

ECONOMIA COLABORATIVA: O FIM DO ATUAL MODELO DE CONSUMO?

Michel Batista Siqueira - michelbsiq@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Departamento de Engenharia Mecânica
Florianópolis - SC

Oscar Ferrari Neto – oscarferrarin@gmail.com
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Departamento de Engenharia Mecânica
Florianópolis - SC

Resumo: *Muito se comenta sobre as falhas do capitalismo, a insustentabilidade do desenvolvimento humano e a obsolescência do consumismo. Esgotamento dos recursos ambientais, mudanças climáticas, guerras por mercados, individualização do ser humano. Tudo isso vem como consequência do modelo consumista que vem sendo implantado na nossa sociedade há muitas décadas. Nesse contexto, a economia colaborativa surge como uma maneira de mitigar e até mesmo extinguir problemas que a sociedade de consumo enfrenta atualmente. Esse modo de pensamento defende o compartilhamento dos bens entre os consumidores (seja pago ou não), evitando assim produção desnecessária. Será que esse modelo poderia ser uma solução para os problemas que a sociedade enfrenta atualmente? Este artigo visa à contextualização do leitor frente ao atual modelo consumista, assim como apresentar o conceito de economia colaborativa e exemplificar negócios baseados nele que vêm se mostrando altamente eficientes.*

Palavras chave: *economia colaborativa, consumismo, capitalismo, consumo colaborativo, sustentabilidade.*

1. INTRODUÇÃO

Precisamos aceitar que o capitalismo nos moldes modernos não deu certo. No modelo econômico atual, o indivíduo precisa consumir a todo instante. A nossa cultura nos ensina que quanto mais uma pessoa consome mais importante ela é para a sociedade. Acontece que além de ser doutrinados a consumir freneticamente, não nos ensinaram a compartilhar. Não nos damos conta de que podemos trocar nossos objetos/serviços por outros itens, aprendemos que cada indivíduo deve comprar o que precisa. O problema disso é que se todos comprarem e não reutilizarem, iremos gerar uma quantidade absurda de produtos desnecessários, que com o passar do tempo irão se tornar obsoletos e virar uma grande quantidade de lixo.

A economia compartilhada (também conhecida como economia colaborativa ou consumo colaborativo) tem como objetivo mudar as bases do nosso sistema de consumo. Ao invés de comprar e descartar, o produto seria reutilizado e/ou revendido quantas vezes fosse possível antes do seu tempo de vida acabar. Muitas ideias vêm surgindo utilizando o conceito de economia colaborativa, com certeza o mundo não vai aguentar por muito tempo a exploração e poluição que vem sofrendo devido ao nosso modelo econômico.

2. ATUAL MODELO ECONÔMICO E SEUS PRINCIPAIS PROBLEMAS

O mundo atingiu um patamar tão tecnologicamente avançado que a produção de alimento seria suficiente para abastecer os atuais 7,3 bilhões de seres do planeta [1], mas ainda assim a subnutrição é uma das principais causas de morte de crianças no mundo. O planeta está tendo seus recursos naturais explorados freneticamente, a desigualdade social é tanta que 1% da população mais abastada concentra riqueza mundial equivalente aos outros 99% [2] e em décadas teremos mais peso em lixo do que humanos no mundo. Tais fatos são poucos entre tantos de nossa realidade, tal que problemas preocupantes como esses estão tornando-se corriqueiros.

Estes assuntos vêm sendo discutidos por décadas e nada efetivo está sendo feito. Existe uma concorrência absurda por crescimento, muitas vezes atingido de maneira insustentável. Empresas são impulsionadas a crescer e crescer, produzir mais, desmatar mais, povoar mais, ganhar mais. Pessoas são ensinadas desde crianças a fazer escolhas previamente escolhidas por outros.

