

Reciprocidade e Mercado: Uma Análise sobre um Aplicativo de Empréstimo de Objetos

Autoria

NATALIA DA SILVA CALDAS BRITO - natalia.caldas@gmail.com

Mest Executivo em Gestão Empresarial/FGV/EBAPE - Fundação Getulio Vargas/Esc Brasileira de Admin Pública e de Empresas

Marisol Rodriguez Goia - marisol.goia@gmail.com

Mest Executivo em Gestão Empresarial/FGV/EBAPE - Fundação Getulio Vargas/Esc Brasileira de Admin Pública e de Empresas

Resumo

O presente paper aproxima a noção de mercado à de reciprocidade ao abordar o modo como se estabelecem trocas materiais a partir de um aplicativo de empréstimo de objetos. Exploram-se os aspectos culturais que comandam a dinâmica relacional entre seus usuários, inseridos no contexto do consumo colaborativo. Do ponto de vista teórico, remete-se aos aportes da antropologia da *‘dádiva’*, que trouxe, de modo pioneiro, a reflexão sobre os princípios socioculturais que regem modalidades de troca tradicionais. Baseada em entrevistas qualitativas com usuários do *Tem Açúcar?* na cidade do Rio de Janeiro, a pesquisa explora os aspectos de natureza sociocultural de que depende a plataforma para se tornar operante, como a construção de confiança, os sentidos materializados pelos objetos e a adesão ao propósito do consumo colaborativo.



Reciprocidade e Mercado: Uma Análise sobre um Aplicativo de Empréstimo de Objetos.

O presente *paper* aproxima a noção de mercado à de reciprocidade ao abordar o modo como se estabelecem trocas materiais a partir de um aplicativo de empréstimo de objetos. Exploram-se os aspectos culturais que comandam a dinâmica relacional entre seus usuários, inseridos no contexto do consumo colaborativo. Do ponto de vista teórico, remete-se aos aportes da antropologia da “dádiva”, que trouxe, de modo pioneiro, a reflexão sobre os princípios socioculturais que regem modalidades de troca tradicionais. Baseada em entrevistas qualitativas com usuários do *Tem Açúcar?* na cidade do Rio de Janeiro, a pesquisa explora os aspectos de natureza sociocultural de que depende a plataforma para se tornar operante, como a construção de confiança, os sentidos materializados pelos objetos e a adesão ao propósito do consumo colaborativo.

Palavras-chave: Reciprocidade, Mercado, Trocas, Aplicativo, Consumo Colaborativo.

INTRODUÇÃO

Este paper se insere na temática da imersão dos mercados na vida social (*embeddedness*), mais especificamente, no debate sobre os princípios socioculturais que regem diferentes modalidades de troca econômica. O artigo retrata, por meio de coleta de dados qualitativa, a dinâmica e o funcionamento de um aplicativo de troca de objetos, chamado *Tem Açúcar?*, destinado a fomentar o chamado “consumo colaborativo”.

O conceito de consumo colaborativo vem sendo definido como uma prática em que pessoas coordenam a aquisição e a distribuição de um recurso tangível ou intangível em troca de um valor ou compensação, incluindo escambo, transação, troca, empréstimo, dentre outras (BELK, 2014). Trata-se de uma atividade baseada na valorização do acesso em detrimento da posse, estando situado no contexto da economia colaborativa (HAMARI et al, 2015). Também cumprem um importante papel nessa conceptualização, as facilidades possibilitadas pelas tecnologias, por serem capazes de mediar relacionamentos, transações e eliminar intermediários a partir da revolução digital e do acesso amplo à internet (SUSTER, 2013).

Com base em Barber (1995), aproximamos a noção de reciprocidade – amplamente discutida na literatura clássica de Antropologia Econômica – à noção de mercado – que tem ocupado a atenção da Sociologia Econômica nas últimas décadas. Deste modo, entendemos o *Tem Açúcar?* como um aplicativo capaz de construir mercados, e refletimos sobre os limites e as possibilidades das relações de reciprocidade que podem ser estabelecidas por intermédio dele.

