

ROTEIRO – COMUNICAÇÃO

CONGRESSO APS - 11 DE JULHO DE 2018

A economia da partilha é um termo que tem sido utilizado para se referir a diversas formas de trocas facilitadas por plataformas digitais envolvendo uma grande diversidade de atividades que visam o lucro e outras com finalidade não-lucrativa, geralmente valendo-se da ideia de dar acesso a recursos não utilizados.

O êxito de empresas como a Airbnb e a Uber demonstram que a economia baseada em plataformas digitais tem reinventado o capitalismo. Ao conjugarem as crises económicas com novas tecnologias, novas formas de organização, novos modelos de exploração e novas formas de trabalho, empresas que visam o lucro sustentam seus negócios a partir da mercantilização de valores sociais que compõem o fundamento das sociedades, como a confiança mútua e a colaboração entre estranhos.

A economia da partilha também tem servido de suporte para a revisão de importantes paradigmas aparentemente estáveis como a ideia de lar, que tem sido gradativamente alterada com a crescimento da Airbnb, ou ainda a questão da posse que tem sido alterada pela ideia de acesso.

Hoje, a economia da partilha é uma entidade. Possui uma linguagem própria e tem sido celebrada como alternativa aos cenários de crise econômica. No entanto, a sua expansão para mercado digital trouxe consigo desafios legais e sociais.

Do ponto de vista legal, a disciplina jurídica tem se preocupado primeiro em regular o seu funcionamento do ponto de vista económico a fim de estabelecer taxações próprias, promover harmonias com segmentos relacionados aos seus serviços, proteger trabalhadores e consumidores e, em alguns casos, controlar a densidade de serviços de

alojamento local em determinadas zonas demográfica a fim de impedir o esvaziamento da habitação urbana.

Em Portugal a lei do Alojamento Local procura dar conta da organização deste segmento, ao permitir a prestação de serviços de alojamento temporário em estabelecimentos que não reunissem os requisitos legalmente exigidos para os empreendimentos turísticos, como os apartamentos, as moradias e os estabelecimentos de hospedagem estabelecendo alguns requisitos mínimos de segurança e higiene.

Ao contrário de cidades como Berlim e Palma de Maiorca em que as leis locais proíbem o arrendamento de apartamentos inteiros, ou ainda Nova York que proíbe o aluguel de imóveis por um período inferior a 30 dias a fim de evitar que o preço do aluguel para habitação subisse, em Portugal a lei não teve esta preocupação.

No caso da Uber a questão foi recentemente resolvida no âmbito da comunidade europeia a partir de uma decisão do Tribunal de Justiça da União Europeia que resolveu definir os seus serviços prestados como uma empresa de transportes (e não uma empresa digital, como defende), sendo assim obrigada a cumprir a legislação em vigor no setor dos transportes.

Apesar de se discutir o papel de empresas como a Airbnb e a Uber no desenvolvimento das economias locais, as opiniões sobre o modo de funcionamento das suas dinâmicas são ambíguas.

Há quem defenda que elas inauguraram uma nova forma de dar acesso a serviços especializados no ramo do turismo e da mobilidade urbana criando novas formas de consumo e novos meios de rendimento a pessoas comuns, melhorando economias locais e até contribuindo para a preservação do ambiente, como por exemplo na redução de emissão de gás carbônico.

Mas há quem defenda que essas empresas apenas aplicaram modelos antigos a tendências atuais, no sentido de se aproveitarem de contextos de crises para terceirizar serviços e assim, preservar a precariedade laboral, bem como promover, como no caso do alojamento local, a concentração de propriedades nas mãos de empresas especializadas no turismo, promovendo a gentrificação de zonas históricas em várias capitais.

No modelo desta Economia da Partilha quem presta um serviço através de uma destas empresas é considerado um/a “trabalhador/a independente”.

Como não são oficialmente funcionários estas pessoas não podem ser, por exemplo, alvo de treinamentos específicos a fim de garantir a qualidade da prestação dos serviços.

Para suprir esta ausência, uma das estratégias que estas empresas têm utilizado a fim de regular o comportamento destes trabalhadores é a supervalorização da *reputação digital* através de um sistema próprio elaborado a partir da ideia de revisão bilateral.

A revisão bilateral é um instrumento criado para:

- 1) gerar ambientes de fiabilidade e confiança entre os pares,
- 2) Promover uma vigilância auto-regulada pelos/as próprios/as participantes
- 3) Estabelecendo um sistema de retroalimentação social que se sustenta pelas interações que se travam durante o processo de consumo do serviço;
- 4) Estabelecer posições hierárquicas de reputação entre os participantes

A tecnologia digital alterou a nossa forma de confiarmos uns nos outros. Por que? Porque hoje conseguimos rastrear pessoas e empresas através da internet e aplicar nossos filtros sociais e, desta forma, presumir que determinado serviço ou que determinada pessoa é minimamente confiável.

