
Trocas de experiências via bases digitais: uma cultura comunicacional contemporânea baseada na confiança e na mutualidade¹

Fernanda Elouise BUDAG²
FAPCOM, USJT, ESPM, São Paulo, SP

RESUMO

Propomos uma reflexão crítico-teórica – complementada por resultados de dados empíricos – que atravessa os temas da cultura comunicacional participativa e do consumo colaborativo com vistas a mudanças sociais. Fazemos uma sondagem (não exaustiva) de alguns enunciados noticiosos e documentais que tangenciam o tema em questão; para ilustrar um pouco do “espírito do tempo” que estamos querendo retratar. De maneira conssecutiva, articulamos esse levantamento com uma base teórica que sustenta nossas reflexões, como a teoria das dádivas, de Mauss (2019), e a discussão sobre atitudes políticas das práticas de consumo, fomentada por Sennett (2018). Por fim, para revelar como os atores sociais vêm efetivamente empreendendo trocas de experiências com o uso da moeda-tempo, traçamos considerações sobre registros de troca realizadas por membros do *TimeBanks* (EUA).

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; consumo; tecnicidade.

INTRODUÇÃO

Na base de nosso olhar está a perspectiva dos Estudos Culturais por entendermos que esse paradigma enfatiza a função estruturante da cultura no social, a qual possibilita que sentidos sedimentados sejam atualizados ou refutados. Esse ponto de vista dialoga com todo o panorama que estamos monitorando a respeito de um discurso de “economia de troca” que aflora hoje especialmente de dentro do ambiente digital, buscando espaço ao lado do sistema econômico hegemônico assentado no dinheiro.

Exploramos mais adiante variadas discursividades que se alinham ao que estamos situando como “economia de troca”. Para o momento, basta assinalarmos que, fundamentada nos Estudos Culturais, propomos uma reflexão crítico-teórica – complementada por resultados de dados empíricos – que atravessa os temas da cultura

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP). Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Atualmente pós-doutoranda no PPGCOM-ESPM. Docente na FAPCOM e USJT, e-mail: fernanda.budag@gmail.com.

comunicacional participativa e do consumo colaborativo³ com vistas a mudanças sociais. Particularmente, nosso foco recai no estudo dos usos e discursos sobre iniciativas, mediadas pelo digital, que podemos situar como de consumo colaborativo sem o emprego da base monetária, que privilegiam o intercâmbio de experiências e a dissipação de disparidades.

Nesse raciocínio, operamos três movimentos neste texto. Primeiro, fazemos uma sondagem (não exaustiva) de alguns enunciados noticiosos e documentais que tangenciam temáticas de nosso interesse, particularmente sobre iniciativas que promovem trocas de experiências de consumo (bens materiais ou simbólicos) entre sujeitos via ambiente digital, e negócios de impacto social (o chamado setor 2.5); isso para ilustrar um pouco do “espírito do tempo” que estamos querendo retratar. De maneira consecutiva, articulamos esse levantamento midiático noticioso-documental com uma base teórica que sustenta nossas reflexões, como a teoria das dádivas, de Mauss (2019), e a discussão sobre atitudes políticas das práticas de consumo, fomentada por Sennett (2018). Por fim, na tentativa de revelar como os atores sociais vêm efetivamente empreendendo tais trocas de experiências em sua cotidianidade, para de fato apreendermos a face dessa manifestação comunicacional na concretude do real, traçamos considerações sobre a observação de registros de experiências de troca realizadas por membros do “sistema” chamado “Banco de Tempo”, ou *TimeBanks*, nos Estados Unidos.

Com esse movimento de busca – por discursos na/da mídia, por arcabouço teórico e por relatos de estórias de sujeitos envolvidos –, acreditamos dar conta de evidenciar tanto o contexto a partir do qual emergem os projetos de “economia de troca” que nos interessam (ou seja, os demais textos que os envolvem) quanto quais os contornos que eles andam ganhando com as práticas sociais empreendidas, procurando descortinar para onde estão apontando e o que nasce a partir deles.

No percurso de nossa pesquisa, tivemos como ponto de partida a Bellive, uma plataforma online de troca de experiências que usa o *tempo* como moeda. Segundo o texto de apresentação publicado no perfil do Instagram da própria base digital, ela está

³ Ainda que as iniciativas observadas não se autodenominem enquanto de consumo colaborativo explicitamente, com uma visada classificatória para fins didáticos e conceituais, fixamos dessa forma entendendo consumo colaborativo como práticas de consumo mais conscientes que privilegiam o compartilhamento de bens e/ou experiências, sobretudo mediadas pela tecnologia digital (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

“[...] criando uma economia baseada em amor, igualdade e abundância”⁴; e convida para que o usuário “compartilhe seus talentos e viva experiências usando o tempo como moeda”⁵. Em uma ponta, sujeitos podem oferecer serviços e, com essas ofertas, acumulam o tempo investido. Na outra ponta, sujeitos buscam por experiências e investem, para a compra destas, o seu tempo já ofertado e acumulado anteriormente.

