

Economia do compartilhamento: a relação entre as discussões conceituais e o campo de práticas apresentado pela literatura.

FRANCISCO RODOLFO XAVIER RAMALHO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)

ARIÁDNE SCALFONI RIGO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)

ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: a relação entre as discussões conceituais e o campo de práticas apresentado pela literatura.

1. INTRODUÇÃO

O fenômeno surgido a partir da disponibilização de bens ou serviços de forma compartilhada através de redes físicas ou digitais tem sido chamado de economia do compartilhamento (*sharing economy*) (CANTERA e VAQUERO, 2012; CHASE, 2015; CHRISTENSEN *et al.*, 2015; GANSKY, 2011; RIFKIN, 2014). Grandes organizações têm surgido ao redor do mundo, a partir da emergência do compartilhamento como fenômeno econômico, são os casos do Airbnb, BlaBlaCar, Kickstarter.

O compartilhamento por si mesmo, entretanto, não é um fenômeno novo (BELK, 2017; JOHN, 2013a, 2013b; MORLIGHEM, 2014). Ao contrário, desde a pré-história o homem foi habituado a compartilhar. Mesmo o compartilhamento como parte de um sistema de trocas já podia ser observado em sociedades primitivas. Conforme pode ser visto nas investigações empreendidas por Marcell Mauss acerca da organização social de alguns exemplos destas sociedades, a partilha já era praticada com diversas outras finalidades: gerar vínculos, relações de reciprocidade e de obrigações (MAUSS, 1950).

No entanto, a partir da popularização da chamada economia do compartilhamento, o uso do termo tem ganhado significados que, por vezes, distorcem, simplificam ou não se preocupam com a noção do que seria o compartilhamento (WITTEL, 2011; BELK, 2017). O uso aparentemente contraditório que diversas organizações inseridas no contexto em questão fazem do termo contribui para que a expressão tenha se tornado um conceito “guarda-chuva” o que, por sua vez, acentua a falta de clareza acerca do próprio fenômeno. Assim, com a finalidade de contribuir nas discussões conceituais ainda difusas e confusas nesse campo, o objetivo deste trabalho é analisar a noção de “compartilhamento” na literatura sobre economia compartilhada à luz da antropologia econômica. Na antropologia econômica encontramos um arcabouço teórico que amplia as possibilidades de interpretação da noção de partilha e mesmo de economia compartilhada, pois significa considerar uma multiplicidade de interesses tanto utilitários quanto substantivos que influenciam as condutas humanas e as ações coletivas.

O presente trabalho se constitui em um ensaio teórico e está estruturado da seguinte forma: esta introdução onde foi apresentada a economia do compartilhamento e o objetivo do trabalho; a seguir, o ensaio se desenvolve expondo o compartilhamento a partir da visão da antropologia econômica e como o mesmo tem sido empregado no âmbito do que tem sido chamado de economia compartilhada; e, finalmente, traçamos algumas ponderações e indicamos uma agenda de pesquisa nas considerações finais.

2. A denominada economia do compartilhamento.

O fenômeno aqui estudado tem sido denominado de diferentes formas ao redor do mundo: economia do compartilhamento, economia colaborativa, economia de plataformas, economia de acesso, economia *gig* e economia *on-demand* são os exemplos mais comuns (RIFKIN, 2014; NOVEL 2013; MORLIGHEM, 2014; FOURNIER; ECKHARDT; BARDI, 2014; MOATTI, 2015; OWYANG *et al.*, 2013; MANYIKA *et al.*, 2016; RAMALHO; RIGO; GRANGEIRO, 2017; SCHOR, 2014; CHASE, 2015). Tais denominações parecem ter aumentado em quantidade

conforme o fenômeno foi se expandindo e seus diversos aspectos foram sendo melhor conhecidos. A quantidade de formas diferentes de chamar a um mesmo fenômeno revelam o quão confuso se apresenta o campo da economia do compartilhamento (LAURELL; SANDSTROM, 2017).

Com a finalidade de reduzir tal confusão, esta seção expõe o compartilhamento a partir da visão da antropologia econômica e como o mesmo tem sido empregado no âmbito do que tem sido chamado de economia compartilhada. Para isto, iniciamos a mesma apresentando as diferenças entre o que se entende por economia do compartilhamento e como se apresenta o seu campo de práticas. A seguir, apresentaremos a partilha conforme as contribuições dadas por Mauss às Ciências Sociais. Por último, será discutido a partilha como a mesma se apresenta na economia do compartilhamento.

