

Compreendendo a Mediação das Plataformas Digitais na Economia Compartilhada

Understanding Mediation of Digital Platforms in Sharing Economy

Alexandre Borba da Silveira¹, Norberto Hoppen²

Submissão: 28 agosto 2019

Aprovação: 03 outubro 2019

Resumo

Uma das lacunas nos estudos organizacionais sobre marketing e sistemas de informação consiste em compreender como ocorrem as relações de troca e interação entre os consumidores, prestadores de serviço e artefatos representados, neste contexto, pelas plataformas tecnológicas digitais. Neste sentido, este estudo tem como objetivo propor uma estrutura teórica para compreender como ocorrem essas relações entre os indivíduos mediados pelas plataformas tecnológicas digitais na economia compartilhada. Diante disso, utilizou-se a Teoria Ator-Rede para melhor entender a mediação e de um caso ilustrativo empírico para ajudar a exemplificar a proposta. Por fim, este estudo pretende oferecer uma delimitação, reflexão e contribuição relacionada à temática, apontando caminhos de estudos relevantes para discussões de pesquisas futuras para a melhor compreensão e difusão do fenômeno.

Palavras-chave: Economia Compartilhada. Mediação. Plataformas. Teoria Ator Rede.

Abstract

One of the gaps in organizational studies on marketing and information systems is understanding how exchange and interaction relationships between consumers, service providers, and artifacts are represented in this context by digital technology platforms. In this sense, this study aims to propose a theoretical framework to understand how these relationships occur between individuals mediated by digital technology platforms in sharing economy. Thus, we used the Actor-Network Theory to better understand mediation and an empirical illustrative case to help exemplify the proposal. Finally, this study aims to offer a delimitation, reflection, and contribution related to the theme, pointing out relevant study paths for future research discussions for a be.

Como fazer Referências de acordo com as Normas da APA (6a ed.):

Silveira, A. B. da, & Hoppen, N. (2019). Compreendendo a mediação das plataformas digitais na economia compartilhada. *PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia (on-line)*, 12(3), 187-199. Recuperado de www.revistapmkt.com.br

Como fazer Referências de acordo com as Normas da ABNT (NBR 6023/2018):

SILVEIRA, A. B. da; HOPPEN, N. Compreendendo a mediação das plataformas digitais na economia compartilhada. **PMKT – Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia (on-line)**, São Paulo, v. 12, n. 3, 187-199, 2019. Disponível em: www.revistapmkt.com.br. Acesso em:

¹ Visiting Ph.D. Student at Southern Denmark University, Doutorando em Administração pela Universidade do Vale do Sinos (Unisinos), Mestre em Administração e Negócios pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Endereço: Avenida Dr. Nilo Peçanha, 1600, 91330-002, Boa Vista, Porto Alegre, RS, Brasil. E-mail: alexandre.silveiras@gmail.com

² Doutorado em Administração - Sistemas de Informação pela Université Pierre Mendès France, França. Graduado em Administração de Empresas e Administração Pública pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor titular da Universidade do Vale do Sinos (Unisinos), atuando na Escola de Gestão e Negócios, nos Programas de Pós-Graduação em Administração (nota 6 CAPES) e em Ciências Contábeis (nota 5 CAPES) e no curso de Graduação de Administração - Gestão para Inovação e Liderança. E-mail: norbertohoppen@gmail.com

1 Introdução

Compreender como ocorrem as relações de troca e interação entre os consumidores, prestadores e artefatos tecnológicos digitais veem recebendo atualmente grande atenção dos setores mercadológicos, governamentais e academia (Faraj, Kwon, & Watts, 2004; Harvey, Smith, & Golightly, 2014; Bradley & Pargman, 2017). Neste sentido, compreender as ações de troca e interações utilizadas pelas organizações baseadas em plataformas digitais de compartilhamento como Airbnb, Uber, e Bike Poa torna-se relevante.

Nesse contexto existe uma diversidade nas definições e caminhos para se compreender a temática. Por exemplo, alguns pesquisadores preocuparam-se em delinear o campo e explicar os conceitos basilares da economia compartilhada, buscando dar elementos ontológicos para o fenômeno (Belk, 2013; Schor, 2014; Martin, 2016). Por outro lado, Botsman e Rogers (2011) caracterizaram o campo como consumo colaborativo ou “práticas de compartilhamento” e Bardhi e Eckhardt (2012) afirmam simplesmente que o consumo e economia compartilhada são baseados no conceito do acesso. Além disso, Richardson (2015), Cohen e Kietzmann (2014), Belk (2014) e Hamari, Sjöklint e Ukkonen (2016) mapearam os direcionadores de comportamentos sociais e técnicos, que podem ser moldados e mediados pelo ambiente, pelas relações sociais e tecnologias ajudando a explicar melhor as razões, as vantagens e desvantagens da economia compartilhada. Neste aspecto, Möhlmann (2015) justifica a necessidade de compreensão das inter-relações e interdependências, endógenas e híbridas do comportamento de consumo na economia compartilhada, mediados pelas plataformas digitais.