Nesse sentido, tomamos a proposta da organização Belive, e os discursos e práticas que promove, como *disparadores* de nossa investigação. Mas não nos ativemos apenas a ela. Partindo dela, fomos nos deixando levar pelos fluxos do ambiente digital, mais ou menos aos moldes do método de observação à deriva da antropologia, cujo caminhar Careri (2013) entende como um ato de conhecimento do espaço atravessado. Seguindo – e perseguindo – essa direção e esse olhar, fomos desembocando em outras discursividades e exercícios. Portanto, em primeira e última instâncias, é sobre essa trajetória investigativa que discorreremos aqui.

Os sujeitos envolvidos nos projetos observados interagem e participam solicitando ajuda com alguma atividade ou ofertando seu tempo para alguma tarefa. A certo modo, ao lado dos direitos fundamentais relacionados à comunicação, nosso interesse é expandir a reflexão para direitos fundamentais relacionados ao consumo; entendido enquanto prática sociocultural (CANCLINI, 2006). Questionamos então se mudanças sociais são de fato possíveis via esses projetos examinados. Eles facilitam a conexão humana, a compreensão e o respeito mútuo? Favorecem direitos humanos? Qual a natureza da participação efetivamente praticada nesses espaços – e a partir deles?

DISCURSOS EM CIRCULAÇÃO E ENTRELAÇAMENTOS TEÓRICOS

Convivemos em nossos tempos com paradoxos como a demanda por bem-estar envolvendo padrões de consumo insustentáveis versus a urgência por cuidados ambientais mais extremos. Cenário que coexiste ainda com má distribuição de renda e de recursos básicos à sobrevivência; ou melhor, escassez em determinados locais do Planeta e abundância em outros. Tudo isso impactando em direitos humanos sociais, econômicos, educacionais, culturais, entre outros.

⁴ INSTAGRAM BELIIVE. Disponível em: <<https://instagram.com/beliive.br>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

⁵ INSTAGRAM BELIIVE. Disponível em: <<https://instagram.com/beliive.br>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

Toda essa conjuntura, época e lugar, com seu pensamento e visão de mundo correntes, fazem propagar determinados discursos – e não outros. Nesse sentido, entendemos que sempre corre, portanto, um conjunto de enunciados que compreendem a uma dada formação discursiva. Nesse ponto, dialogamos com Maingueneau (2008, p. 20), que, ao mesmo tempo em que se inspira em Pêcheux e se aproxima de conceitos de Foucault, também situa, em seus termos, a distinção entre formação discursiva e superfície discursiva. “Tratar-se-á aqui de opor um sistema de restrições de boa formação semântica (a *formação discursiva*) ao conjunto de enunciados produzidos de acordo com esse sistema (a *superfície discursiva*)” (MAINGUENEAU, 2008, p. 20, grifos no original).

Em outras palavras, sem entrarmos também nos pormenores da questão, que não vêm ao caso no momento para o foco deste artigo, buscamos textos/enunciados específicos (a superfície discursiva) que tocam os assuntos do consumo colaborativo, da comunicação participativa, da economia compartilhada, da economia solitária e seus correlatos porque entendemos que eles têm um núcleo em comum (a formação discursiva), justamente a “economia de troca”. Desse modo, ao mesmo tempo em que descortinamos esses discursos já proferidos, apontamos para potenciais que ainda podem ser construídos em torno desse centro discursivo comum. Fazemos isso como forma de iniciarmos nossa discussão, pois é dessa discursividade mais abrangente que despontam as iniciativas alternativas que temos monitorado, que buscam minimizar algumas das mazelas sociais relacionadas a (não) acesso ao consumo. Ainda que de forma rasa neste espaço, os textos que levantamos são suficientes para sinalizar esse contexto mais amplo em que esses movimentos estão situados.