Este processo de aquisição de confiança em desconhecidos pode ser chamado de validação de identidades.

Verificar a foto, ler os comentários sobre a pessoa que oferece um serviço, checar as informações do seu perfil, visitar o TripAdvisor, ler críticas, buscar o perfil no facebook são processos quase naturais das dinâmicas da Economia da Partilha no âmbito digital.

A princípio este procedimento é considerado uma prática necessária para um consumo baseado na confiança. Nesse sentido, eu diria que estes procedimentos tem o objetivo de transformar atividades comerciais, ou seja, aquelas práticas que geralmente a gente entende que são de apenas utilitárias, em práticas pessoais a fim de disfarçar o seu real objetivo. Enquanto que na economia tradicional avaliamos o serviço de um empresa, neste

modelo de economia da partilha, avalia-se o desempenho pessoa do prestador de serviço. Esta ilusão de que estamos a participar de uma economia colaborativa, em que nós ajudamos e somos ajudados, favorece em grande medida os mediadores, que não se cansam de mercantilizar estes valores sociais.

A pessoalização destas prática requer uma performance própria das pessoas que participam desta economia da partilha. É aqui que, por exemplo, o motorista ou o anfitrião constrói uma representação de si mesmo a fim de se encaixar naquilo que hoje nós entendemos ser um comportamento minimamente confiável. Do mesmo modo, essa representação deve ser feita pelo passageiro e pelo hospede por que não podemos esquecer que o serviço está a ser prestado entre particulares e só pode ser realizado quando há concordância das duas partes.

Esta situação é muito importante para pensarmos as origens de casos de discriminação de género, de etnia e de nacionalidade que já foram comprovados.

Como a prestação de serviços através destas plataformas se consuma por meio da confirmação de identidades e considerando que estas atividades são oferecidas e consumidas, em muitos casos, por pessoas comuns, é importante deixar claro que elas ainda continuam a ser interpretadas como matéria ambígua já que, no caso da oferta, ela é feita no âmbito da liberdade privada, ou seja, não absorve o carácter público de um serviço, por exemplo, realizado por empresas de transportes ou do ramo hoteleiro.

Embora tais empresas tentem estabelecer mecanismos de controle da subjetivação dos seus participantes, os pontos de fugas que elas permitem são suficientes para facilitar comportamentos de riscos e atitudes discriminatórios.

Gostaria de apresentar alguns casos já estudados que relatam estas situações. Segundo um estudo realizado em 2014 por Edelman e Luca anfitriões/ãs negros/as da Airbnb recebem menos reservas do que anfitriões/ãs brancos/as.

Outro estudo de 2017 realizado por Edelman, Luca e Svirsky, hóspedes com nomes que são considerados de pessoas não.branca, como “Larisha” ou “Rasheed” que procuram alojamento através da Airbnb têm uma taxa de aceitação por um anfitrião de 16% em

relação a hóspedes com a mesma descrição mas que utilizam nomes aparentemente de pessoas brancas como “Brent” ou “Kristen”.

Em relação a Uber, um estudo de 2016 realizado por Yanb Ge em parceria com outros pesquisadores, passageiros com nome de afro-americanos esperaram 35% mais tempo do que o tempo considerado normal de espera. Em Boston, foi observado que a discriminação dos motoristas da Uber através de cancelamentos foi mais frequente com passageiros que usavam nomes que soavam afro-americanos. Em todas as viagens, a taxa de cancelamento para utilizadores com nomes afro-americanos foi mais que duas vezes do que o cancelamento de viagens solicitadas por utilizadores com nomes aparentemente de pessoas brancas. Os passageiros masculinos que solicitaram uma viagem a partir de áreas de baixa densidade foram mais de três vezes propensos a terem sua viagem cancelada quando utilizaram nomes afro-americanos.

Estas situações colocam em questão como a gestão da informação pública de perfis nestas plataformas deve ser orientada de modo a evitar a aplicação de filtros sociais entre os pares para que estes espaços não se transformem em ambientes digitais favoráveis à invasão da privacidade, à discriminações negativas e à promoção de desigualdades sociais. Por outro lado, elas também servem de espelho para revelar uma realidade que pode ser empiricamente testada a fim de colocar em debate as incapacidades jurídicas no âmbito da regulação da liberdade privada e a promoção de valores sociais mais igualitários.

Obrigado.