2.1 A aparente contradição entre o que se entende por economia do compartilhamento e ao que é praticado na mesma.

A economia do compartilhamento emerge no século XXI como uma proposta de mudança no seio do capitalismo, buscando promover a sustentabilidade, a cooperação e a colaboração através do uso da tecnologia (CORNELLA, 2012; RIFKIN, 2014; SCHOR, 2014). Para Rifkin (2014), a era do capitalismo está passando; não rapidamente, mas inevitavelmente. Segundo o mesmo autor, nós já estamos vivendo um momento de economia híbrida, parte capitalista e parte colaborativa (RIFKIN, 2014).

Tal proposta de colaboração surge a partir das ideias de conexão, criatividade e inovação (CANTERA; VAQUERO, 2012; CHRISTENSEN *et al*, 2015; GANSKY, 2011). Através da leitura de autores que pesquisam a economia do compartilhamento (BÉCHAUX, 2014; GANSKY, 2010; MORLIGHEM, 2014; OWYANG *et al*, 2013), torna-se possível apresentar tal fenômeno como o resultado de três revoluções gestadas a partir da década de 1970 até a atualidade: a) revolução tecnológica, representada pela evolução das tecnologias que transformaram o mundo nas últimas décadas; b) revolução ambiental: representada pelas lutas em defesa do meio ambiente e o aumento da consciência ambiental; e c) revolução econômica: representada pelas diversas crises pelas quais têm passado a economia capitalista. A convergência destas três revoluções tornou possível o surgimento da economia do compartilhamento como um fenômeno econômico (RAMALHO; SILVA, 2016). A partir do anteriormente exposto, a economia do compartilhamento se constituiria em uma proposta de mudanças no seio do capitalismo em decorrência de sua orientação em direção à sustentabilidade ambiental e econômica.

Bendel (2014) define a economia do compartilhamento como o empréstimo sistemático de objetos, especialmente os de posse individual. Assim, alinhado à ideia de mudanças anteriormente exposta, a economia do compartilhamento se constituiria em um fenômeno econômico que apresenta uma alternativa à posse e faz crescer o consumo consciente e a proliferação de comunidades colaborativas na web, alimentado pelo desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) (BOTSCHAN, 2013; BOTSCHAN; ROGERS, 2010; DEMSETZ, 2002; HAMARI; SJOKLINT; UKKONEN, 2016; KAPLAN; HAENLEIN, 2010; RICHTER *et al*, 2017; WANG; ZHANG, 2012).

Segundo Rifkin (2016) o novo caráter de compartilhamento já está promovendo mudanças de hábitos de consumo através das gerações mais jovens que dão prioridade a redes distributivas, colaborativas, entre pares; menos materialista, oportunista e competitiva e mais sustentável,

empática e colaborativa. Tais ideais de sustentabilidade, empatia e colaboração parecem ir de encontro aos ideais do mercado, tais como a competição, o oportunismo e o materialismo.

O tom dado nas discussões por parte do referencial teórico seminal da economia do compartilhamento, conforme exposto anteriormente, parece sugerir que a mesma se constitui em um fenômeno capaz de introduzir profundas mudanças no atual modelo de produção e consumo. Entretanto, este tom parece não ser o mesmo quando observados a prática de negócios incluídos neste contexto. Exemplo disto são diversos estudos que utilizam grandes organizações, tais como Uber e Airbnb, como exemplos de iniciativas da economia do compartilhamento. Tais estudos apresentam uma economia do compartilhamento orientada ao mercado, como um modelo de negócios inovadores e não como uma proposta de mudanças no seio do capitalismo, uma vez que sua lógica é intocada (MARTIN, UPHAM, BUDD, 2017; CHANG; WANG, 2018; HONG; LEE, 2017; HUARNG, 2017; RIBEIRO-SORIANO; ZENG, 2018; OLYA; ALTINAY GAZI; ALTINAY AKSAL, 2017; GUTTENTAG; SMITH, 2017; WEBER, 2016; MUNOZ; COHEN, 2017).

O uso do compartilhamento para designar desde um modelo de negócio à proposta de mudança social revela a confusão que permeia as discussões acerca da economia do compartilhamento. Exemplo disto, para John (2013a e 2013b), são os sites da Internet que, hoje, são repletos de referências ao compartilhamento. O termo é usado de maneira cada vez mais abrangente (JOHN, 2013a). Neles, os usuários são convidados a compartilhar fotos, opiniões, vídeos, ideias, experiências. Tais convites, para o mesmo autor tornam o entendimento do termo ainda mais confuso, sem importância e, muitas vezes, contraditório. Isso porque o entendimento de economia compartilhada como uma mudança no modo de compreender e de fazer economia se desintegra quando empresas “gigantes e invisíveis” se enxergam parte do mesmo fenômeno.

