilhamento vêm ganhando notoriedade por influenciar diretamente a vida de milhares de pessoas.

Mediadas por plataformas tecnológicas, organizações como Uber, BlaBlaCar, Carona Direta e Me Leva oferecem oportunidades de produzir, vender e consumir bem diferentes das que estávamos acostumados. Baseadas no contato mais direto entre quem oferece o produto ou serviço e quem o demanda, essas formas organizacionais se mostram como opções de geração de renda e redução de custos transacionais. Ou seja, elas minimizam a importância dos intermediários nas relações de consumo, diminuindo os custos das transações e, conseqüentemente, os preços.

A Uber, fundada em São Francisco, nos EUA, em 2010, já estava presente em mais de 70 países em junho de 2017. No Brasil, os “ubers”, como vêm sendo chamados os motoristas, somam mais de 500 mil motoristas cadastrados, circulam em mais de 100 cidades e atendem cerca de 17 milhões de usuários. Em São Francisco, o uso dos aplicativos de sistemas de transporte como Uber, Lyft e Sidecar implicou na redução da circulação de carros na cidade e minimizou problemas do transporte público por lá.

Mas o que dizer da atuação da Uber no atual cenário brasileiro? Com quase 14 milhões de desempregados, ser “motorista da Uber” se mostrou uma saída para driblar a crise que os governos não resolvem. Alugando, comprando, financiando ou tomando carros emprestados para prestar serviço pela Uber, motoristas acabam intensificando o tráfego nas ruas das grandes cidades.

Apesar de ainda ser considerada uma alternativa de geração de renda no atual cenário, muitos motoristas dizem que “não vale mais a pena dirigir para a Uber. Tem muitos motoristas nas ruas, manter o carro é caro e as taxas que pagamos são altas” (25% em cada viagem).

Então, o que a Uber, de fato, compartilha? Ao que parece, nada além dos dados de usuários que ela admitiu, em novembro de 2017, terem sido acessados por hackers. Motoristas pagam pelos custos das viagens, pela manutenção de seus veículos e pelo uso da plataforma. Passageiros pagam (relativamente mais barato, mas pagam) pelo serviço oferecido em carros particulares.

Em resumo, motoristas e passageiros se encontram por meio da plataforma tecnológica de uma corporação aparentemente “invisível” e que cresce vertiginosamente. Diferentemente das associações e outras alternativas para enfrentar as crises, a Uber não parece ser uma experiência de economia compartilhada.

* *Ariadne Scalfoni Rigo* é professora da Escola de Administração da Ufba e vice-coordenadora do Núcleo de Pós-Graduação e *Tatiana Aparecida Ferreira Doin* é doutoranda em Administração.