Nesse sentido, a mediação se destaca assumindo uma posição intermediadora e integradora dos agentes humanos e artefatos tecnológicos. Para Lamine (2017) os artefatos tecnológicos assumem um papel mediador nas relações dinâmicas e se torna um gerador de sentido e integração, contemplando um debate associativo entre os envolvidos no processo sociotécnico. Essa confluência e dinâmica pode designar uma rede, que tece um novo evento ou origem de uma narrativa, que pode explicar esse emaranhado fabricado por fatos e versões gerados hora pela matéria do objeto, ou hora fabricado pela sociedade (Law, 2004; Latour, 2012). Portanto, diante dessa perspectiva é necessário entender como os processos e as dinâmicas de compartilhamento acontecem e refletir a existência ou não dessas relações entre as ações do indivíduo com as plataformas tecnológicas digitais.

Este estudo teve como objetivo propor uma estrutura teórica para compreender como ocorrem as relações entre os indivíduos mediados pelas plataformas tecnológicas digitais na economia compartilhada. Essas relações podem ocorrer a partir de mediações, induções e conexões proporcionadas por essas plataformas. A pesquisa visa contribuir com o avanço do conhecimento e dar melhor entendimento dos pressupostos existentes, entre os aspectos humanos dos consumidores e prestadores mediados pelos aspectos não humanos das plataformas digitais, bem como buscar uma contribuição a partir da ótica da teoria Ator-Rede (Latour, 2012). A segunda contribuição está intrinsecamente envolvida em melhor explicar os processos de envolvimento dos atores em rede, explorando o papel das plataformas nos processos de interação, conexão, indução e mediação (Hamari, Sjöklint, & Ukkonen 2016; Breidbach & Brodie, 2017). A pesquisa também ofereceu novos caminhos para avançar o campo de estudo da economia compartilhada e plataformas digitais.

Após a introdução, o artigo seguiu com apresentação e revisão dos principais conceitos teóricos que foram a base da pesquisa, seguidos pela estrutura teórica relacional proposta, caso ilustrativo e, por fim, as considerações finais.

2 Referencial Teórico

2.1 Contexto da economia compartilhada

A economia compartilhada ou *sharing economy* é um fenômeno atual e corrente nos estudos sobre marketing, comportamentos dos consumidores, plataformas digitais e das organizações. O fenômeno ganhou popularidade devido à crise econômica mundial de 2008, e as crescentes preocupações globais com a escassez dos recursos naturais e ambientais. Estima-se ainda um montante anual de US\$ 26 bilhões na geração de negócios, baseados a partir das plataformas tecnológicas de compartilhamento (Malhotra & Alstynne, 2014; Martin, Upham, & Klapper, 2017). O movimento ou fenômeno da economia compartilhada é considerado um sistema socioeconômico desenvolvido e suportado por meio de novos modelos de negócios e plataformas tecnológicas digitais. Essas organizações têm o foco em transações, interações e conexões *peer-to-peer* que eliminam intermediários no processo e englobam compartilhamento de recursos físicos e humanos, proporcionando uma nova configuração dos modelos de negócios da economia tradicional para um contexto circular ou de compartilhamento (Schor, 2014; Bradley & Pargman, 2017).

Para Belk (2010) o compartilhamento pode ser uma alternativa para o excesso de estoque das propriedades privadas, transações financeiras, distribuição de bens públicos com o propósito alicerçado pelas ações de troca, doação e divisão onde uma ou mais pessoas possam usufruir dos benefícios e\ou custos de possuir um bem caracterizado por um produto ou serviço de forma compartilhada. Assim, Belk (2014) define o *sharing* como nosso, ao invés de distinguir como algo que é meu ou seu. No entanto, a economia compartilhada também pode ser considerada e representada como uma forma de consumo conectado, que pretende interligar produtos e serviços a uma dinâmica processual, na qual, indivíduos, por meio de plataformas digitais, praticam ações para acomodar as necessidades e desejos de forma mais sustentável, prezando pelo reuso e compartilhamento (Breidbach & Brodie, 2017).

Da mesma forma, vários conceitos e termos são utilizados na literatura para caracterizar a prática do compartilhamento. Compartilhamento colaborativo ou consumo colaborativo (Botsman & Rogers, 2011), consumo baseado no acesso (Bardhi & Eckhardt, 2012), economia compartilhada tecnológica (Hamari et al., 2016), consumo híbrido (Scaraboto, 2016), consumo colaborativo de caráter político e sustentável, (Martin et al., 2017) e economia compartilhada do engajamento gerado pelas plataformas e indivíduos (Breidbach & Brodie, 2017).

Nesse sentido, o conceito e a prática da economia compartilhada conduzem à reflexão sobre a maneira e as ações, que os indivíduos se comunicam e transacionam suas relações, associado à inserção das plataformas digitais no seu cotidiano. Esses indivíduos tornam-se consumidores e fornecedores dentro de um universo mais voltado para o virtual, onde podem estar expostos às identidades, estilos de vida e razões mais utilitaristas e altruísticas economicamente e socialmente (Hartl, Hofmann, & Kirchler, 2016; Pera, Viglia, & Furlan, 2016). Essas motivações permitem também, que se compartilhem não só bens, mas também conhecimentos e conteúdos intangíveis a partir dos grupos, comunidades e coletividades por meio de ferramentas, plataformas e aplicações que moderam, moldam e mediam esse comportamento buscando entregar maior diferenciação e identificação nessa nova experiência (Breidbach & Brodie, 2017). Ainda nessa perspectiva, é necessário compreender o papel das plataformas digitais na economia compartilhada.

2.2 Plataformas digitais na economia compartilhada

Pesquisar e estudar as relações dos indivíduos e plataformas digitais com a economia compartilhada é um tema emergente (Breidbach & Brodie, 2017; Bradley & Pargman, 2017).

