EMPREENDEDORISMO E TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES DA ECONOMIA DA CONFIANÇA PARA O DESENVOLVIMENTO*

*Ramon Bezerra Costa***

*Larissa Leda F. Rocha***

RESUMO

Entendendo o empreendedorismo como um esforço de expressão singular, o objetivo deste trabalho é refletir sobre de que forma os três eixos da economia da confiança (dinâmica entre pares, confiança entre desconhecidos e abundância de recursos) podem orientar a experiência empreendedora contemporaneamente. Apoiando-se em revisão bibliográfica, discutiremos o empreendedorismo atualmente a partir de sua interface com as tecnologias digitais de comunicação.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Tecnologias digitais de Comunicação. Economia da confiança.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Milhões de postos de trabalho poderão ser perdidos por conta da automação nos próximos cinco anos, enquanto milhões de outros empregos serão criados, é o que aponta relatório do Fórum Econômico Mundial (CAVALLINI, 2020). Funções e necessidades emergem neste cenário no qual o empreendedorismo desponta como um fenômeno relevante, cujo conhecimento e estímulo de suas dinâmicas podem auxiliar na elaboração de políticas públicas voltadas para o setor. Incentivar o empreendedorismo, em um âmbito especialmente atento às dinâmicas impulsionadas pelas tec-

* Esta é uma versão atualizada e revisada deste trabalho, anteriormente publicado.

** <https://orcid.org/0000-0002-2512-9412>. Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação (Mestrado Profissional), ambos em Comunicação, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutor em Comunicação pela UERJ. Coordenador do Grupo de Pesquisa ETC (Comunicação, Tecnologia e Economia), financiado pela FAPEMA. E-mail: ramon.bezerra@ufma.br

*** <https://orcid.org/0000-0002-6930-3435>. Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Pós-doutorado no Centro de Estudos de Telenovela, da Universidade de São Paulo (CETVN - ECA-USP). Doutorado na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Professora Adjunta na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: larissa.leda@ufma.br

nologias digitais de comunicação¹, conforme propomos, é um caminho para investir em funções laborais que podem contribuir para balancear os novos contornos que vêm se desenhando no mundo do trabalho.

Contudo, o ambiente empreendedor é repleto de controvérsias. A mais conhecida, frequente nas coberturas midiáticas, é a precarização do trabalho. A empresa Uber, por exemplo, gerou protestos de taxistas que perderam empregos ou reduziram sua renda, além de queixas de seus condutores². Scholz (2016) sugere que serviços sob demanda, realizados por trabalhadores sem direitos garantidos, intensificam o lugar do mercado na vida de todos, configurando o que chama de “capitalismo de plataforma”³.

O empreendedorismo está relacionado à criação. Não se trata de criar algo ontologicamente novo, mas de inventar arranjos singulares. Assim, essa prática pode ser pensada desde o empreendimento de si até a criação de produtos e serviços. O empreendedorismo pode ser tanto por necessidade (na ausência de outra oportunidade no mercado de trabalho) quanto por oportunidade (identificação de um mercado a ser explorado). Pode aprimorar produtos e serviços existentes e criar novas funcionalidades. É um leque grande de possibilidades, mas o que há em comum e caracteriza o empreendedorismo é o esforço de expressar uma singularidade. Isso nos lembra a própria noção de inovação. Para Callon (2010), inovar é fazer acordos, o fato de uma ideia não ser popularizada não atesta, necessariamente, que era ruim, mas que não existiam condições para sua existência naquele momento – o que não inviabiliza a possibilidade da ideia ser ruim realmente.

Considerando o empreendedorismo como um esforço de expressão singular, o objetivo deste estudo é refletir sobre de que forma os três eixos da economia da confiança (dinâmica entre pares, confiança entre desconhecidos e abundância de recursos), conceito oriundo de pesquisa anterior (AUTOR, 2018), podem orientar a experiência empreendedora contemporaneamente. Deste modo, nos apoiamos em revisão bibliográfica para discutir o empreendedorismo atualmente a partir de sua interface com as TDC, centrais na estruturação de um ecossistema comunicativo que reorganiza as mais diferentes práticas sociais, desde as ligadas ao comércio e ao trabalho até aquelas relacionadas às possibilidades dos vínculos humanos e sociais.

¹ A partir daqui, apenas TDC.