Por exemplo, muitos em um provável momento na vida desejaram, imaginaram ou até mesmo andaram em uma Ferrari. De maneira geral, o atual modelo de consumo é coercitivo e impõe aos indivíduos que isso é a realização de um sonho, que a felicidade será obrigatoriamente alcançada através da posse desse objeto. Ao perguntar para muitos qual carro de luxo comprariam, a resposta esperada seria Ferrari. Acontece que provavelmente a maioria nunca andou em uma Ferrari, então por que esperar que a resposta padrão seja o carro da marca italiana? Será que ele é necessário para a satisfação pessoal? Vivemos em uma sociedade voltada ao consumo e impregnada por essa satisfação em adquirir bens de consumo. Fazendo uma alusão à pirâmide de Maslow, é curioso perceber como coisas que no passado eram consideradas como auto realização, no topo da pirâmide, vão migrando para a base, tornando-se quase como necessidades do indivíduo.

A necessidade de comprar é intrínseca aos indivíduos atualmente, o nosso modelo econômico só sobrevive se consumirmos e descartarmos. Não existe mais o conceito de apego a objetos. Os produtos que nos cercam já são projetados com uma data de validade. Graças a esse modelo as coisas não sofrem apenas o desgaste natural, mas também a depreciação proposital, para que nada mais seja feito com durabilidade significativa pois isso é necessário para que esse modelo seja sustentado [3]. Isso se chama obsolescência programada, conceito muito antigo que foi introduzido como um dos pilares do nosso modelo econômico atual. Precisamos produzir, pois produzindo conseguiremos gerar empregos, sendo assim geramos pessoas capazes de comprar e gerar lucro. Este é o nosso modelo econômico atual, gastamos o tempo de nossas vidas com atividades que irão nos gerar capacidade de suprir necessidades desnecessárias. Com a obsolescência programada, a demanda por matéria prima e a quantidade de lixo produzido é imensa. Isso não apenas acaba com os recursos naturais do planeta, mas também gera uma quantidade de lixo que ajuda ainda mais a contribuir para a poluição do meio ambiente. Segundo Gusmão (2010), caso os países do BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) incorporassem o modelo consumista norte-americano, precisaríamos de mais três planetas iguais ao nosso para consumirmos [4]. Sendo assim, um dos maiores problemas para o modelo atual econômico é que a iminente extinção dos recursos naturais do mundo e sem os recursos naturais a vida será muito mais difícil para toda a população.

Desde o advento da industrialização, a sociedade vem constantemente se modificando. A revolução industrial proporcionou à humanidade a capacidade de produzir bens de consumo de maneira mais intensa. Produtos que antes eram restritos a pequena parte do povo passaram a serem feitos em larga escala, fazendo assim com que a população em geral obtivesse acesso cada vez mais a novos artigos. Aliado ao desenvolvimento tecnológico, isso proporcionou um crescimento vertiginoso em termos de produção.

No entanto, é perceptível a falta de reflexão da sociedade moderna em relação a esse grande poder de fabricação. Artigos começaram a ser feitos para durarem menos e sua rotatividade ser maior. Consumidores adquirem coisas desnecessárias simplesmente porque podem, sem ao menos pensar nas consequências socioambientais que essa decisão acarreta. Esse anseio contínuo por consumir afeta nossa sociedade e a maneira com que vivemos. Lebow (1955) publicou um artigo que criticava esse comportamento voltado ao consumo e assustadoramente percebe-se que após tanto tempo essa realidade tornou-se ainda mais acentuada nos dias de hoje [5]:

“Nossa economia altamente produtiva exige que façamos do consumo nosso modo de vida, que tornemos a compra e uso de bens em rituais, que busquemos nossa satisfação espiritual, nossas satisfações do ego, no consumo. O próprio sentido e significado de nossas vidas hoje são expressos em termos de consumo. Quanto maior forem as pressões sobre o indivíduo para que ele se enquadre em normas sociais aceitas, mais ele tende a expressar suas aspirações e sua individualidade em termos do que ele veste, dirige, come - sua casa, seu carro, seu padrão de comida, seus hobbies. Precisamos de coisas consumidas, desgastadas, substituídas e descartadas num ritmo cada vez maior.”

Adicionalmente, Retondar (2007) defende que a tendência é que o consumismo se transformará em um dos principais valores culturais da modernidade, o que pressupõe mais do que um aumento de demanda por mercadorias, uma nova forma de interação do homem com os objetos e a natureza, uma nova experiência do tempo e do espaço através do consumo de mercadorias, ou seja, uma maneira distinta de orientação da conduta do homem com o mundo [6]. Portanto, mudanças são necessárias, é preciso parar e planejar alguma forma de garantir um crescimento sustentável que não seja refém desse consumismo.