Nesse sentido “o papel e a função das plataformas está em fazer ligações e conexões que possam gerar negócios em diversos locais, com variados e diferentes parceiros e/ou clientes” (Evans & Schmalensee, 2016, p. 2). Além disso, as tecnologias atuais são estruturadas para entregar produtos e serviços de forma mais simples e transparentes possível, de forma intensa e com foco na experiência, personalização, relevância e valor agregado (Admayicius & Tuzhilin, 2005). Diante disso, constata-se que a economia compartilhada e os agentes que estão ou fazem parte desse ambiente geram uma inovação perturbadora de transformação no mercado e nas economias mundiais (Martin, 2016; Martin et al., 2017). As inovações proporcionadas por essas tecnologias estão gerando mudanças de comportamento na sociedade e nos negócios, desenvolvendo uma economia mais equilibrada, colaborativa e sustentável (Johnson & Neuhofer, 2017; Kung & Zhong, 2017).

Com base nessa lógica, constata-se que o papel e a estratégia das organizações que investiram no desenvolvimento de plataformas digitais de compartilhamento estão combinados em gerar para os indivíduos um contexto em que estas possam moldar e promover a relação de forma simples e direta, gerando experiência a partir de uma dinâmica híbrida onde esses consumidores ou prestadores não sintam as ações e nem mediações desenvolvidas pela base tecnológica (Bardhi & Eckhardt, 2012; Hamari et al., 2016; Breidbach & Brodie, 2017). A Tabela 1 apresenta alguns conceitos sobre as plataformas de compartilhamento.

Tabela 1

Definições relacionadas às plataformas e economia compartilhada

Autor	Definição	Principais características
Breidbach e Brodie (2017, p. 764)	Plataforma representa meramente um intermediário para orquestrar e facilitar a troca de recursos entre outros atores na economia compartilhada, em vez de um serviço distinto por si só, essa pode coordenar o processo.	Economia compartilhada, na perspectiva das plataformas como engajadoras.
De Rivera, Gordo, Cassidy e Apesteguía, (2017, p. 15)	As interações sociais on-line e de compartilhamento podem ser mediadas, enquadradas ou enredadas nos contextos tecnológicos. Portanto, as estruturas e conteúdos das plataformas podem estimular a economia compartilhada.	Economia compartilhada, na perspectiva das plataformas como mediadoras.
Johnson e Neuhofer, (2017, p. 2364)	Plataformas e seus recursos operativos proporcionam uma atividade facilitada através de uma "proposta de valor" intangível que atua sobre os recursos tangíveis do operador individual - consumidor ou prestador de serviço.	Economia compartilhada, na perspectiva das plataformas como integradoras de valor.
Hamari et al. (2016, p. 2047)	A atividade peer-to-peer baseada em obter, dar ou compartilhar o acesso a bens e serviços, coordenado por meio de serviços on-line ou plataformas.	Economia compartilhada na perspectiva sobre ação individual das plataformas.
Cusumano, (2015, p. 32)	Plataformas digitais conectam indivíduos que têm ativos subutilizados com pessoas que querem esses ativos em curto prazo.	Economia compartilhada, na perspectiva das plataformas.
Cannon e Summers (2014, p. 1)	Um modelo de negócios onde os pares podem oferecer e comprar bens e serviços uns dos outros através de uma plataforma [...] que compartilha empresas da economia é verdadeira intermediários, fornecendo uma plataforma para consumidores em vez de fornecer serviços diretamente.	Plataformas e economia compartilhada, na perspectiva do intermediário.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Seguindo este contexto, a questão primordial para responder essa lacuna pode estar em entender as naturezas, funções, ações, induções e consequências que são entregues e suportadas pelas plataformas digitais de múltiplos lados combinada com as necessidades humanas (Evans & Schmalensee, 2016). Esse comportamento pode ser considerado uma ação híbrida ou engajada, onde “objetos e indivíduos” comungam e geram novas situações, ações e fatos dentro

de um fenômeno social, mercadológico, econômico ou político (Bardhi & Eckhardt, 2012; Castro, Gonçalves, & Figueiredo, 2017; Breidbach & Brodie, 2017). Assim, diante do exposto em torno da economia do compartilhamento combinado com ação das plataformas digitais, apresenta-se a Teoria Ator Rede ou TAR como arcabouço teórico, cujos conceitos e abordagens podem dar suporte a proposta desse estudo.

2.3 Teoria ator rede na economia compartilhada

Analisando o contexto em torno da economia do compartilhamento combinado com a ação dos indivíduos e das plataformas digitais verifica-se que o fenômeno analisado, ainda está longe de ser um campo de estudo consolidado nos estudos organizacionais e da gestão da informação (Breidbach & Brodie, 2017). O campo pode ser estudado e aprofundado como um conjunto de práticas que passam por um emaranhado ou movimento híbrido integrado e entrelaçado por um conjunto de ações e funções que estão em movimento que se molda de acordo que o processo muda, e que é propagado pela rede de atores que fazem parte de uma coletividade (Bardhi & Eckhardt, 2012; Scaraboto & Fischer, 2016).

Nessa linha de raciocínio, compreendendo que esse coletivo é composto por atores humanos e não humanos que são representados por indivíduos (consumidores e prestadores) e plataformas (aplicações, dispositivos e técnicas) que, constantemente, se moldam e atuam em um fluxo em movimento de uma rede única (Latour, 2002). Entende-se, que as bases teóricas e metodológicas da TAR podem auxiliar no entendimento da economia compartilhada combinada a ação dos indivíduos, que são mediadas pela ação das plataformas.