² FONTANA, G. Motoristas de aplicativos Uber e 99 fazem greve por lucros maiores. **G1**, 08 maio. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/05/08/motoristas-de-aplicativos-uber-e-99-fazem-greve-por-lucros-maiores.ghtml>. Acesso em: 24 jul. 2019.

³ Diante disso, Scholz (2016) propõe o “cooperativismo de plataforma”, no qual a propriedade e a gestão seriam dos trabalhadores e pessoas envolvidas na plataforma.

O EMPREENDEDORISMO E AS TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO

Embora não seja tema recente, o empreendedorismo, em suas diversas expressões, tem emergido de maneira significativa como objeto de debate e estudo em diversas áreas nos últimos anos. Um dos motivos, falando especificamente da realidade brasileira, parecer ser o aumento da experiência empreendedora no país. A pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor*, realizada em 2018, corrobora esse cenário: dois em cada cinco brasileiros entre 18 e 64 anos planejavam abrir ou já tinham algum empreendimento; as taxas de empreendedores “estabelecidos” superou os “iniciais”, o que permite considerar que em 2018 os empreendedores antigos puderam consolidar seus negócios criados anteriormente; e o empreendedorismo por oportunidade (ligado ao reconhecimento de uma oportunidade no mercado) teve o melhor resultado dos últimos quatro anos⁴. A pandemia do coronavírus parecer ter favorecido o aumento do empreendedorismo por necessidade no Brasil, devido à crise econômica impulsionada pela necessidade de isolamento social. Nos nove primeiros meses de 2020, o número de microempreendedores individuais (MEI) cresceu 14,8%. Os números impressionam: o setor das micro e pequenas empresas passaram a responder por 99% dos negócios privados e 30% do Produto Interno Bruto (PIB). Em 2020, 79,3% dos negócios abertos foram MEIs⁵.

Entretanto, essa importância do empreendedorismo não surge repentinamente. Desde os anos 1960, no campo empresarial, já existia certa “oferta de libertação”, uma espécie de liberdade vigiada permitida aos executivos. Nos anos de 1990, isso amplia-se e as “palavras de ordem são criatividade, reatividade e flexibilidade” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p.121). Sennett (2012) demonstra percepção correlata ao analisar duas gerações diferentes, na figura de um pai, imigrante italiano nos Estados Unidos, e de seu filho, nascido nos EUA. Para o pai, a função da tarefa laboral era servir a família, com clara separação entre o tempo do trabalho e do lazer (ainda que, não raro, fosse preciso dedicar horas extras ao emprego), certa segurança e previsibilidade – o pai sabia quando iria se aposentar e quanto sua poupança

⁴ AGÊNCIA BRASIL. Brasil teve 2º melhor desempenho em empreendedorismo em 2018. **Agência Brasil**. 26 fev. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-02/brasil-teve-2o-melhor-desempenho-em-empendedorismo-em-2018>. Acesso em: 23 set. 2019.

⁵ VILELA, P. R. Pandemia faz Brasil ter recorde de novos empreendedores: crise levou milhões a abrirem os próprios negócios. **Agência Brasil**. 05 out. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empendedorismo>. Acesso em: 02 ago. 2021.

renderia. A geração do filho emerge em uma sociedade mais flexível, na qual as relações de trabalho estavam, majoritariamente, marcadas pela instabilidade, mudança frequente de emprego, inexistência de clareza entre a hora de começar e terminar o trabalho, além de busca por satisfação pessoal e profissional. Ou seja, a função da atividade laboral deixa de ser, somente, voltada para a subsistência e agrega uma nova camada: a realização pessoal.

Este cenário, dos anos de 1990, descrito por Sennett (2012) se intensificou nas décadas seguintes. Castro (2014, p. 10), em um trabalho sobre empresas brasileiras criadas, em sua maioria, na primeira década dos anos 2000, sugeriu uma espécie de perfil desses empreendedores.

Parecem estar em busca de um trabalho que dê sentido para a vida. Que tem a ver com propósito. Em que podem construir relações com pessoas pelas quais se interessam e admiram. Por isso trocam cargo e estabilidade por motivação, prazer e diversão. [...] Seus fundadores fazem parte de uma geração que surgiu depois da revolução digital, que tem acesso a um volume enorme de informação, além de ferramentas que possibilitam construir o que desejam.