O aplicativo brasileiro *Tem Açúcar?* foi criado com o objetivo de aproximar vizinhos e promover o chamado consumo consciente. A plataforma identifica o distanciamento entre as pessoas como oportunidade e se propõe a ser um intermediário para transações mais “conscientes” de bens, combatendo a compra e a aquisição “desnecessárias” e promovendo confiança. Trata-se do aplicativo de compartilhamento de bens mais difundido no Brasil, tendo alcançado mais de 150 mil usuários. O *Tem Açúcar?* opera atualmente em aproximadamente 10 mil municípios brasileiros e registra atividades em todos os estados do país, seja em metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro, seja em cidades com menor densidade demográfica.

REFERENCIAL TEÓRICO

A reflexão sobre a economia da reciprocidade ganhou importância no terreno da Antropologia, na década de 1920, a partir de Bronislaw Malinowski e de Marcel Mauss¹. Esses trabalhos evidenciaram a complexidade dos sistemas de troca das sociedades tradicionais, mostrando a maneira como são estabelecidos os contratos entre grupos tribais. O debate contribui, até hoje, para relativizar as modalidades ocidentais e “modernas” da Economia e do Direito.

Uma das principais contribuições é o reconhecimento que Mauss realiza de um princípio social subjacente a diferentes modalidades de troca. Trata-se do princípio de dar, receber e retribuir, que tem caráter simultaneamente obrigatório e voluntário e é estruturante das relações sociais. Muito embora Mauss reconhecesse diferenças entre as modalidades de troca nas sociedades tribais, ancoradas no princípio da dádiva, e aquelas da economia moderna, o autor se comprazia ao ampliar o que entendia como “sobrevivências” culturais tradicionais.

Entre a economia relativamente amorfa e desinteressada, no interior dos subgrupos, que regula a vida dos clãs australianos ou norteamericanos, de um lado, e de outro, a economia individual e do puro interesse que nossas sociedades conheceram, ao menos em parte, desde que essa economia foi descoberta pelas populações semíticas e gregas, entre esses dois tipos dispôs-se uma série imensa de instituições e de acontecimentos econômicos, e essa série não é governada pelo racionalismo econômico do qual se costuma fazer a teoria. (Mauss, 2018, p. 306)

O paradigma antropológico da dádiva considera que os indivíduos são seres sociais e políticos que buscam reconhecimento como doadores, e a sociedade se organiza ao redor de uma obrigação tripla de dar, receber e retribuir (MAUSS, 1974). As dádivas (objetos, bens, serviços, etc.) em circulação nutrem alianças e relações pelo endividamento positivo e mútuo entre as pessoas. Nesse sentido, os indivíduos são interdependentes e conectados entre eles por bens (as dádivas oferecidas) que circulam e que simbolizam o “espírito” do doador (MAUSS, 1974).

Sob a leitura de Caillé (1998), Marcel Mauss teria indicado que o que é trocado - mais do que objetos, presentes, festas, braceletes - são símbolos. Símbolos da presença de grupos e símbolos das necessidades de cada membro e de todos. Símbolos das alianças e das necessidades de alianças. Mauss teria revelado que nenhuma sociedade humana pode edificar-se exclusivamente sobre o registro do contrato e do utilitário, insistindo, ao contrário, em que a solidariedade indispensável a qualquer ordem social só pode surgir da subordinação dos interesses materiais a uma regra simbólica capaz de transcende-los. A “obrigação paradoxal da generosidade” constituiria, assim, a base dessa moralidade, uma moral que manda dar de modo livre e obrigatório, simultaneamente (Caillé, 1998).

Em diálogo com o pensamento de Karl Polanyi, Barber (2005) sustenta que todas as modalidades de economia sejam entendidas como socialmente imersas (embedded): reciprocidade, redistribuição e mercado. Reconstruindo historicamente o conceito de mercado nas Ciências Sociais, Barber (1995) indica que os grandes sociólogos, a partir de Émile Durkheim, avançaram no entendimento de que o mercado não pode existir sem a instituição do contrato. O que Durkheim chamou de “o elemento não contratual do contrato” seria um

componente indispensável das estruturas de mercado, pois as trocas dependem de sanções formais ou informais para os desvios de honestidade.