Os objetos ou não humanos assumem nessa proposta um comportamento de “intermediários”, ou seja, mediadores que, eventualmente, atuam com mais significado que os próprios humanos. Nesse sentido, os não humanos (artefatos) tem uma capacidade de agir e interferir, no curso geral dos acontecimentos mediando uma ação ou até pensamento do humano (De Camillis & Antonello, 2016). Essa compreensão passa por entender que esses elementos estão em uma rede bidimensional, com dimensões sociais e materiais, que necessitam ser analisados e estudados de forma única e coletiva (Lamine, 2017).

Seguindo essa lógica, para Tonelli (2016) existe uma simetria entre os agentes humanos e não humanos, e os pesquisadores sociais que ignoram esse fato importante estão negando os papéis dos actantes, que podem alterar e retratar melhor os acontecimentos a partir de análises acerca da realidade do cotidiano.

Para Lamine (2017, p. 626) “as redes são sistemas de ação, incluindo humanos e entidades não humanas com o mesmo nível de importância dada a assuntos e objetos”. No entanto, o que pode realmente associar, combinar ou reunir ideias, atitudes e ações dos indivíduos (consumidores e prestadores) com os objetos (plataformas digitais), são ações voltadas para essa combinação ou associação de atores-redes ou atores híbridos. Esses atores interligados por configurações e mediações de elementos materiais temporários de propriedades saem para abrir espaço às ações individuais, em um formato único pela dinâmica estabelecida entre eles, criando um engajamento entre ambos (Canniford & Badje, 2016; Breidbach & Brodie, 2017).

Nesse caso específico as plataformas digitais mediam e realizam conexões a partir de suas características, funcionalidades, design, relevância e aplicações proporcionando aos consumidores, produtores, prestadores ou intermediários de negócios, uma relação mercadológica de engajamento e associação (Canniford & Badje, 2016; Breidbach & Brodie 2017).

Para, Canniford e Shankar (2016) existe uma dinâmica relacional híbrida suportada pela mediação de artefatos tecnológicos que geram um comportamento como *cyborg* ou híbrido entre homens e máquinas. Essa relação pode ser difundida por meio de processos e mediações

geradas pelas características, funções, dados, cores ou informações dos artefatos ou plataformas digitais que proporcionam forte influência no comportamento humano relacionado ao consumo e práticas do compartilhamento (Scaraboto & Fischer, 2016).

Desse modo, a base fundamental proposta pela teoria Ator Rede centra-se na compreensão de como ocorrem às práticas cotidianas do indivíduo social, que convive em redes e permite assim um melhor esclarecimento de como ocorrem às relações e mediações entre os indivíduos e as plataformas digitais dentro do fenômeno da economia compartilhada. A próxima seção apresenta uma reflexão, que encaminha a proposta de uma estrutura teórica.

3 Estrutura Teórica Relacional Proposta

A proposta teórica convida a uma reflexão aprofundada sobre os conceitos e relações existentes no fenômeno por meio de imperativos da agência humana, representada pelos indivíduos, ou da agência não humana, dos artefatos tecnológicos. A teoria ator rede soma-se a essa proposta, com o objetivo de auxiliar na compreensão mais ampla da ação coletiva dos atores envolvidos e na mediação, que ocorre nessa dinâmica processual. Essas particularidades são reforçadas principalmente pela existência de uma mecânica de poder entre os atores e intermediários, que podem coordenar e controlar a experiência, o sentido, a usabilidade, o engajamento e a relação existente dentro de uma coletividade ou associação (Law, 1992; Tonelli, 2016; Breidbach & Brodie, 2017).

Nessa linha de raciocínio, argumentar que os objetos ou artefatos podem assumir um papel mediador nas relações dinâmicas se torna um fato dentro de uma sociedade com significados e ações gerados a partir de associações (Lamine, 2017).

Canniford e Shankar (2016) destacam ainda a existência de uma mediação a partir dos artefatos tecnológicos que podem alterar um comportamento social ou de consumo. Para, Bradley e Pargman (2017) e Martin et al. (2017) explorar as funções e ações de engajamento e mediação dos artefatos e ou plataformas é necessário para melhor compreender como ocorrem as relações processuais entre os indivíduos e mercados. Nessa linha ainda, torna-se relevante verificar como ocorrem os processos, ligações e mecanismos de mediação e controle das plataformas para com os consumidores e prestadores de serviço dentro do fenômeno da economia compartilhada (Edbring, Lehner, & Mont, 2016; Castro et al., 2017). Além disso, se torna relevante entender os benefícios e recursos utilizados pelos sistemas das plataformas para impactar, estruturar e mediar à interação social dentro das práticas de compartilhamento (De Rivera, Gordo, Cassidy, & Apesteguía, 2017).

Nesse contexto, pode constatar que as plataformas tecnológicas digitais podem criar sentido e exercer forte influência sobre a decisão de uso e propagação do compartilhamento por parte dos consumidores e produtores a partir da sua mediação, que induz e conecta esses com as suas características, funcionalidades, sistemas e rotinas dentro de um comportamento sociotécnico (Faraj et al., 2004). Para Harvey, Smith e Golightly (2014) existe um ritual, onde as tecnologias e plataformas digitais auxiliam na mediação do comportamento individual do consumidor, mas estes não explicam detalhadamente como o processo e a dinâmica acontece, deixando aqui uma lacuna a ser estudada e explicada. Assim, é plausível nesse caso específico considerar a teoria ator rede, que está preocupada em servir de apoio para investigação dos fenômenos sociotécnicos dentro de um processo ou relação que pode ser desenvolvido por uma contradição e/ou manutenção de redes que são sempre compostos por agentes humanos e não humanos (Latour, 2012; Lamine, 2017).