Um aspecto que parece ter contribuído com as experiências empreendedoras descritas por Castro (2014) foi a emergência e a popularização das TDC. Nos últimos vinte anos, presenciamos diversas alterações nas formas de viver influenciadas por elas: expansão do acesso à internet em dispositivos móveis, crescente surgimento de softwares e plataformas que favorecem a autonomia dos usuários para publicarem e comercializarem conteúdos e produtos, redução dos preços de dispositivos como smartphones, entre outras. Percebemos também o surgimento e a popularização de relações baseadas na cooperação entre desconhecidos através da internet, como as que deram origem a Wikipédia e o Linux, por exemplo.

Tapscott e Williams (2010) analisaram as maneiras pelas quais essas dinâmicas cooperativas podem influenciar os negócios e propuseram quatro ideias que passam a caracterizar os empreendimentos nesse contexto: “abertura”, investindo na transparência tanto com os funcionários quanto com os públicos, deixando de lado uma espécie de “cultura do segredo”; “*peering*”, uma forma de organização baseada na horizontalidade em detrimento aos modelos hierárquicos de organização e gestão; o “compartilhamento” e a troca entre pessoas, inclusive desconhecidas, que podem inovar com mais eficiência e rapidez, o que contraria a perspectiva de ser necessário contro-

lar e proteger ideias para garantir a inovação; e, por fim, “ação global”, ou seja, os negócios se dão em um ambiente global por conta da redução das fronteiras devido às TDC e ao melhoramento das condições de transporte, o que permite utilizar recursos, tanto humanos quanto técnicos, nessa escala.

A forma como as TDC alteram as dinâmicas empreendedoras e os modos de funcionamento dos negócios também pode ser percebida em outros estudos. Bauwens (2012) sugere a “emergência da dinâmica da comunidade” nos negócios, que permite a geração de valor entre pares. Já Benkler (2004, p. 281) fala sobre a emergência do “compartilhamento como modalidade de produção econômica”, que possui quatro características: práticas de compartilhamento em grande escala entre indivíduos que são desconhecidos ou ligados por laços fracos; são partilhados bens de propriedade privada; os modelos de negócios utilizam a capacidade ociosa de objetos; e bens rivais ganham outros usos e deixam de rivalizar.

É possível notar, portanto, que a interseção entre as TDC e o cenário dos negócios tem passado por diversas mudanças. É nesse contexto que surgem iniciativas empreendedoras baseadas no compartilhamento - em detrimento da posse - de bens e serviços e que tem recebido diversas denominações: economia colaborativa (BAUWENS, 2012), economia do compartilhamento (RIFKIN, 2016); wikinomia (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2010), economia da confiança (AUTOR, 2018), entre outras. Neste artigo, trabalharemos com a perspectiva da economia da confiança.

A ECONOMIA DA CONFLANÇA E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA O CENÁRIO EMPREENDEDOR CONTEMPORÂNEO

Autor (2018), diante da imprecisão dos diversos termos utilizados para fazer referência às dinâmicas econômicas baseadas no compartilhamento através das TDC propõe a economia da confiança, entendida não como uma teoria econômica, mas como uma área da sociabilidade humana uma vez que através dela obtemos mais do que recursos financeiros para trocarmos por produtos e serviços, mas experiências que produzem sentido para nossa existência. O que fica explícito na observação de Sennett (2012), no sentido e valor do trabalho para gerações diferentes.

A economia da confiança reúne uma diversidade enorme de áreas: alimentação, finanças, hospitalidade, transporte, entre outras. O que têm em comum é seu modo de funcionamento. São experiências de produção, circulação e consumo, de bens e serviços, baseadas em sites ou aplicativos para

smartphones e na cooperação entre desconhecidos, acontecendo por meio de relações de troca, empréstimo, doação e aluguel envolvendo as dimensões on-line e off-line (AUTOR, 2018).

Assim, a economia da confiança diz respeito a um processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços que, como mencionado, acontece baseado em três eixos. Cada um deles foi inspirado em características da sociedade contemporânea que tem relação com as dinâmicas econômicas e, consequentemente, com o empreendedorismo.

Ao tratar do modo de funcionamento, o eixo “dinâmica entre pares” sugere as maneiras como as sociedades contemporâneas parecem se organizar. Questão necessária para as experiências empreendedoras tendo em vista que elas irão criar formas de acessar produtos e serviços nessa sociedade.