Assim, pode-se dizer que as dídivas que circulam e criam interdependência e conexão constroem um espaço para movimentação que também pode ser entendido como mercado. Becket (2009) entende os mercados como arenas ordenadas de interação social, marcadas por uma exigência com relação à sua capacidade de resolver os problemas de valor, competição e cooperação (BECKERT, 2009). É somente quando os atores são capazes de construir expectativas alinhadas, estáveis e fundamentadas em confiança, que os obstáculos são resolvidos coordenadamente, configurando o mercado. Assim, o entendimento sobre os problemas operacionais dessa “arena ordenada de interação” – notadamente a origem dos problemas de valor, competição e coordenação - é essencial para o conhecimento da economia colaborativa, pois é das relações sociais que dependem os mecanismos necessários para a produção de equilíbrio, conexão e interdependência entre as pessoas.

Vale reconhecer a corrente que trata da economia da dívida *high-tech* (BARBROOK, 1998), desenvolvida no contexto do compartilhamento de arquivos via *on-line*. Essa corrente se caracteriza pela cooperação livre entre produtores e consumidores de conteúdo, associados sem que haja espera por contrapartida monetária. O reconhecimento nesse caso passa pela identificação de talentos e méritos dos pares, de maneira igualitária. É possível compreender essa cultura como uma combinação entre coletivismo e individualismo, na qual a dívida é o que torna o indivíduo um “herói” aos olhos de seus pares, implicando assim uma assimetria de relações de poder (BERGQUIST; LJUNGBERG, 2001).

Os pontos mais importantes que conectam a economia da dívida e a economia colaborativa se articulam ao redor da primazia das relações interpessoais e do valor da conexão sobre as relações instrumentais e funcionais, sobre o valor dos bens em si e, finalmente, sobre o valor da posse individual e exclusiva (BRITO; GOIA, 2018). A questão da percepção do valor aqui é central, pois as dificuldades em acessar o valor, dada a multiplicidade de bens e suas propriedades complexas, cria valores subjetivos no mercado (KOÇAK, 2003). A avaliação do valor de algo não é inteiramente individual e não se restringe ao que alguém quer ou pensa pagar por algo, mas antes, se baseia em julgamentos socialmente construídos, que reduzem a incerteza e estabilizam expectativas na arena do mercado (BECKERT, 2009). Na prática, a economia da dívida influencia a produção colaborativa (atividade de trabalho como prazer de fazer, com o outro), o consumo colaborativo (dar e emprestar objetos entre pessoas a partir de plataformas na internet), cooperativas de produção e consumo local (dar, receber e retribuir entre próximos ou estranhos, em equilíbrio entre produtores e consumidores), partilha de tempo, saber, conhecimento e competências on-line e off-line.

METODOLOGIA

Com o objetivo de compreender os sujeitos de estudo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas de modo a colher insumos sobre as experiências de uso do aplicativo *Tem Açúcar?*, identificar o comportamento dos usuários e investigar as diversas formas de interação entre os mesmos. A coleta de dados foi feita junto a 9 usuários entendidos como *heavy users*, no período de setembro a outubro de 2018, sendo 6 entrevistas presenciais e 3 à distância.

Os entrevistados foram convidados a discorrer sobre a sua prática com o aplicativo, os obstáculos, escolhas e os sentimentos que seu uso desperta. Enfatizou-se que compartilhassem suas principais experiências como usuários, falando sobre as relações criadas a partir das trocas, os limites das interações, seu entendimento sobre a principal função do aplicativo, entre outras reflexões.

Para a construção da pesquisa foram identificados usuários do aplicativo, moradores da cidade do Rio de Janeiro e municípios dos arredores que conheçam e utilizem o aplicativo ou tenham “curtido” a página do *Tem Açúcar?* pela plataforma de rede social Facebook. Uma das

seleções do público participante foi realizada pela plataforma do *Tem Açúcar?*, “pedindo uma mãozinha”.