Para acentuar essa contradição que envolve a teoria e a prática da noção de “compartilhamento” nessa suposta nova forma de economia, nos apoiaremos nos estudos sobre a Dádiva, o triplo movimento Dar-Receber-Retribuir sem a obrigação de monetizá-lo, conforme a economia da dádiva de Mauss (1950). Nesse sentido, tentamos contribuir com a compreensão das confusões e contradições sobre o sentido de compartilhar que são claras na denominada economia compartilhada.

2.2 A partilha segundo as contribuições de Marcell Mauss.

Mauss em seu “Ensaio Sobre a Dádiva” nos apresenta sua leitura das experiências de importantes etnógrafos em diversas sociedades tribais ao redor do mundo. Nelas, muitas práticas de trocas puderam ser observadas. Para efeito deste trabalho consideramos aquelas em que ocorrem a dádiva e que, para Mauss (1950), são o fundamento do que chamou de Economia da Dádiva.

A dádiva é, segundo o mesmo autor, dar, receber e retribuir em um constante processo de trocas. Ela cria um vínculo bilateral, irrevogável, que abrange diversos significados como, por exemplo, espiritual, mítico, religioso. De acordo com Mauss (1950, p. 166), “a ligação que a dádiva estabelece entre o doador e o donatário é demasiado forte para os dois. O donatário torna-se parte dependente do doador”.

Tal relação de ligação, de acordo com Leite (2009), estimula o que a autora chama de “reciprocidade”, que seria o estabelecimento de relação de reciprocidade entre o donatário e o doador. Esta relação, por conseguinte, produziria o vínculo social, necessário para que a dádiva se

conclua, ou seja, para que os movimentos de dar, receber e retribuir, possam acontecer. Assim, para Leite (2009, p. 49), a dádiva ou o dom, faz parte de um sistema de valores comuns próprios da sociedade arcaica, “um sistema de representações e regras coletivas que vincula os atores a “reciprocitar””. Caillé (1998), de forma semelhante, afirma que a dádiva pode criar, alimentar ou recriar um vínculo social entre as pessoas.

Tal definição de dádiva, permite mostrar que os bens e serviços valem também, e às vezes de maneira preponderante, em função de sua capacidade de criar e reproduzir relações sociais, vínculos sociais (LEITE, 2009, p. 52). O mecanismo da dádiva, segundo Caillé (2002a e 2002 b), é capaz de explicar a existência de um imenso e variado número de experiências sociais e econômicas, baseadas na construção de laços sociais, ao lado (ou dentro) do mercado tradicional de bens e serviços. Sendo assim, numa mesma sociedade pode se utilizar uma pluralidade de modos de circulação de bens e serviços e de trocas (SERVET, 1993).

Na dádiva, os bens e serviços não possuem, portanto, apenas um valor de uso e um valor de troca, mas também um valor de vínculo, sendo este mais importante do que o bem ou serviço trocado em si (LEITE, 2009). Desta forma, o que está em jogo na dádiva não é o valor de uso nem o valor de troca, mas o valor das pessoas (CAILLÉ, 1998). Nela, os objetos intercambiados não têm preço, senão o “da honra e da grandeza daquele que dá, ou, ao contrário, da desonra e da vileza daquele que, tendo aceitado a dádiva, recusa-se a devolvê-la” (LEITE, 2009, p. 52).

Godbout (1999) inclui o vínculo como um terceiro valor daquilo que circula na dádiva, para além dos valores de troca e de uso. Para o autor, o vínculo exprime a intensidade da relação entre o donatário e o doador, chamados de parceiros do dom (GODBOUT, 1999). Segundo Godbout (1999, p.148) “a dádiva conserva o vestígio dos relacionamentos anteriores, para além da transação imediata. Ela tem memória, ao contrário do mercado, que só conserva do passado o preço, memória do vínculo entre as coisas, e não do vínculo entre as pessoas”. Na dádiva tudo está no modo, no gesto, enquanto que no mercado é o resultado que conta (LEITE, 2009).