Desde o início da popularização da internet, há cerca de vinte anos, notamos a crescente colaboração entre desconhecidos, que contribuiu com o projeto Genoma Humano, por exemplo. Trata-se, aqui, do eixo “confiança entre desconhecidos”, que funciona como reguladora do processo. O que observamos, atualmente, é a cooperação entre estranhos sair do âmbito das ideais e dos conteúdos e chegar ao “mundo real” ou “mundo off-line” e afetar outras indústrias. Foram criados empreendimentos nos quais as pessoas passaram a compartilhar roupas, hospedagem, comida, bicicletas, passeios.

A dinâmica entre pares da economia da confiança torna viável outras formas de conexão entre pessoas e coisas. Observamos, assim, o terceiro eixo, “abundância de recursos”, com o papel de premissa que orienta as ações. Atualmente, ao invés de comprar uma frota de automóveis para criar uma empresa de aluguel de carros, por exemplo, são criadas plataformas para conexão entre pessoas. A complexa dinâmica da mobilidade urbana em cidades de médio e grande porte gerou soluções só possíveis a partir deste contexto: em algumas é possível alugar seu próprio carro para desconhecidos em momentos nos quais você não estiver usando; em outras podemos oferecer e pegar carona com alguém que faça o mesmo trajeto que o nosso.

Baseado na conexão entre pares também tem surgido iniciativas empreendedoras da área da hospitalidade que não constroem prédios com vários andares e quartos, mas conectam pessoas com espaços ociosos e outras que precisam de estadia. E não somente a conhecida *Airbnb*, que trabalha com a política do pagamento pela hospedagem, mas iniciativas que não cobram pela estadia. Entretanto, falar em modelos produtivos baseados em compartilhamento e cooperação não significa que tais modelos sejam bons. Exemplo é a

Uber, comumente alvo de denúncias de motoristas. O importante é notar as possibilidades de conexão possíveis, como elas tem se ampliado nos últimos anos e seu papel na emergência de iniciativas empreendedoras.

A partir da expansão da computação móvel e da ampliação do acesso à internet via banda larga, cooperar com o outro passa a ser “mais viável” ou “mais fácil”. Assim, surgem e consolidam-se outros mediadores, como as empresas citadas. É preciso cautela com juízos de valor e entender que tais modelos não são melhores ou piores do que outros existentes, como os táxis e hotéis, por exemplo. Ambos têm elementos benéficos ou não. A tendência é que a conexão entre pessoas e coisas seja cada vez mais generalizada e não podemos esquecer que isso não ocorre sem conflitos. O acesso às informações geradas pelas plataformas pode reduzir a privacidade e ampliar as possibilidades de invasões de dados pessoais. Este aspecto, ainda que também não seja aprofundado aqui, deve ser considerado no intuito de evitar interpretações da dinâmica entre pares como um processo exclusivamente positivo e harmonioso.

A Internet das Coisas é para onde parece levar a dinâmica entre pares, com cada vez mais pessoas e dispositivos conectados. Podemos entendê-la a partir de Rifkin (2016, p.25):

A Internet das Coisas (IdC) irá conectar todas as coisas com todo o mundo numa rede global integrada. Pessoas, máquinas, recursos naturais, linhas de produção, hábitos de consumo, fluxo de reciclagem e praticamente todo e qualquer aspecto da vida econômica e social estará conectado via sensores e software à plataforma IdC.

Assim, a primeira contribuição da economia da confiança para o empreendedorismo é compreender que as sociedades estão cada vez mais organizadas entre pares, ou seja, as possibilidades de interação, para conversar ou vender produtos, por exemplo, ampliam-se e permitem a emergência das mais singulares expressões do empreendedorismo.

Nesse cenário de conexão entre pares surge a necessidade de construir a confiança entre eles. Simmel (2004) defende a confiança entre as pessoas como um elemento fundamental para a integração da sociedade. Giddens (1991) entende a confiança como uma ação consciente de acreditar em algo considerando as possíveis situações de risco. É uma espécie de risco calculado que tenta antever os perigos. Por exemplo: andar de carro possui riscos, como

colisões, mas existem aparatos (regras de trânsito e itens de segurança) para reduzir as possibilidades disso acontecer.

Quando pensamos a construção da confiança na internet podemos observar um processo paulatino. Antes, após questionar se as pessoas com quem conversávamos por bate-papo eram reais, começamos a fazer compras, primeiro em lojas conhecidas, depois de desconhecidos em sites como Mercado Livre. Hoje, nos hospedamos na casa e pegamos caronas com pessoas que nunca vimos. Mas, como se deu esse processo?