Assim, a resposta para o objetivo proposto por este estudo pode estar em entender como ocorrem essas imbricações e processos existentes entre os atores, que estão e fazem parte dessa rede e coletividade.

Desta mesma forma, Canniford e Bajde (2016) nos fazem pensar sobre um cenário onde os indivíduos e artefatos tecnológicos participam de um mundo social estruturado e interligado por diversas forças que podem estar combinadas e, ao mesmo tempo, em movimento gerando conexões e induções por ambas as partes envolvidas. Nessa linha, Scaraboto e Fischer (2016) reforçam a existência de uma relação híbrida que pode gerar processos, mediações e induções dentro do consumo compartilhado. Recentemente, Martin et al. (2017) verificaram a existência de forte influência das ações tecnológicas geradas a partir das características das especificações, funções, funcionalidades e dados, que são proporcionadas pelos artefatos dentro desse processo relacional, que envolve indivíduos e prestadores na economia e consumo compartilhado.

De Rivera et al. (2017) complementam a questão e reconhecem que as plataformas a partir de sua estrutura tecnológica (arquitetura, design, funcionalidades e interfaces com usuários) podem proporcionar uma dinâmica de produção e consumo relacional indutiva e conectiva de criação de sentido para os negócios.

Nessa visão, essa dinâmica relacional gerada pela mediação das plataformas por meio das conexões e induções que são proporcionadas aos indivíduos, pode promover um comportamento mais equilibrado e democrático entre os atores que participam da economia compartilhada (Breidbach & Brodie, 2017; Castro et al., 2017; Martin et al., 2017). Assim, sugere-se o seguinte questionamento: QP1: Como as relações entre os indivíduos (consumidores e prestadores) podem ser induzidas e conectadas a partir da mediação das plataformas digitais de compartilhamento? Diante desse exposto, entende-se ser necessário propor uma estrutura teórica relacional que melhor explique essas reflexões apresentadas.

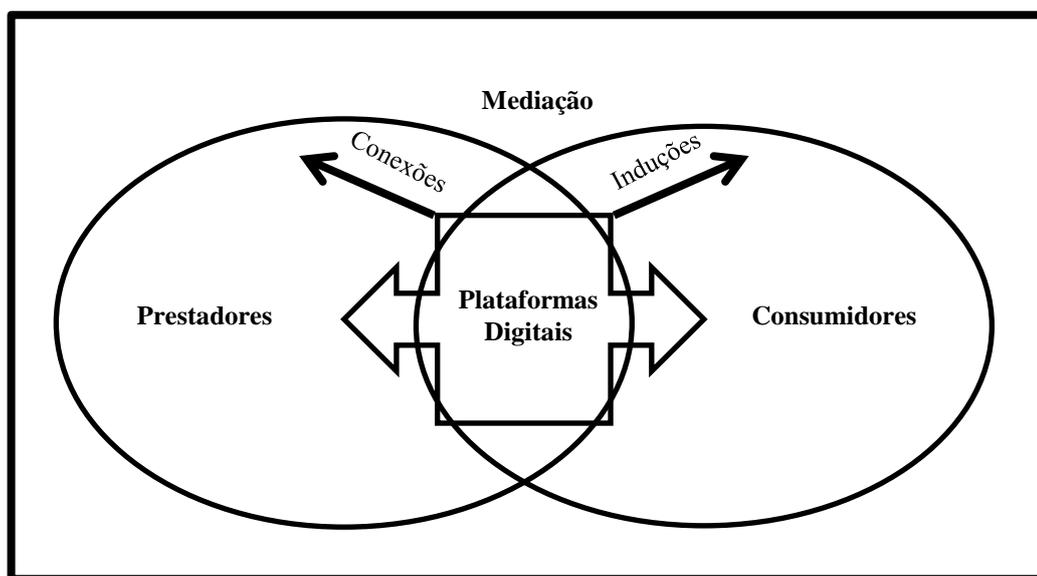


Figura 1 – Estrutura teórica relacional proposta

Fonte: Elaborada pelos autores.

A estrutura apresentada (Figura 1) considera, que as características de design, funcionalidades de uso, sistemas de informações podem gerar uma mediação a partir de uma dinâmica relacional que comunica de forma transparente e particular o que os indivíduos e prestadores esperam de uma perspectiva digital e tecnológica. Em aspecto mais direto, as interações e criações de valor ocorrem na estrutura a partir dos múltiplos processos, que alteram a nossa forma de ver o mundo e criam sentido para nosso uso (Faraj et al., 2004; Ostrom, Parasuraman, Bowen, Patricio, & Voss, 2015). No entanto, a questão está em propor que a ação das plataformas pode gerar um *enlistamento* que envolve e cria um corpo de aliados, tanto

humanos e não humanos, gerando um comportamento homogêneo que é de interesse de todos os envolvidos nesse processo (Callon, 2008).