Segundo Caillé (1998) para além do mercado e do Estado, a dádiva se encontra em uma terceira rede de circulação de bens e serviços, a rede da sociabilidade. Nessa terceira rede os bens e serviços são meios postos ao serviço da criação e da consolidação de vínculos sociais onde, conforme apresentado anteriormente, o que importa em primeiro lugar não é o valor de uso ou o valor de troca, mas o valor de vínculo (CAILLÉ, 1998).

Mauss (1950) afirma que os fenômenos do Estado e do mercado não são universais já que não há evidências da presença dos mesmos nas sociedades tradicionais, mas apenas em sociedades mais complexas como as modernas. Porém, em todas as sociedades já existentes, tradicionais ou modernas, seria possível observar a presença de um sistema de reciprocidade – proveniente da tríplice obrigação de dar, receber e retribuir bens simbólicos e materiais – que ele chamou de dádiva (MAUSS, 1950).

Tal tratamento da dádiva como um sistema é necessário, como sustenta Godbout (1998), pois a mesma não é outra coisa senão o sistema social enquanto tal. A dádiva constitui o sistema de relacionamentos propriamente sociais uma vez que esses são irreduzíveis aos relacionamentos de interesse econômico e de poder (GODBOUT, 1998). Essa noção, a nosso ver, permite uma interpretação de fenômenos contemporâneos sob à luz da teoria da dádiva.

De forma semelhante a Mauss, Godbout (1999) afirma que há uma lei fundamental que organiza todas as sociedades. Essa lei, segundo ele, opera de acordo com a ideia de reciprocidade, sem sentido mercantil, mas como troca generalizada que envolve seres sociais: quando alguém recebe, contrai-se imediatamente uma dívida de relação social com o outro (FLACH; SUSIN, 2006). Assim, a reciprocidade é o elemento mais importante do dom. Pois, se retribuirmos, não é para eliminarmos a dívida, também não é por puro interesse ou por vingança, mas para fortalecer o laço. (FLACH; SUSIN, 2006, p. 196-197).

O dom, nos dias de hoje como nas sociedades antigas, continua sob a forma da tríplice obrigação. Ainda hoje se trocam presentes em relação a tudo e retribui-se. Mauss (1950) afirma que, quando alguém dá, dá a si mesmo, porque sente a obrigação de dar-se aos outros, para o seu bem. Mauss (1950) chama isso de poder do dom, pois a coisa recebida não é inerte e exige retorno. A princípio, toda dádiva é sempre aceita e louvada. Ao aceitarmos, nos comprometemos.

Flach e Susin (2006), exemplificam tal relação de troca. Para os autores, ao receber alguém, estou me fazendo anfitrião, mas também crio, a possibilidade de vir a ser hóspede deste que hoje é meu hóspede. A mesma troca, que me faz anfitrião, faz-me também um hóspede potencial. Dar e receber implicam não só uma troca material – pois, quando recebo alguém, ofereço alguma coisa, dou-lhe alguma coisa – mas uma troca espiritual, uma comunicação entre almas (FLACH; SUSIN, 2006). Ao dar, dou sempre algo de mim mesmo. Ao aceitar, o recebedor aceita algo do doador. Ele deixa, ainda que momentaneamente, de ser um outro; a dádiva aproxima-os, torna-os semelhantes pela troca de dons.

De acordo com Martins (2004), um presente ou hospitalidade, por exemplo, não é retornada necessariamente no mesmo instante da ação, senão corre o risco de ser interpretado como uma equivalência que leva à ruptura da interação, mas podem ser retribuídos em um outro momento, “fazendo circular a roda das práticas sociais das experiências de vida entre os envolvidos” (MARTINS, 2004, p. 10).

Desta forma, para Mauss (1950), a economia da troca-dádiva estava longe de entrar nos quadros da economia supostamente natural do utilitarismo. De acordo com o autor, “todos esses fenômenos tão consideráveis da vida econômica de todos estes povos e as sobrevivências consideráveis destas tradições em sociedades próximas das nossas ou nossos costumes, fogem aos esquemas da economia utilitária” (MAUSS, 1950, p. 183).

Conforme Leite (2009), o mercado introduz os mecanismos que permitem a instauração de relacionamentos despersonalizados entre indivíduos que se tornam – ou se tornariam – agentes neutros. O mercado estabelece – ou estabeleceria – um espaço que constitui um lugar sem vínculos pessoais nos quais as coisas se trocam entre elas graças ao mecanismo de preços. “A dádiva, ou o dom, por sua vez, conserva – ou conservaria – os traços dos relacionamentos anteriores, para além da transação imediata” (LEITE, 2009, p. 42).