Castells (2013, p.7) considera que a confiança parece estar diminuindo nas sociedades, apesar de ser o que a aglutina, juntamente com o mercado e as instituições. “Sem confiança nada funciona”, nos diz. O contrato social se dissolve e pessoas transformam-se em indivíduos defensivos. Tal desconfiância é corroborada pela pesquisa *Trust Barometer*, realizada anualmente pela Agência de Relações Públicas Edelman⁶. Dados indicam que a última década tem sido caracterizada pela desconfiança crescente em figuras de autoridade tradicional, como a mídia e os governos.

Pode parecer estranho surgirem empreendimentos que constroem a confiança de outra forma nesse cenário, mas talvez eles sejam menos um indicativo de estranheza e mais uma evidência da necessidade de outros parâmetros para elaborar e validar a confiança. Nas iniciativas da economia da confiança a estratégia mais comum de construção da confiança são as referências e comentários que as pessoas deixam nos perfis das outras após cada transação. É como as avaliações de produtos em lojas on-line mas que, no caso, é uma condição de possibilidade dos empreendimentos. É possível ser recebido por moradores locais para a refeição (o Eatwith, por exemplo, permite isso), ao invés de jantar em um restaurante famoso durante uma viagem, mas tais serviços só são validados a partir da construção da reputação produzida pelos comentários de outras pessoas.

O fato é que estamos realizando mais transações com desconhecidos e isso tem permitido a emergência de empreendimentos baseados em outras formas de construir a confiança. É possível afirmar que diante da desconfiância nas tradicionais instituições e da possibilidade de nos conectarmos entre pares por conta das TDC surge um ecossistema favorável aos empreendimentos que conectam estranhos e constroem a confiança entre eles

⁶ Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2021>. Acesso em: 02 ago. 2021.

não pelo seu tempo no mercado, mas pelos comentários que outras pessoas, também desconhecidas, deixaram em seus perfis nas plataformas. Isso cria um ambiente que pode ser explorado visando a criação de modelos de negócios baseados na transparência entre os pares desconhecidos.

Embora a tradição econômica majoritária entenda os bens como escassos⁷, observamos atualmente a possibilidade da abundância. Aprendemos a lidar com a abundância quando se trata de bens imateriais (também chamados de não rivais), como músicas e filmes que se “libertaram” do suporte material permitindo que várias pessoas tenham o mesmo produto sem que isso impeça que o outro também o tenha.

O que notamos hoje é esta mesma abundância chegar aos bens rivais. Isso não significa que objetos físicos, como uma escada, possam ser desmaterializados, mas que outras formas de se ter acesso a ele estão surgindo. Raramente alguém usa uma escada todos os dias, então ela não poderia ser utilizada por vizinhos nos outros dias? O mesmo pode ser considerado para qualquer objeto subutilizado por qualquer pessoa. Um problema imediato, sobretudo nas grandes cidades, é o fato de não conhecermos quem mora próximo. Para isso surgem aplicativos como o Tem Açúcar, baseado em geolocalização para colocar em contato quem precisa com a pessoa que pode emprestar. “A abundância é tanto um plano como uma perspectiva” (DIAMANDIS; KOTLER, 2012, p.289) e diz respeito a uma forma de gerir e se relacionar com bens e serviços. É perceber utilidade onde existiria ociosidade.

Assim, a percepção da abundância permite que serviços sejam criados, não só é possível como desejável empreender a partir da observância de uso onde aparentemente não existiria. Trata-se de uma otimização de recursos que pode reduzir custos e desperdícios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, refletimos sobre características que podem orientar o empreendedorismo contemporaneamente. Fizemos isso a partir dos três eixos da economia da confiança que nos convidam a perceber a sociedade sendo organizada através de outros mediadores que criam ecossistemas interativos e permitem uma conexão direta entre pessoas desconhecidas para que possam acessar, de diferentes formas, produtos e serviços. Esse ambiente, para que possa funcionar, requer a confiança entre estranhos, geralmente construída

⁷ Robbins (1945) defende essa leitura em uma das primeiras e ainda mais aceitas definições de economia

entre os próprios pares desconhecidos por meio de comentários e referências. Contudo, essas dinâmicas só operam por conta de uma mudança na percepção dos recursos: eles não são escassos, mas abundantes por conta de outras formas de gestão dos bens e serviços – o terceiro eixo da economia da confiança. Nesse contexto, a propriedade individual parece dividir espaço com o uso compartilhado. Isso não significa que deixaremos de possuir bens, caso contrário não seria possível compartilhá-los. O que emerge são outros valores e crenças que organizam nossa percepção e ação no mundo.