O perfil dos informantes foi de 7 mulheres e 2 homens, sendo 8 entre os 9 entrevistados com idade entre 30 e 40 anos, e 1 entrevistado com idade entre 20 e 30 anos. Informações adicionais de profissão e bairro de moradia se encontram na tabela abaixo.

Tabela 1 - Tabela demográfica

Entrevistado	Idade	Sexo	Profissão	Moradia
A	34	F	Designer	Catete
B	37	F	Designer	Botafogo
C	34	F	Pedagoga	Bairro de Fátima
D	35	F	Empreendedora	Barra da Tijuca
E	24	F	Publicitária	Leblon
F	38	F	Empreendedora	Glória
G	35	M	Publicitário	Barra da Tijuca
H	32	M	Administrador	Flamengo
I	36	F	Designer	Icarai

Fonte: Elaborada pelas autoras

RESULTADOS

Justificando o objetivo de entender com maior profundidade a experiência dos usuários da plataforma, e conforme previsto na metodologia, optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas, em sua maioria com usuários entre 30 e 40 anos de idade e experiência média de 2 anos e 3 meses com o aplicativo. Importante ressaltar ainda que as 9 (nove) pessoas entrevistadas exercem profissões diversas, ainda que haja uma recorrência no fato de atualmente praticarem atividades autônomas ou estarem empreendendo algum negócio.

Quando perguntadas sobre como foram as experiências com o aplicativo, pode-se notar algumas tendências nas respostas. Apenas uma usuária não viveu a experiência de pegar algo emprestado ou receber uma doação de objeto, bem como somente uma usuária não logrou viver a experiência de emprestar ou doar algo através da plataforma. A maioria das pessoas entrevistadas relatou êxito tanto na atividade de emprestar quanto na de pegar emprestado (ou receber algo como doação), tendo duas ou mais experiências de troca, com usuários diferentes e também repetidos, como relatado por um dos entrevistados:

“Nossa, eu sou a rainha do Tem Açúcar?, então são muitas experiências. Eu tô sempre usando mesmo o Tem Açúcar?, sempre conto com ele tanto pra doar, como pra, enfim, pegar emprestado, emprestar, eu tô sempre atenta. E sempre foi muito maravilhoso, né, porque eu acredito no coletivo, nas economias, a economia circular. Enfim, eu acredito nisso”. (Entrevistada F, 38, Empreendedora, Glória)

Entretanto, revelou-se que 3/9 das pessoas entrevistadas vivenciaram dificuldades em obter respostas para seus pedidos:

“Pedir emprestado eu só tentei uma vez, só que eu não obtive resposta. Se não me engano era um daqueles quadros de música pra pendurar partitura. Então na época eu tinha uma amiga que ia fazer um show e ela precisava desse objeto. Eu coloquei lá no aplicativo e eu não obtive resposta, mas tudo bem” (Entrevistado H, 32, Administrador, Flamengo)

No que se refere aos relatos de reciprocidade, aproximadamente 3/9 das pessoas entrevistadas receberam ou deram agradecimentos materiais no momento de receberem de volta, ou de devolverem um objeto, como um souvenir de viagem, um bolinho ou até mesmo um bilhetinho de agradecimento:

“... Eu precisei para uma viagem e eu não precisei comprar um mochilão, Aliás, eu prometi que traria um souvenir pro João, e trouxe.” (Entrevistada C, 34, Pedagoga, Bairro de Fátima)

“... Foi uma surpresa muito boa, uma coisa que eu não esperava. Óbvio que eu esperava agradecimento, mas assim, eu não tinha imaginado que ia ser tão bonitinho, sabe? Foi quase receber um presente. Achei muito bom. (Entrevistada B, 37, Designer, Botafogo)

“Aí quando eu recebi de volta, ela ainda me deu um bolinho lá de presente. Eu achei fofo e eu fiquei “aí, que bom que a gente consegue emprestar as coisas e sair um pouco da nossa zona de conforto mesmo.”” (Entrevistada E, 24, Publicitária, Leblon)