3. ECONOMIA COLABORATIVA

Ao contrário do modelo econômico atual, a proposta do modelo de economia compartilhada não tem como fundamento o consumismo. Muito pelo contrário, a ideia é consumir o mínimo possível. Este modelo é essencialmente revolucionário, teremos que mudar toda a nossa noção de consumo. Estamos entrando em uma nova era, onde os mercados estão cedendo espaço às redes e a noção de propriedade está sendo substituída pelo acesso. A tradicional troca de bens entre vendedores e compradores dá lugar ao acesso a curto prazo entre servidores e clientes, ou seja, essa é a era onde o acesso se sobrepõe à posse [7].

A economia colaborativa tem como objetivo descentralizar o caráter individualista do ser humano e colocar a sociedade como prioridade. Podemos afirmar que atualmente possuímos uma economia de posse, ou seja, tudo o que o consumidor precisa ele tem que adquirir. Compartilhar ainda é uma ação pouco difundida entre a sociedade. Resumidamente os produtos não serão descartados e/ou esquecidos após serem utilizados, a ideia é que o consumidor compartilhe seus produtos e especialidades com outras pessoas.

A economia compartilhada como objetivo diminuir o consumo, reutilizar, redistribuir e reciclar. Todos estes fatores citados correspondem para a diminuição da exploração dos recursos naturais do nosso planeta, além disso, a quantidade de lixo gerada tende a diminuir significativamente, já que os produtos terão uma vida maior de uso. Segundo Botsman (2011), a economia compartilhada contempla três possíveis tipos de sistemas [8]:

1 – Mercados de redistribuição: Ocorre quando um item usado passa de um local onde ele não é mais necessário para onde ele é. Baseia-se no princípio “reduza, re-use, recicle, repare e redistribua”.

2 – *Lifestyles* colaborativos: Baseia-se no compartilhamento de recursos, tais como dinheiro, habilidades e tempo.

3 – Sistemas de produtos e serviços: Ocorre quando o consumidor paga pelo benefício do produto e não pelo produto em si. Tem como base o princípio de que aquilo que precisamos não é uma furadeira, mas um furo na parede.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias, a noção de posse perde sentido perante a possibilidade de acesso. Em um ambiente em constante

mudança, onde informações e produtos se tornam obsoletos cada vez mais rápido, a antiga ideia de possuir algo já não se torna tão vantajosa. Ter acesso ao que se deseja apenas durante o tempo que for necessário é uma atitude mais dinâmica do que estabelecer compromissos e arcar com as responsabilidades a longo prazo que a posse acarreta. Possuir muitas coisas é considerado fora de moda ou sem propósito nessa economia efêmera, em ritmo acelerado do novo século [7]. Este tipo de consumo baseado no compartilhamento agrega valor à experiência em detrimento apenas do ter. A economia compartilhada possibilita que as pessoas possuam os mesmos estilos de vida, sem precisar adquirir mais.

As perspectivas para o futuro da economia compartilhada são muito promissoras. Esse conceito é relativamente novo mas vem adquirindo crescente importância globalmente. Uma pesquisa [9] ao final de 2014 constatou que 44% dos consumidores dos Estados Unidos conheciam a economia colaborativa, enquanto 19% da população total do país já havia efetuado uma transação relacionada a essa nova tendência.

A PwC [10] analisou o mercado global de dez setores: empréstimo “entre pares”, *online staffing*, acomodação “entre pares”, compartilhamento de carro, transmissão de vídeo e música (estes cinco primeiros setores pertencentes à economia colaborativa), aluguel de equipamentos, hostel, aluguel de livros, aluguel de carros e aluguel de DVDs (estes cinco últimos pertencentes à forma tradicional de aluguel). Foi constatado que em 2013 os cinco setores colaborativos representavam aproximadamente 5% da receita mundial total dos dez setores avaliados. Para 2025, a expectativa é que esses nichos representem 50% do total, mostrando a grande ascensão desse mercado nos próximos anos.