Nessa lógica, as plataformas podem facilitar a cocriação de valor e engajamento no contexto das práticas de compartilhamento, onde produtores e consumidores se tornam *prossumers*, motivados pela mediação tecnológica que se torna conveniente e transparente nesse contexto relacional (De Riveira et al., 2017; Breidbach & Brodie, 2017).

Nesse sentido, alguns exemplos empíricos podem auxiliar a fundamentar uma proposta teórica (Orlikowski, 2007). Assim, para auxiliar no entendimento e avanço da estrutura proposta apresenta-se um caso ilustrativo, onde os fatos e artefatos permitem, pela sua linguagem e interação, explicar essa relação de mediação entre o social e o material.

4 Caso Ilustrativo Bike Poa

O caso escolhido para ilustrar essa proposta, foi o sistema de compartilhamento de bicicletas da cidade de Porto Alegre – Bike Poa. O Bike Poa é um projeto de sustentabilidade e mobilidade da Prefeitura de Porto Alegre realizado pela empresa Tembici em parceria com o banco Itaú através de um termo de concessão de uso (Eckert, 2013).

Tal sistema visa ampliar o uso desse modo de transporte, além de tornar uma prática de hábitos saudáveis, a humanização do ambiente, assim como reduzir os congestionamentos e a poluição ambiental (PMPA, 2017). O sistema possui mais de 40 estações distribuídas pela cidade, conectados a uma central através de wireless, sendo abastecido por energia solar com acesso por uma plataforma digital móvel e com bicicletas de formato e padrão exclusivo.

Valendo-se de informações de um estudo em andamento, conduzido pelo pesquisador desde setembro de 2017, foram realizadas 25 entrevistas de caráter exploratório com consumidores/usuários do serviço e uma com um dirigente da operação. A faixa etária dos participantes foi de 70% entre 18 a 30 anos, sendo o gênero 70% masculino e 30% feminino indicando que os consumidores são da geração *millennials* (Y, Z), nascidos entre 1980 e 1990.

Para, Botsman e Rogers (2011) os valores da geração *millennials* não estão atrelados e restritos a faixa etária, pois tanto as pessoas mais velhas quanto as mais novas compartilham das mesmas características, hábitos comuns, comunicação e contribuição com foco em estilos de vida mais econômico, colaborativo e sustentável.

Ao analisar o comportamento dos indivíduos/usuários da plataforma ficam evidenciadas as motivações de engajamento, indução e conexão relacionada à proposta da plataforma de fazer com que estes compartilhem as bicicletas com o objetivo de promover a redução do trânsito, a sustentabilidade e as atitudes de compartilhamento e bem-estar social.

A seguir estão alguns comentários feitos pelos respondentes usuários de Bike Poa e, a seguir, o comentário do Gestor que colaborou com a pesquisa.

Desde pequena eu pedalo, aí depois a gente montou esse grupo do Pedalegre, que começou a fazer os passeios noturnos, utilizando o aplicativo das bicicletas compartilhadas e os pontos espalhados pela cidade que são muitos e com boas opções nos bairros, onde todos podem participar a partir de um toque no smartphone sem precisar comprar uma bike, trazendo mais sustentabilidade para cidade e todos juntos formamos uma família”. (Entrevistado 1, 27 anos).

Utilizo o sistema por que é mais fácil, eu moro em Alvorada, então para eu trazer a minha bicicleta de Alvorada para Porto Alegre é muito trabalho, precisa de carro, então as bicicletas compartilhadas são mais [fácil] por que já tem os seus pontos de localização perto de pontos de ônibus e das ciclovias, posso acessar do aplicativo a

partir de um toque, conecta a meu cartão de crédito, tem capacete e cestinha para colocar minhas coisas”. (Entrevistada 4, 19 anos).

Gosto do Bike Poa por que é barato, é ecológico, fácil uso e bem prático com um toque no celular tenho tudo, mais rápido que carro e ônibus, tem várias estações e as cores sinalizam os pontos e o aplicativo, fora as ciclovias que temos em toda POA”. (Entrevistado 10, 20 anos).

Acho que sim, acho que o sistema ajuda a ter menos pessoas no trânsito, menos CO² na atmosfera, mais sustentabilidade. Conecta pessoas com a cidade”. (Entrevistada 18, 25 anos).

Resolvemos trazer esse sistema canadense para Porto Alegre, unindo tecnologia com sustentabilidade a partir da oferta das bicicletas em pontos estratégicos na cidade, com acesso pelo site e principalmente pelo aplicativo mobile, onde apresentamos um design e usabilidade únicos entre as diversas plataformas (site, aplicativo, estações de retirada e pagamento) a ideia e tornar a interface casual e transparente para os usuários focando em ofertar um serviço inovador, sustentável e barato, que pode ajudar a mobilidade urbana nas grandes cidades diminuindo a emissão de gás carbônico, diminuindo os carros nas ruas e tornando a sociedade mais equilibrada economicamente. (Gestor Bike Poa).

Em resumo, verifica-se uma mudança nos comportamentos individuais a partir da oferta da plataforma de compartilhamento de bicicletas na cidade do sul do Brasil onde os envolvidos, consumidores e prestadores, estão sendo mediados por essa estrutura e repensando muitos fatores que são críticos em toda grande cidade, como mobilidade e sustentabilidade. Nessa questão, as características tecnológicas do sistema e da plataforma de compartilhamento estão envolvendo e mediando todos em novas práticas cotidianas emergindo assim conexões, induções, ações e reações fazendo o grupo repensar sua relação com o meio ambiente, com a cidade e com a sociedade que fazem parte (Figura 2).