Ainda sobre a experiência de uso do aplicativo, as entrevistas revelaram experiências e preferências bem claras. A maioria dos usuários entrevistados classificou o processo de alinhamento, agendamento e troca como tranquilos. Todos os entrevistados confirmaram jornadas de troca que começaram no aplicativo e se concretizaram quando a comunicação migrou do *Tem Açúcar?* para o *Whatsapp*:

“Foi tranquilo. Eu já tinha pego também o telefone do Whatsapp, que a gente tinha vários assuntos em comum de designer. E até troquei uma ideia para ver se ele podia me indicar alguns clientes, que ele trabalhava numa empresa. E aí eu fiquei com o telefone dele pessoal, e acabou que comecei a tratar tudo pelo Whatsapp, e não pelo aplicativo. Foi mais fácil.” (Entrevistada I, 36, Designer, Icarai)

Outra tendência entre os usuários é o agendamento da troca em um local público, normalmente nas proximidades da residência de quem está doando ou emprestando, ou, ainda, a prática de deixar ou buscar o objeto desejado na portaria de quem o está cedendo. Importante notar que, na maior parte das vezes, a troca acontece presencialmente e que o encontro poucas vezes se dá na casa de quem empresta ou doa:

“A gente marcou o dia, e essa mora bem mais perto de mim, ela mora no centro também. A gente marcou um dia, passei na portaria, ela tava passeando com o cachorro, eu digo: “ah, tá aqui”. Pegou, me entregou

o skate e “oi, muito obrigada, tchau, smack smack e beijos”.
(Entrevistada C, 34, Pedagoga, Bairro de Fátima)

Entende-se que a troca por meio de aplicativos dependa primordialmente de confiança. As entrevistas realizadas mostram que, nesse sentido, a maioria esmagadora dos usuários confiaram nas avaliações do aplicativo e se fiaram nelas para materializar a troca com a outra pessoa. Apenas uma das entrevistadas afirmou ter ido buscar mais informações, pesquisando sobre a outra pessoa no *Facebook*. Neste caso, verificar se há amigos em comum nessa rede social ajudou a atenuar a desconfiança:

“Ah, olhei Facebook. É uma segurançazinha. Tinham amigos em comum, um era designer. Ai eu falei: “então tá tranquilo”. Mas também marquei de encontrar na rua. Acho que é muito mais tranquilo do que receber em casa, que a gente ainda tem esse receio.”
(Entrevistada I, 36, Designer, Icarai)

Além disso, quando perguntados se realizariam trocas com qualquer pessoa, 5/9 dos entrevistados disseram que não, afirmando que dependeriam dos comentários e avaliações no perfil da outra pessoa dentro do aplicativo *Tem Açúcar?*. Nesse sentido, foi possível perceber o quanto usuários recentes e sem avaliação representam um risco maior e geram menos confiança para a transação. Esses usuários acabam tendo chances menores de êxito e dependem do desejo da outra pessoa em criar confiança a partir de conversas fora do aplicativo e busca de informações em redes sociais. A partir das respostas foi possível notar ainda a importância da proximidade geográfica e que este seria um fator impeditivo de troca com qualquer pessoa. Por outro lado, quatro pessoas disseram que não teriam qualquer limite e que trocariam com qualquer pessoa:

“É, acho que sim. Agora que você me perguntou isso eu tô me achando um pouco inconsequente. Normalmente eu olho só as avaliações da pessoa, só pra eu ver se ela... mas às vezes a pessoa também é nova, então não tem avaliação nenhuma. Então vai muito do papo que eu tô tendo com a pessoa também”. (Entrevistada E, 24, Publicitária, Leblon)

“Ah, se for muito longe, se não tiver nenhuma avaliação ou se tiver avaliações ruins ou se for alguma coisa assim... num sei. Eu acho que basicamente isso, que eu não sinto que posso confiar, entendeu?”.
(Entrevistada A, 34, Designer, Catete)

Quando perguntados se havia um limite do que emprestar, todos os 9 usuários entrevistados disseram que sim, afirmando que dificilmente emprestariam objetos pessoais, com valor afetivo e valores financeiros considerados altos e objetos de uso profissional ou frágeis. Isto é, não estariam dispostos a emprestar coisas pessoais insubstituíveis, emocional ou financeiramente. Ainda que todos os entrevistados afirmem que existe um limite do que emprestar, os objetos dados como exemplos possuem claramente pesos e valores diferentes, especialmente no que se refere àquilo que se chama de valor financeiro, conceito naturalmente relativo e subjetivo.