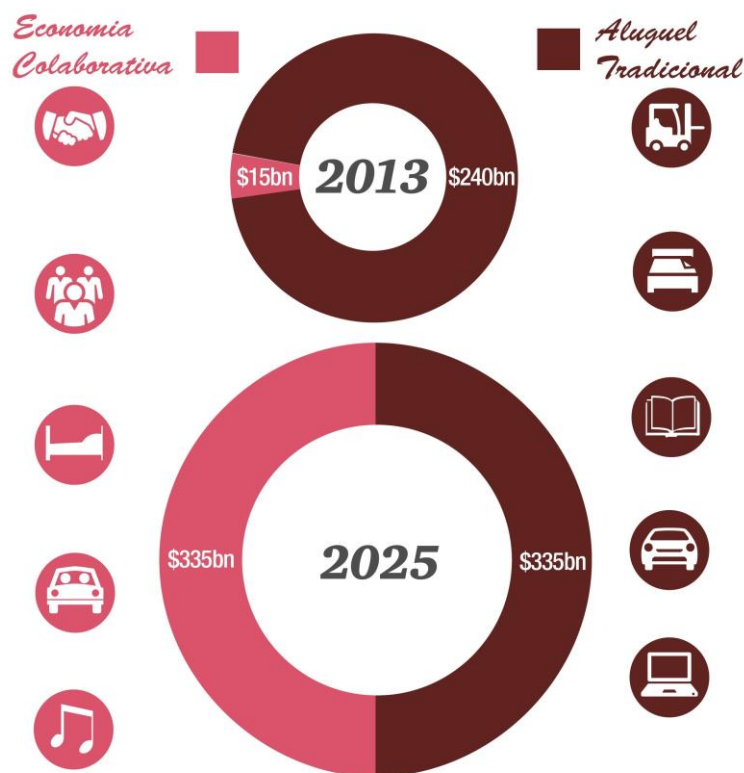


Figura 1 - Receita global dos segmentos relacionados à Economia Colaborativa e ao Aluguel Tradicional em 2013 e 2025 (expectativa), em bilhões de dólares

No entanto, existem também ameaças a esse novo modelo econômico. Confiança é a base de toda economia colaborativa, caso ela não seja atingida o desenvolvimento desse mercado está seriamente comprometido. Além disso, barreiras econômicas (tais como restrições judiciais e dificuldades de entrar no mercado com competidores bem estabelecidos) podem complicar a execução desse tipo de empresa em escala global. Essas dificuldades se devem ao fato de que os grandes beneficiados pela economia de posse não devem aceitar passivamente o novo modelo, pois para o novo modelo ser instalado aos poucos os donos do capital precisariam abrir mão do mesmo. Outro fator que também é um grande obstáculo para a economia colaborativa é a própria natureza do ser humano. A competição pela sobrevivência é o que faz com que pessoas gastem seu tempo de vida para obter bens que são supérfluos.

4. EXEMPLOS

UBER

A empresa iniciou em 2009 através de Garrett Camp e Travis Kalanick com um objetivo primário de ser um serviço análogo a um táxi de alto padrão. O aplicativo foi lançado em 2010 para as plataformas de smartphones, recebendo quase 50 milhões de dólares de investimentos. Atualmente para trabalhar para a UBER, o motorista precisa apenas ter carteira de habilitação e um carro que se encaixe nos padrões requisitados. O UBER é um modelo de economia compartilhada onde o dono do carro aluga seus serviços de motorista por um preço previamente combinado entre ele e o passageiro. A grande vantagem no UBER está no preço, enquanto que os taxis precisam que os seus preços sejam elevados para pagar as taxas pela licença dos seus veículos, os motoristas de UBER não precisam se preocupar em pagar nenhuma taxa a mais do que a que pagariam normalmente por ser proprietários de um automóvel. Sendo assim é muito mais em conta contratar os serviços da UBER do que os do táxi convencional. Além do preço, alguns outros fatores que fazem com que o UBER esteja muito à frente do táxi convencional são a qualidade do serviço, pagamento com cartão de crédito, utilização apenas de um dispositivo eletrônico para contratar o serviço. Em 2015 o UBER recebeu uma nova rodada de investimentos, nos quais a Microsoft fez parte. O valor de mercado atual deste negócio é avaliado em \$ 51 bilhões de dólares.