Não é apenas uma questão do sistema tecnológico interagindo com a sociedade, mas sim mediando esses na constituição das ações e conexões intensificando esse contexto de compartilhamento de bicicletas do Bike Poa. Fica claro assim no caso ilustrativo, que a estrutura tecnológica associada a um design, cores, funcionalidade e interfaces transparentes podem proporcionar uma dinâmica de produção e consumo relacional indutiva e integrada.

Nessa proposta a mediação das plataformas está em gerar conexões e induções, a partir da promoção de ofertas de produtos, serviços e conteúdo que sejam agentes dinâmicos e mediadores para propagação do fenômeno da economia compartilhada (De Rivera et al., 2017; Breidbach & Brodie, 2017).

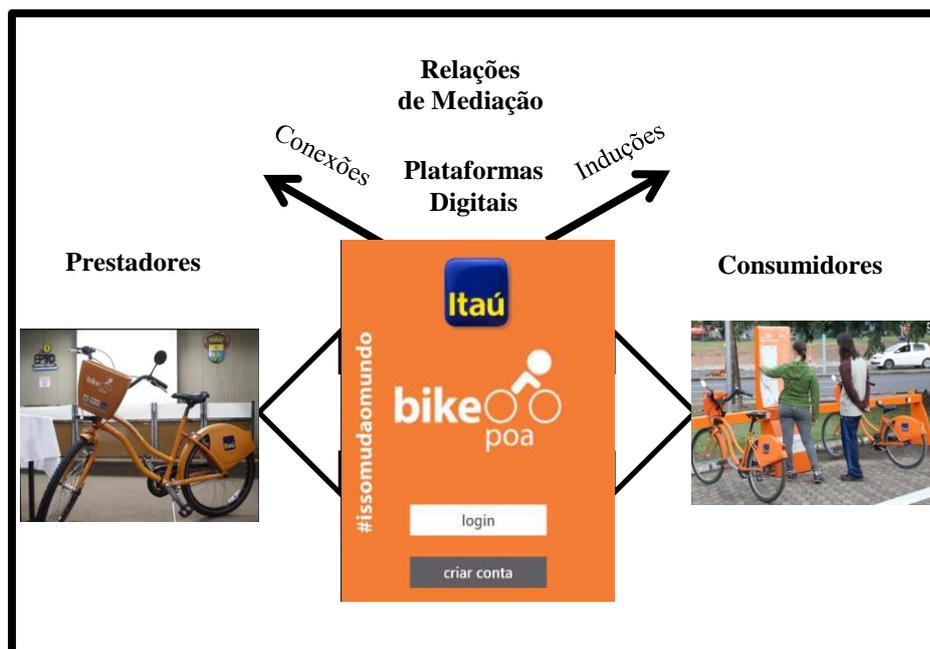


Figura 2 – Estrutura aplicada no caso ilustrativo

Fonte: Elaborada pelos autores.

5 Conclusões e recomendações

Utilizando como base a relação existente entre os indivíduos e as plataformas digitais no contexto da economia compartilhada, é oportuno compreender como ocorrem as interações e essa dinâmica. Nesse sentido, as plataformas de compartilhamento podem desempenhar papéis e estratégias de mediação para o engajamento e diminuição das incertezas dos custos de transação (Abramova, Shavanova, Fuhrer, Krasnova, & Buxmann, 2015; Breidbach & Brodie, 2017). Assim, esse estudo teve como objetivo propor uma estrutura teórica para compreender como ocorrem as relações entre os indivíduos mediados pelas plataformas digitais na economia compartilhada.

Sendo assim, buscou-se a partir desta proposta, elaborar um novo caminho teórico relacional, que tenta explicar a partir de uma rede heterogênea de associações, as relações de induções, conexões e mediações que ocorrem entre os artefatos digitais de compartilhamento com os indivíduos. A abordagem permitiu delinear uma nova perspectiva teórica dentro do campo sociotécnico a partir de uma lente na Teoria Ator Rede (Latour, 2012; Lamine, 2017).

A segunda contribuição procurou explicar melhor os processos proporcionados pelos atores envolvidos na rede, explorando o papel das plataformas em conectar e induzir os indivíduos (consumidores e prestadores). Notou-se um processo de mediação onde as características, funcionalidades, design, cores e propostas difundidas pelas plataformas digitais podem alterar os comportamentos e formas de se fazer o consumo e a produção dos negócios, que estão inseridos neste contexto da economia compartilhada.

Por fim, o argumento central desse ensaio foi contribuir na discussão das convergências, divergências e contradições ainda existentes entre os atores desse fenômeno, explicando melhor como essas práticas ocorrem dentro dessa relação a partir das conexões, induções, interações e mediações que podem gerar sentido, valor e diminuir as incertezas e os custos de transação entre os indivíduos e as plataformas digitais. Tendo em vista o cenário problematizado e sua relevância, destaca-se a necessidade de se aprofundar o tema em pesquisas futuras.