Mauss (1950) atribui muitos dos usos cotidianos da nossa sociedade aos princípios antigos expressos nas sociedades tribais. Para o autor, é possível estender observações feitas às sociedades tribais às nossas próprias sociedades. Uma parte considerável da nossa moral e da nossa própria vida permanece sempre nesta mesma atmosfera da dádiva, da obrigação e ao mesmo tempo da liberdade. Para Mauss (1950, p.175):

Felizmente, nem tudo está ainda classificado exclusivamente em termos de compra e venda. As coisas têm ainda um valor de sentimento para além do seu valor venal, supondo a existência de valores que sejam apenas deste gênero. Não temos senão uma moral de mercadores. Restam-nos pessoas e classes que mantêm ainda os costumes de antigamente e quase todos nós nos sujeitamos a eles, pelo menos em certas épocas do ano ou em certas ocasiões (MAUSS, 1950, p.175).

Conforme apresentado anteriormente, a noção de economia compartilhada que a interpreta como uma nova forma de economia surgida a partir de iniciativas sustentáveis, colaborativas e direcionadas por uma lógica que busca alternativas à lógica mercadológica, a nosso ver, entende a noção de compartilhamento de forma pelo menos aproximada às noções do mecanismo da dádiva. No entanto, conforme também apresentado, essa noção se perdeu em meio às práticas tomadas pelos negócios que se dizem “de economia compartilhada”. A confusão e as contradições entre teoria e prática, mesmo que ainda sendo analisadas nesse ensaio apenas nos casos estudados pela literatura, estão vinculadas diretamente à noção de compartilhamento entre quem propõe e enxerga uma nova forma de economia e entre quem (diz) que a pratica. Na subseção seguinte será apresentada como a partilha tem sido praticada na economia do compartilhamento.

2.3 Discussão sobre a partilha na economia do compartilhamento

Compartilhamento’, de acordo com Wittel (2011, p. 4), é usado para diferentes práticas sociais com diferentes funções e diferentes motivações. É a palavra utilizada para uma vastidão de realidades sociais e éticas. Por isso, há o perigo de confundir diferentes usos sociais de compartilhamento que, por sua vez, podem produzir distorções, ilusões e desilusões.

De acordo com Belk (2007, p. 126-127) compartilhar inclui empréstimo voluntário, colocar bens a disposição de outros, uso autorizado de propriedade pública. Não inclui aluguel contratual, arrendamento ou uso não autorizado de propriedade por roubo ou invasão. Podemos compartilhar não apenas lugares e coisas, mas também nossas ideias, valores e tempo.

Como John (2013a, 2013b) demonstra, os sites da internet são permeados por referências ao compartilhamento e o termo é usado de maneira cada vez mais abrangente. *Facebook, YouTube, Flickr, Instagram, Twitter, wikis, Tumblr, Amazon, Yelp* e muitos outros sites nos convidam não apenas a clicar em um botão “*share*” para chamar a atenção para o conteúdo de nossos amigos e outros, mas também para “compartilhe suas fotos”, “compartilhe suas opiniões”, “compartilhe seus vídeos”, “compartilhe suas ideias”, “compartilhe websites interessantes”, “compartilhe a experiência” e “compartilhe o amor” (JOHN, 2013a). Embora esses convites tenham referências específicas, John (2013a) descobre que esses referentes se tornaram cada vez mais confusos, de modo que agora somos convidados a “compartilhar sua vida”, “compartilhar seu mundo”, “compartilhar seus sentimentos”, “compartilhar o seu eu real” ou simplesmente “compartilhar”.

De fato, o compartilhamento se tornou a característica definidora dos sites de redes sociais. Compartilhamento passou a significar participação online. Wittel (2011, p. 4) afirma que “a noção de compartilhamento recebeu recentemente muita atenção ao se falar sobre mídia e culturas de rede”. Para o autor, o compartilhamento pode ser dividido em duas eras: a pré-digital, na qual o mesmo foi concebido para produzir trocas sociais, e a era digital, na qual introduz a ideia de compartilhamento disseminado em larga escala. “O que torna o compartilhamento na era digital tão difícil de entender é exatamente esse desfoque de dois propósitos bastante diferentes” (WITTEL, 2011, p. 8).

Entretanto, de acordo com o exposto por Wittel (2011) anteriormente, tais conotações de compartilhamento, apresentadas, sobretudo, após a popularização do uso do termo na Internet, devem ser encaradas com cautela. Acerca disto, Belk (2017) chama de pseudo-compartilhamento as práticas de negócios que mascaram suas atividades sob o termo compartilhamento. Ainda que beneficiem todos os lados em suas trocas e que sejam organizações sustentáveis, elas não promovem compartilhamento.