Airbnb

O Airbnb permite aos indivíduos alugar sua residência inteira ou apenas uma parte dela para outras pessoas. Desde sua criação em 2008 até novembro de 2012, mais de 10 milhões de reservas foram feitas através da plataforma. Atualmente o Airbnb conta com mais de 500 mil anúncios em mais de 35 mil cidades, presentes em 192 países. Este modelo de negócio é uma opção formidável para quem não quer gastar muito em uma viagem, ou ficar preso à hotéis e seus pacotes. Além disso o proprietário muitas vezes possui um cômodo vazio onde pode receber hóspedes, tornando assim um espaço inutilizado em uma fonte de renda, além de conectar as pessoas é claro.

Couchsurfing

O Projeto CouchSurfing (CS) é um serviço de hospitalidade com base na Internet. Em 2012 atingiu a marca de 1 milhão de membros em mais 180 países e territórios. A partir de vários indicadores estima-se que muitos membros usavam o site de uma forma muito ativa, com 47% a oferecerem os seus sofás a viajantes (enquanto outros 23% dizia "talvez" e outros encontravam-se viajando). Este é um exemplo de economia compartilhada em que o retorno pode ser a utilização da hospedagem de outro participante. Nem todos os projetos de economia colaborativa envolvem a utilização de dinheiro. Entretanto, todos compartilham da reputação como parâmetro decisivo para um negócio. Muitos dessas iniciativas precisam que os membros sejam cadastrados e recebam opiniões e notas de usuários.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentado o contexto atual do modelo econômico, é possível concluir que alterações são necessárias para garantir sustentabilidade num longo prazo. Neste sentido, a economia colaborativa surge como forte alternativa para frear a superprodução em massa. O consumismo exacerbado do século XX, baseado em crédito, publicidade e posse individual, vai se modificando para um modelo do século atual, onde o consumo colaborativo é construído por elementos como reputação, coletividade e acesso compartilhado. Além de seus claros benefícios ambientais graças à conservação dos recursos naturais, existem vantagens sociais ao proporcionar transações entre os consumidores finais (diminuindo levemente o papel de grandes corporações e estimulando o empreendedorismo individual).

É necessário perceber que a economia colaborativa só irá funcionar plenamente quando houver uma mudança de paradigmas, da maneira de enxergar o mundo. É preciso pensar mais como sociedade e não tanto como um indivíduo. Os valores precisam ser alterados, a população em geral precisa se conscientizar com o consumo desnecessário e a geração de lixo. Só assim será viável gradativamente aprimorar o relacionamento entre sociedade e bens de consumo de modo a assegurar um futuro sustentável para as próximas gerações.

6. REFERÊNCIAS

- [1] **Produção, distribuição e consumo de alimentos.** Disponível em <<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/tecnologia/producao-distribuicao-e-consumo-de-alimentos/88704/>> Acesso em 18 jun. 2016.
- [2] **1% da população global detém mesma riqueza dos 99% restantes, diz estudo.** Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160118_riqueza_estudo_oxfam_fn> Acesso em 18 jun. 2016.
- [3] ROCHA, Antonio Aroldo. **A Fortaleza Oculta.**, 2016
- [4] GUSMÃO, R. **O insustentável consumo norte-americano.** Disponível em: < http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/11> Acesso em 18 jun. 2016.
- [5] LEBOW, Victor. **Price Competition in 1955.**, 1955. Journal of Retailing.
- [6] RETONDAR, Anderson Moebus. **Sociedade de Consumo, Modernidade e Globalização.**, 2007
- [7] RIFKIN, Jeremy. **A Era do Acesso.**, 2001.
- [8] BOTSMAN, Rachel. **O Que É Meu É Seu - Como o Consumo Colaborativo Vai Mudar o Nosso Mundo.**, 2011.
- [9] **The Sharing Economy.** Disponível em <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf> Acesso em 25 jun. 2016.
- [10] **Sharing economy – Sizing the revenue opportunity.** Disponível em <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.html> Acesso em 25 jun. 2016.