“Bom, tem, tem limite. Mas eu não sei se...eu acho que as coisas que eu não emprestaria pelo aplicativo eu não emprestaria de jeito nenhum, sabe? Não sei, por exemplo, eu emprestei a lente da minha câmera. Eu

não sei se eu emprestaria a câmera inteira, sabe? Mas eu também não sei se eu emprestaria ela para alguém que me pedisse normalmente, sem ser pelo aplicativo. E coisas mais pessoais. Por exemplo, quando emprestei a máquina do cartão. Eu tenho ela há pouco tempo e também não sabia usar. Sabe, eu fiquei um pouco insegura. Emprestei, mas fiquei um pouco insegura se tinha algum dado naquilo, sabe? Depois eu vi que não. A própria pessoa me explicou, me ajudou, me ensinou a mexer em outras coisas no aplicativo dela depois. Mas eu fiquei um pouco insegura. Então, assim, coisas que possam ter meus dados eu acho que eu não emprestaria.” (Entrevistada B, 37, Designer, Botafogo)

“Ah, por exemplo, uma pessoa tava pedindo objetos pra fazer uma festa mexicana, temática. Eu tenho uma caveira mexicana, mas a minha amiga trouxe, essa caveira mexicana é do México, sabe? Eu não vou emprestar porque pode quebrar, entendeu? Então assim, essas coisas muito emocionais ou de quebrar, aí não?”. (Entrevistada F, 38, Empreendedora, Glória)

Conforme já mencionado, a confiança é um fator elementar para as trocas analisadas na presente pesquisa. Nesse sentido, as avaliações ganham peso relevante no aplicativo, pois manifestam a reputação de cada usuário. Assim, julgou-se relevante perguntar aos entrevistados o que consideram no momento de avaliar um outro usuário. As respostas revelaram que pontualidade, compromisso e disponibilidade para comunicação são os três elementos mais considerados. Foram citados também o zelo pelo objeto, a simpatia na abordagem e a honestidade:

“Compromisso com a pessoa. Diz que vai devolver num prazo X. É o compromisso dela mesmo. Você tá fazendo algo bom, né. Mas você também espera que a pessoa possa pelo menos ter esse compromisso de devolver ou dar uma satisfação. Uma coisa que eu sempre tive pelo aplicativo. E o zelo também pelo seu objeto, né. Devolver da mesma forma que pegou emprestado. Acho que isso também é bem importante”. (Entrevistado H, 32, Administrador, Flamengo)

Quando perguntados sobre o que achavam que outros usuários consideram quando avaliam, todos os entrevistados citaram os mesmos elementos mencionados acima.

Considerando que o aplicativo *Tem Açúcar?* se apresenta como uma plataforma para promover o contato entre vizinhos, as entrevistas realizadas buscaram validar se as trocas materializadas pelos entrevistados geraram ou não relações para além do aplicativo. Aproximadamente 7/9 dos participantes das entrevistas relataram que sim, as trocas realizadas acabaram por gerar relacionamento externo, seja se tornando uma amizade de redes sociais (*Facebook* e *Instagram* foram os mais mencionados), seja se tornando um contato para dicas de viagem ou oportunidades profissionais através de comunicação via *Whatsapp*. Mesmo que intermitentes ou ocasionais, foi possível notar que a maior parte das trocas acabaram de fato aproximando os usuários no off-line, gerando assim uma proximidade maior entre vizinhos:

“Ah sim, hoje a gente é amigo de rede social. A gente comenta às vezes stories no Instagram, acompanha viagem. Ele tava mês passado no

Pará, achei legal. Pará não, no Norte do Brasil, né. E em outros lugares por lá também. E eu achei interessante a viagem dele, o roteiro que ele fez. Ele foi postando, aí se eu for para lá eu pego informações com ele." (Entrevistada C, 34, Pedagoga, Bairro de Fatima)

Inserido em um contexto de economia colaborativa, entende-se que o aplicativo *Tem Açúcar?* atrai usuários alinhados com essa realidade. Por conta disso, perguntou-se aos entrevistados se gostariam de comentar sobre essa nova forma de economia. Revelou-se que os entrevistados são entusiastas da economia colaborativa, que a consideram relevante e fundamental para gerar impacto social positivo, além de promover um consumo mais consciente.

“Acho que a gente tinha, cada vez mais, ter acesso às coisas e não ter as coisas. Porque assim, Uber a gente tem acesso ao carro, Airbnb a gente acesso a um hotel, a uma hospedagem, roupa a gente poderia ter acesso, e não tem um armário gigante com 500 opções, e cada hora que a moda muda você compra uma coisa nova. Você podia ter armário colaborativo, você podia ter biblioteca colaborativa, você podia ter tudo colaborativo. Acho que é um caminho maravilhoso, assim. Pra tudo. A gente não precisa mais ter tudo. A gente poderia só ter acesso. Mas aí tem isso, tem que ter um bom acesso. O Uber provou que a gente tem um fácil acesso a carro, sabe? A bicicleta Itaú provou que a gente tem um fácil acesso a uma bicicleta. Aí, no mais, todo o resto, acho que seria interessante a gente ter um fácil acesso a. Sei lá, quero plantar a minha própria comida. Ter alguém que tem um terreno e que me dê a possibilidade de plantar no terreno dele, e eu ter acesso a uma horta minha. Coisas assim, né. Eu acho que é um caminho que tá acontecendo. Até o Clube Orgânico fazia meio que isso, né, mais ou menos”. (Entrevistada I, 36, Designer, Icarai)

Finalmente, quando indagados sobre a principal função, a principal entrega do aplicativo em questão, os entrevistados concordaram que o *Tem Açúcar?* ajuda a comprar menos e, ao mesmo tempo, facilita a aproximação das pessoas na vida real, promovendo assim comunidade e mercado paralelo:

“Eu acho que é essa união da comunidade, dos vizinhos, sabe? Eu acho que é trabalhar a confiança entre as pessoas. A gente não trabalha isso, né. Não pode confiar muito, não pode pedir ajuda para o outro, não pode contar com o outro. E a principal entrega pra mim seria essa, essa experiência.” (Entrevistada F, 38, Empreendedora, Glória)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseada na premissa do consumo entre pares, a economia colaborativa demanda que seus usuários depositem uma quantidade considerável de confiança nas pessoas e nas

plataformas com as quais lidam. Pelas entrevistas pôde-se identificar o que os usuários não estariam dispostos a fazer circular entre usuários do *Tem Açúcar?* todo e qualquer objeto. Alguns itens não seriam “emprestáveis”, como itens de valor emocional, objetos considerados caros ou frágeis, produtos de uso íntimo e pessoal. Isso significa que o universo de objetos verdadeiramente disponíveis para transação no aplicativo *Tem Açúcar?* é limitado por fatores como afetividade, valor financeiro e fragilidade. Entretanto, é fundamental ressaltar que esses fatores são relativos, visto que não há consenso sobre o que, de fato, gera valor afetivo ou sobre o que é ou não um objeto caro ou frágil.

Por se tratar de uma proposta que promove a interação entre pessoas que não necessariamente se conhecem, através de perfis que podem ou não conter informações verossímeis, o aplicativo *Tem Açúcar?* - assim como outros de economia colaborativa - tem como desafio oferecer um ambiente virtual seguro, capaz de transmitir a confiança de que as interações entre os usuários serão mediadas, formalizadas e passíveis de identificação. Assim, a confiança vem sendo tratada como o principal elemento dessa alternativa econômica (BOTSMAN E ROGERS, 2011; ZERVAS ET AL, 2015; SUNDARARAJAN, 2016) e o “lubrificante social” dos negócios baseados na relação de consumidor para consumidor (ARROW, 1974).