A organização da vida contemporânea em megacidades, como São Paulo, que soma uma população estimada em 2020⁸ de mais de 12 milhões de habitantes, produz estranhezas como morar em condomínios densamente povoados, estar conectado a milhares de pessoas nas redes sociais da internet, mas não conhecer o vizinho com quem se divide a parede. As TDC são, ao mesmo tempo, resultado e promoção de outros modos de estar juntos, produzir e consumir, em um ecossistema comunicativo e social em profundas transformações. Sua observação, análise e compreensão, só podem ser provisórias, sob risco de serem invalidadas por um tempo que não para, muda estatutos antes estáveis - como a ideia de confiança - e corre cada vez mais rápido.

Tal ecossistema nos oferece mudanças que impactam na organização do trabalho que ameaça ou decreta o fim de postos já consolidados e faz aflorar diferentes maneiras de participar do processo produtivo. Ainda que tudo que possamos falar sobre este momento deva ser dito com cautela, é possível entender que neste cenário o empreendedorismo se mostra como um fenômeno relevante que pode contribuir para o desenvolvimento social e humano.

Em um cenário de diversos desordenamentos é essencial voltar nossa atenção tanto para a identificação desses empreendimentos que nascem na economia da confiança - impulsionadas pelas TDC - quanto para sua compreensão e complexificação. Se plataformas como o Tem açúcar? permitem tanto criar maiores conexões entre pessoas que não se conhecem, quanto resolver questões cotidianas, são capazes, pelo exemplo, de apontar caminhos alternativos por onde o empreendedorismo pode dirigir-se em um contexto no qual atores sociais clássicos - como a publicidade - perdem lentamente seu poder legitimador, enquanto outros - pessoas comuns - veem valorizado seu

⁸ Disponível em: <https://bit.ly/2VbVhSv>. Acesso em: 31 jul. 2021.

lugar de fala como atribuidor de valor simbólico e econômico. Não é possível negar que hoje confiamos em desconhecidos - seja para nos levar de um ponto a outro da cidade, emprestar um punhado de feijão ou nos hospedar em uma viagem - e entender isto com um olhar sobre o empreendedorismo abre a possibilidade da sofisticação de formas de construir a confiança e, também, de construir negócios.

REFERÊNCIAS

- BAUWENS, M. et al. **Synthetic Overview of the Collaborative Economy**. Orange Labs and P2P Foundation, 2012.
- BENKLER, Y. Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. **The Yale Law Journal**, v. 114, p. 273-358, 2004.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- CALLON, M. Por uma nova abordagem da ciência, da inovação e do mercado: o papel das redes sociotécnicas. In: PARENTE, A. **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CASTRO, M. **Empreendedorismo Criativo**: como a nova geração de empreendedores brasileiros está revolucionando a forma de pensar conhecimento, criatividade e inovação. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.
- CAVALLINI, M. Automação deve acabar com 85 milhões de empregos nos próximos 5 anos, diz relatório do Fórum Econômico Mundial. **G1**. 21 out. 2020. Disponível em: <<https://glo.bo/3inbBsB>>. Acesso em 01 ago. 2021.
- AUTOR, X. X. **Referência do autor não identificada para manter anonimato na seleção do artigo**. Curitiba: Appris, 2018.
- DIAMANDIS, P H.; KOTLER, S. **Abundância**: o futuro é melhor do que você imagina. São Paulo: HSM, 2012.
- GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.
- RIFKIN, J. **Sociedade com custo marginal zero**: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo. São Paulo: Makron Books, 2016.
- ROBBINS, L. **An Essay on the Nature and Significance of Economic Science**. London: Macmillan, 1945.
- SCHOLZ, T. **Platform Cooperativism**: challenging the corporate sharing economy. New York: Rosa Luxemburg Stiftung, 2016.
- SENNETT, R. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- SIMMEL, G. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.
- TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. D. **Wikinomics**: how the mass collaboration changes everything. United States of America: Portfolio (Penguin Group), 2010.