Para Belk (2017), organizações como *Zipcar* e *Airbnb* são exemplos do que chama de pseudo-compartilhamento. Tais organizações, para o autor, não estimulam o sentimento de compartilhar mas simplesmente a efetuação de trocas comerciais. Sites de redes sociais, como *Facebook*, *MySpace*, *Flickr*, *Youtube* e *Twitter* também são exemplos citados pelo autor. Estes sites de redes sociais têm por característica fomentar o compartilhamento de informações através dos seus botões “share”. Entretanto, ao compartilhar algo nestas redes sociais você estará produzindo conteúdo para os mesmos, encorajando outros participantes a fazer o mesmo e fornecendo informações que podem ser vendidas para anunciantes e empresas de pesquisa (BELK, 2017).

Para Belk (2007), compartilhar pode ser uma alternativa à propriedade privada enfatizada pelo mercado. Em vez de distinguir o que é meu e o que é seu, compartilhar define algo como nosso (BELK, 2007). Segundo o mesmo autor, podemos compartilhar uma casa de férias, um banco de parque, um saco de bombons ou até mesmo coisas mais abstratas como conhecimento, reponsabilidades ou poder. Entretanto, para Belk (2017), o que se vê de forma muito comum hoje é a efetuação de transações comerciais através da Internet sendo chamadas de compartilhamento (BELK, 2017). Casos em que, de acordo com o autor, o sentimento de propriedade do bem fala mais alto que o do acesso ao mesmo.

De acordo com Belk (2007), na forma econômica de troca de mercadorias, estranhos trocam ou usam o dinheiro como meio de troca, não havendo nenhum sentimento de vínculo entre os indivíduos. Para Belk (2017, p.19) “o dinheiro profana o compartilhamento e o transforma em uma troca de mercadorias”. Além do dinheiro, “egoísmo, expectativa de reciprocidade e falta de senso de comunidade são os principais critérios pelos quais se pode distinguir o que é compartilhamento e o que é pseudo-compartilhamento” (BELK, 2017, p.16). Wittel (2011), por exemplo, ao introduzir a expressão “compartilhamento em larga escala”, afirma que, hoje, na era digital, compartilhar é mais um negócio do que uma troca social. Ou seja, o que pode ser visto é uma clara confusão existente entre o que se configura como partilha e o que se pratica na economia do compartilhamento. Ainda, quando conhecemos a noção de partilha na antropologia econômica associada à teoria da dádiva de Mauss, a contradição é ressaltada, pois as noções antiutilitaristas de reciprocidade e vínculo como fundamentos da partilha desaparecem nas práticas do que vem sendo autodenominado de economia do compartilhamento. Tais práticas permanecem na mesma lógica de troca mercantil baseadas na utilidade dos bens e serviços valorada na forma de preço, ainda que menores.

3. Considerações finais

O presente trabalho objetivou analisar o uso do termo “compartilhamento” à luz do referencial teórico da antropologia econômica e da forma como o mesmo tem sido empregado na economia compartilhada. Inicialmente foi exposto como se apresenta a economia do compartilhamento a partir do entendimento que se tem da mesma de uma economia baseada na colaboração,

cooperação, sustentabilidade e na introdução de profundas mudanças no atual modelo de produção e consumo.

Posteriormente, foi visto que tal proposta não se sustenta a partir do que é retratado quando diz respeito às práticas das iniciativas inseridas neste contexto. Estas, ao se tornarem grandes empresas do setor acabam por se tornar organizações com orientação mercadológica que acabam por deixar os ideais propostos pela economia do compartilhamento, anteriormente citados, apenas no mundo das ideias.

A seguir, recorreu-se à teoria da economia da dádiva de Mauss (1950) com a finalidade de melhor compreender como se dão as trocas em um ambiente no qual o dinheiro ou a orientação para o lucro não são a finalidade da relação estabelecida. Nesse sentido, a reciprocidade, o estabelecimento de vínculo e a relação social estabelecida através do constante movimento de dar, receber e retribuir, transcendem a exclusiva busca por lucro. Tais relações poderiam se aproximar com as da economia do compartilhamento se as práticas das iniciativas inseridas em seu contexto fossem alinhadas ao entendimento inicial da mesma.