As entrevistas realizadas apontam para o entendimento de que os laços sociais, descritos nos dias atuais simplesmente como conexões e surgidos a partir das transações na plataforma *Tem Açúcar?*, habitam uma realidade onde o *online* e o *off-line* se misturam, constituindo um ambiente novo. Nesse sentido, os laços sociais oriundos das relações promovidas pela plataforma estudada na presente pesquisa se formam de fato, ainda que dificilmente alcancem profundidade, longevidade e intimidade. Além disso, a plataforma, enquanto arena de interação social (mercado), resolve os problemas de valor, competição e cooperação (BECKERT, 2009) ao oferecer a seus usuários um espaço de relação que garante normativamente as trocas, valida socialmente o valor dos bens em pauta, promove confiança suficiente para a cooperação e contorna o problema da competição com a expansão da colaboração.

É adequado afirmar que a reciprocidade baseia as transações promovidas a partir do aplicativo *Tem Açúcar?*. A reciprocidade é validada como manifestação de reconhecimento, gratidão e equilíbrio, aparecendo tanto sob formas mais intangíveis - como troca de histórias, dicas de viagem, contatos profissionais e convites para eventos sociais -, quanto em pequenos gestos, como bilhetes de agradecimento, preparação de roteiros de turismo e pequenos mimos (presentinhos) como um souvenir, um bolinho ou um livro. Essas retribuições indicam que o princípio social-moral teorizado por Marcel Mauss no clássico Ensaio sobre a Dádiva – a obrigação de dar, receber e retribuir - segue tendo validade para compreender as trocas humanas em tempos marcados pela mediação tecnológica.

¹ “Argonautas do Pacífico Ocidental”, de Malinowski, foi publicada pela primeira vez em 1922 e “Ensaio sobre a Dádiva”, de Mauss, em 1925.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARROW, K. **The limits of organization**. New York: Norton, 1974.

BABER, B. **All Economies Are "Embedded": The Career of a Concept, and Beyond**. *Social Research* v. 62, n. 2, pp. 387-413, 1995

BARBROOK, R. The Hi-Tech Gift Economy. **First Monday**, v. 3, n. 12, February 1998.

BECKERT, J. The Social Order of Markets. In: **Theory and Society** 38, 245-269, 2009.

BELK, R W. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2014.

BERGQUIST M.; LJUNGBERG J. The power of gifts: organizing social relationships in open source communities. **Information Systems Journal**, v. 11, n. 4, pp. 305-320, Oct. 2001.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRITO, N. ; GOIA, M. Economia Colaborativa e Confiança: um estudo sobre um aplicativo de trocas de objetos e construção de redes sócias. **Anais do IX Encontro Nacional de Estudos de Consumo**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <http://estudosdoconsumo.com/anais-do-ix-enec/> >. Acesso em 18.mai..2019

CAILLÉ, A. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. *RBCS*, São Paulo, v.13, n.38, p.5-38, 1998.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 67, n. 9, p. 2.047-2.059, 2015.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. **Sociologia e antropologia**. v. II, São Paulo : Edusp, p. 1.923-1.924, 1974.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. **Sociologia e antropologia**. , São Paulo : UBU, p. 306, 2018.

KOÇAK, Ö. Social orders of exchange: Effects and origins of social order in exchange markets. **PhD thesis, Stanford**: Stanford University, 2003. 

SUNDARARAJAN, A. **The sharing economy**. The end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Cambridge, MA: MIT Press, 2016.

SUSTER, M. **Both sides of the table**: Are you ready to Earn or Learn. Hyperink, 2013.

ZERVAS, G.; PROSERPIO, D; BYERS, J. A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average. **Working Paper**, Jan. 2015. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2554500>>. Acesso em: 07 maio 2018.