Referências

- Abramova, O., Shavanova, T., Fuhrer, A., Krasnova, H., & Buxmann, P. (2015, April). *Understanding the Sharing Economy: The Role of Response to Negative Reviews in the Peer-to-peer Accommodation Sharing Network*. In ECIS.
- Admayicius, G., & Tuzhilin, A. (2005). Personalization technologies: A process-oriented perspective. *Communications of the ACM*, 48(10), 83-90.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.
- Belk, R. (2010) Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715-734.
- Belk, R. (2013). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *Anthropologist*, 18(1), 7-23.
- BikePoa (2017). Recuperado de <https://bikepoa.tembici.com.br/>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *O que é meu é seu: Como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Bookman Editora.
- Bradley, K., & Pargman, D. (2017). The sharing economy as the commons of the 21st century. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, rsx001.
- Breidbach, C. F., & Brodie, R. J. (2017). Engagement platforms in the sharing economy: Conceptual foundations and research directions. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(4).
- Callon, M. (2008). Entrevista com Michel Callon: Dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. *Sociologias*, (19),302-321.
- Canniford, R., & Badje, D. (2016). *Assembling consumption: Researching actors, networks and markets*. Ed. Routledge.
- Canniford, R., & Shankar, A. (2016). Post-dualistic consumer research: Nature-cultures and cyborg consumption. In *Assembling consumption: Researching actors, networks and markets*. Chapter 10, p. 135-151 Ed. Routledge.
- Cannon, S., & Summers, L. H. (2014). “How Uber and the sharing economy can win over regulators”. *Harvard Business Review*, 10, October, p. 1-4.
- Castro, F. G., Gonçalves, B. S., & Figueiredo, L. F. (2017). Mapeamento de características de sites de compartilhamento de refeições baseado no Modelo 3C de Colaboração. *Navus-Revista de Gestão e Tecnologia*, 7(1), 29-42.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.

- Cusumano, M. A. (2015). “How traditional firms must compete in the sharing economy”, *Communications of the ACM*, 58(1), p. 32-34.
- De Camillis, P. K., & Antonello, C. S. (2016). Da translação para o enactar: Contribuições da Teoria Ator-Rede para a abordagem processual das organizações. *Cadernos EBAPE. BR*, 14(1), 61.
- De Rivera, J., Gordo, Á., Cassidy, P., & Apesteguía, A. (2017). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms’ user interface and design. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 11-27.
- Eckert, D. (2013). Identificação das políticas organizacionais de incentivo ao uso de bicicletas como meio de mobilidade urbana em Porto Alegre. RS, UFRGS.
- Edbring, E. G., Lehner, M., & Mont, O. (2016). Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: Motivations and barriers. *Journal of Cleaner Production*, 123, 5-15.
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). Matchmakers: The new economics of multisided platforms. *Harvard Business Review Press*.
- Faraj, S., Kwon, D., & Watts, S. (2004). Contested artifact: Technology sensemaking, actor networks, and the shaping of the Web browser. *Information Technology & People*, 17(2), 186-209.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
- Hartl, B., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2016). Do we need rules for “what's mine is yours”? Governance in collaborative consumption communities. *Journal of Business Research*, 69(8), 2756-2763.
- Harvey, J., Smith, A., & Golightly, D. (2014). Giving and sharing in the computer-mediated economy. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Johnson, A. G., & Neuhofer, B. (2017). Airbnb—an exploration of value co-creation experiences in Jamaica. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2361-2376.
- Kung, L. C., & Zhong, G. Y. (2017). The optimal pricing strategy for two-sided platform delivery in the sharing economy. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 101, 1-12.
- Lamine, W. (2017). The Social Network and Entrepreneurial Process: A Sociotechnical Approach. *Thunderbird International Business Review*.
- Latour, B. (2012). *Reagregando o social*. Salvador: Ed UFBA, 2012, Bauru. São Paulo.
- Law, J. (1992). Notes on the theory of the actor-network: Ordering, strategy, and heterogeneity. *Systemic practice and action research*, 5(4), 379-393.

- Law, J. (2004). *After method: Mess in social science research*. Routledge.
- Malhotra, A., & Alstyn van, M. (2014). The dark side of the sharing economy... and how to lighten it. *Communications of the ACM*, 57(11), 24-27.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149-159.
- Martin, C. J., Upham, P., & Klapper, R. (2017). Democratising platform governance in the sharing economy: An analytical framework and initial empirical insights. *Journal of Cleaner Production*, 166, 1395-1406.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Orlikowski, W. J. (2007). Sociomaterial practices: Exploring technology at work. *Organization Studies*, 28(9), 1435-1448.
- Ostrom, A. L., Parasuraman, A., Bowen, D. E., Patricio, L., & Voss, C. A. (2015). Service research priorities in a rapidly changing context. *Journal of Service Research*, 18(2), 127-159.
- Pera, R., Viglia, G., & Furlan, R. (2016). Who am I? How compelling self-storytelling builds digital personal reputation. *Journal of Interactive Marketing*, 35, 44-55.
- PMPA – Prefeitura Municipal de Porto Alegre. (2017). Recuperado de http://www2.portoalegre.rs.gov.br/porta1_pmpa_turista/?p_secao=6
- Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121-129.
- Scaraboto, D. (2016). Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 152-176.
- Scaraboto, D., & Fischer, E. (2016). Triggers, Tensions and Trajectories: Towards of understanding of the dynamics of consumer enrolment in uneasily intersecting assemblages. In *Assembling consumption: Researching actors, networks and markets*. Chapter 12, p. 135-151 Ed. Routledge.
- Schor, J. B. (2014) Debating the sharing economy. Recuperado de <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>
- Tonelli, D. F. (2016). Origens e afiliações epistemológicas da Teoria Ator-Rede: Implicações para a análise organizacional. *Cadernos EBAPE. BR*, 14(2).