No entanto, as significações que o compartilhamento toma na economia compartilhada são variadas e distintas, o que torna o campo de práticas confuso e contraditório. Com a finalidade de tornar mais claro o que poderia se chamar de compartilhamento e o que não poderia propõe-se aqui chamar de economia do compartilhamento somente aquelas organizações que possuam claro alinhamento ao entendimento inicial da mesma. Tal proposta se ancora no fato de o termo “compartilhamento” estar vinculado a formas de trocas que transcendem a simples busca pelo lucro. Expressão que poderia se mostrar mais coerente com a prática das gigantes do setor, a exemplo de Uber e Airbnb, poderia ser economia de plataformas, uma vez que tais organizações se colocam somente como plataformas *online* que fazem intermédio entre os usuários.

Estudos futuros podem ser conduzidos na direção de constatar as proposições feitas no parágrafo anterior através de pesquisas empíricas. Estudos que busquem apresentar as diferenças existentes entre aquelas organizações que, em se alinhando a esta nova forma de conceber economia, poderiam ser inseridas no contexto da economia do compartilhamento, enquanto que organizações que se alinhem à ideia de um modelo de negócio com orientação predominante ao lucro e à visão mercadológica possam ser chamadas de outra forma, a exemplo da economia de plataformas, que não de economia do compartilhamento. Além disso, pesquisas podem focar nos usuários de tais sistemas de compartilhamento para compreender até que ponto elas podem ser consideradas uma nova forma de conceber economia. A nosso ver, o problema do uso do termo não é preciosismo teórico, mas uma tentativa de desassociar experiências com lógicas diferentes – mercadológicas e não mercadológicas, por exemplo – que hoje se encontram na literatura sob o mesmo “guarda-chuva”.

REFERÊNCIAS

BÉCHAUX, S. “Le partage, c’est aussi du business”, **Liassions Sociales Magazine**, No. 156, p. 22-30, 2014.

BELK, R. **Why not share rather than own?** Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611: 126, Sage Publications, 2007.

- BELK, R. Sharing versus pseudo-sharing in Wen 2.0. **The Antropologist**, v. 18, n.1, 7-23, 2017.
- BENDEL, O. Sharing economy. **Wiesbaden**, Germany: Springer Gabler Verlag., 2014.
- BOTSMAN, R. The sharing economy lacks a shared definition. **FastCoexist**. Retirado de: <http://www.fastcoexist.com/3022028/th>, acesso em 2013.
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R.. **What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. HarperCollins, London, UK, 2010.
- CAILLÉ, A. “Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva”. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.13, n.38: 5-38, 1998.
- CAILLÉ, A. **Antropologia do Dom: o terceiro paradigma**. Petrópolis RJ: Vozes, 2002a.
- CAILLÉ, A. Dádiva e Associação. In: MARTINS, P.H. (Org.). **A Dádiva entre os Modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002b. p. 17-31.
- CANTERA, J.; VAQUERO, P. **Networknomics: um nuevo paradigma de creación de valor em la economía de la creatividad, la conectividade y la colaboración**. Seattle: Space Independent Publishing Platform, 2012.
- CHANG, W; WANG, J. Mine is yours? Using sentiment analysis to explore the degree of risk in the sharing economy. **Electronic Commerce Research and Applications**, 28, p. 141-158, 2018.
- CHASE, R. **Economia compartilhada: como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo**. São Paulo: Ed. HSM, 2015.
- CHRISTENSEN, C.; RAYNOR, M.E.; MCDONALD, R. “What is disruptive innovation?”, *Harvard Business Review*, 15, 12, p. 1-11. 2015.
- CORNELLA, A. **La solucion empieza por Co-: hacia la sociedade y la economia de la colaboración**. Barcelona: Infonomia, 2012.
- DEMSETZ, H. Toward a theory of property rights II: The competition between private and collective ownership. **The Journal of Legal Studies**, 31, p.653–672, 2002.
- FLACH, J.L.; SUSIN, L.C. O paradigma do dom. **Revista de Teologia da PUCRS**, v.36, n.151, mar. 2006, p. 179-208.
- FOURNIER, S.; ECKHARDT, G.; BARDI, F. **Learning to play in the new “share economy”**. *Harvard Business Review*. Boston, jul-ago. 2015. Disponível em: https://hbr.org/2013/07/learning-to-play-in-the-new-share-economy&cm_sp=Ar
- GANSKY, L. **Mesh: porque o futuro dos negócios é compartilhar**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- GODBOUT, J. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- GUTTENTAG, D.A.; SMITH, S.L.J. Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: substitution and comparative performance expectations. **International Journal of Hospitality Management**, 64, p.1-10, 2017.
- HAMARI, J; UKKONEN, A; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. **Journal of Assoc. Inf. Sci. Technol**, 67, p.2047–2059, 2016.

- HONG, S; LEE, S. Adaptive governance and decentralization: evidence from regulation of the sharing economy in multi-level governance. **Government Information Quarterly**, 35, 2, p. 299-305, 2017.
- HUARNG, K. Entrepreneurship for long-term care in sharing economy. **International Entrepreneurship Management Journal**, 2017.
- JOHN, N.A. Sharing and web 2.0: the emergence of a keyword. **New Media and Society**, 15(2), 167-182, 2013a.
- JOHN, N.A. The social logics of sharing. **The communication Review**, 16:3, 113-131, 2013b.
- KAPLAN, A.M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, 53(1), p.59–68, 2010.
- LAURELL, C.; SANDSTRÖM, C. The sharing economy in social media : Analyzing tensions between market and non-market logics. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 125, p. 58–65, 2017.
- LEITE, K.C. Apontamentos e perspectivas teóricas derivadas do pensamento de Marcel Mauss e sua relevância para a análise sociológicas das formas alternativas de economia. **Campos**, v.10, n.8, p.41-58, 2009.
- MANYIKA, J.; LUND, S.; BUGHIN, J.; ROBINSON, K.; MISCHKE, J.; MAHAJAN, D. **Independent work: choice, necessity, and the gig economy**. San Francisco: McKinsey Global Institute, 2016.
- MARTIN, C.J; UPHAM, P; KLAPPER, R. Democratising governance in the sharing economy: an analytical framework and initial empirical insights. **Journal of Cleaner Production**, 2017.
- MARTINS, P.H. A dádiva e sua importância teórica para se pensar as relações entre Estado, mercado e comunidade. In: **VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais**, Coimbra, 2004.
- MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 1950.
- MOATTI, S-C. The sharing economy's new middlemen. **Harvard Business Review**, Boston. Disponível em: <https://hbr.org/2015/03/the-sharing-economys-new-middlemen>
- MORLIGHEM, A. **Économie collaborative: le nouvel art des co**. 1ed. Paris: Décisions durables, 2014.
- MUÑOZ, P.; COHEN, B. Mapping out the sharing economy: a configurational approach to sharing business modeling. **Technological Forecasting and Social Change**, 2017.
- NOVEL, S.S. **Économie du partage: enjeux et opportunités pour la transition écologique**. Paris: IDDRI Sciences po, 2013.
- OLYA, H.G.T.; GAZI, Z.A.; AKSAL, F.A.; ALTINAY, M. Behavioral intentions of disabled tourists for the use of peer-to-peer accommodations: an application of fsQCA. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 2017.
- OWYANG, J.; TRAN, C.; SILVA, C. The collaborative economy: products, services and market relationships have changed as sharing startups impact business models. San mateo: Altimeter, 2013.

- RAMALHO, F.R.X.; RIGO, A.S.; GRANGEIRO, R.R. Gig economy e on-demand economy: flexibilização das relações de trabalho na economia do compartilhamento. In: Anais do **EnANPAD** 2017, 2017.
- RAMALHO, F.R.X.; SILVA JR, J.T. A emergência do compartilhamento: o futuro da sociedade é colaborativo? **Revista NAU Social**, Salvador, v.7, n.12, 31-36, 2016.
- RIBEIRO-SORIANO, D. ZENG, J. Some issues in recent entrepreneurship approaches: joining previous and current theories. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 14, 1, p. 1-4, 2018.
- RICHTER, C.; KRAUS, S.; BREM, A.; DURST, A.; GISELBRECHT, C. Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy. **Creativity and Innovation Management**, 26, p. 300-310, 2017.
- RIFKIN, J. **The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism**. New York: Palgrave Macmillan, 2014.
- _____. **Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2016.
- SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative: Toward a transformative vision and praxis, 2014.
- SERVET, J-M. L'institution monétaire de la société selon Karl Polanyi. **Revue économique**, v. 44, n. 6, p. 1127-1150, 1993.
- WANG, C.; ZHANG, P. The evolution of social commerce: The people, management, technology, and information dimensions. **Communications of the Association for Information Systems**, 31(1), p.105–127, 2012.
- WEBER, T.A. Product pricing in a peer-to-peer economy. **Journal of Management Information Systems**, 2016.
- WITTEL, A. Qualities of sharing and their transformation in the digital age. **International Review of Information Ethics**, 15: 3-8, 2011.