Recente entrevista da fundadora da Beliive, Lorrana Scarpioni, com Edgar Cahn, professor norte-americano da área do Direito e CEO do *TimeBanks USA*, disponibilizada no canal do Youtube da Beliive⁶, coloca em pauta uma série de questões pertinentes para o campo semântico – e consequente universo social – que estamos querendo retratar. Antes, cabe situar que o “timebanking é uma moeda baseada no tempo”⁷, ou seja, o *TimeBanks USA*, uma organização sem fins lucrativos criada por

⁶ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with beliive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

⁷ No original: “Timebanking is a time-based currency”. Fonte: TIMEBANKS. *Timebanking basics*. Disponível em: <<https://timebanks.org/timebankingabout/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

Cahn em 1995, conserva uma proposta bastante similar à da Belive, já mencionada. Uma pessoa presta uma hora de serviço para outra pessoa e recebe tempo como crédito, que pode ser usado para receber outros serviços ou mesmo pode ser doado para outra pessoa.

Na entrevista, Cahn situa que o *TimeBanks USA* é um “veículo de justiça”⁸. E continua:

É uma forma de remediar e lidar com as disparidades que nós não deveríamos tolerar. E essas disparidades tomam muitas formas. Sim, elas tomam a forma de riqueza. Mas também tomam a forma da discriminação baseada na raça, na idade, no gênero, na nacionalidade, na língua.⁹

Primeiro, cabe sublinhar o que está dado nesse trecho: vivemos em um mundo repleto de desigualdades de várias naturezas. É uma situação praticamente estrutural da sociedade e que se traduz em uma luta constante para muitas pessoas e organizações direta ou indiretamente envolvidas. Essas discrepâncias, pronunciadas na superfície do enunciado, ao mesmo tempo em que denunciam a origem de iniciativas como *TimeBanks USA* e Belive, também manifestam o pertencimento das duas pontas (desigualdades e plataformas) à mesma formação discursiva: é em virtude dessa realidade destoante que os movimentos de promoção da igualdade têm razão (e necessidade) de existir.

Cahn ainda complementa: “Eu não penso que estou abandonando o Direito quando estou trabalhando com o TimeBanks. Eu acredito que estou promovendo justiça. Se eu estou reduzindo disparidades, então eu estou fazendo justiça, nos meus termos”¹⁰. O CEO faz questão de se posicionar dessa forma para marcar o ponto de que, dedicando-se ao *TimeBanks USA*, que estaria, à primeira vista, apenas no campo estrito da economia/consumo, Cahn não está, de modo algum, num olhar mais atento, distanciando-se do Direito; este entendido enquanto conjunto de princípios destinado em fazer acontecer a justiça.

⁸ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with belive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

⁹ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with belive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

¹⁰ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with belive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

Nisso, podemos remeter às ideias de Sennett (2018) quando trata da cultura do que chama de novo capitalismo, que seria a fase do capitalismo global atual, iniciado no fim do século XX. Nessa “nova” lógica, defende o autor, acontece uma aproximação da política e da economia que não seria aceita, por exemplo, na Grécia Antiga, onde separava-se o espaço de se fazer política, o Pnyx, do espaço do mercado, do fazer econômico, a Ágora.

Esta separação reflete um postulado clássico do pensamento social, o de que a atividade econômica debilita a capacidade política das pessoas. A lógica é simples: para Platão, a economia opera no terreno da necessidade e da ganância, ao passo que a política deveria operar no da justiça e do direito. (SENNETT, 2018, p. 127-128).

Hoje, por seu turno, Sennett (2018) situa que conseguimos entender as relações econômicas de consumo em termos políticos e, a partir desse entendimento, é possível afirmar postulados sobre as possibilidades do consumo como o de que “[...] as pessoas poderiam libertar-se sonhando com algo além dos limites e das rotinas da vida cotidiana” (SENNETT, 2018, p. 144). Assim, nesse sentido, o consumo tem um viés político de libertação, de emancipação.

O autor situa ainda muitas outras nuances bem menos otimistas da sobreposição entre política e consumo, mas que são pormenores irrelevantes para a discussão que propomos aqui. Nesse ponto, porém, podemos trazer à tona outros tópicos abordados por Sennett (2018) quando cita grandes nomes, que reforçam a potência da visão de justiça do *TimeBanks USA*, visto que ele se descreve posicionando-se como “em uma missão para nutrir e expandir um movimento que promove a igualdade e constrói economias comunitárias solidárias através da troca inclusiva de tempo e talento”¹¹. Ou seja, está colocada aqui a potência de uma certa força de vontade coletiva, cujo estudo Sennett atribui a Arendt; assim como está localizado ali também um ideal democrático, lembrando Jefferson (SENNETT, 2018, p. 146).

Esse ideal democrático é identificado também quando o *TimeBanks USA* explica que “uma hora de serviço é sempre um crédito de tempo, independentemente da natureza do serviço executado”¹². O fato de que todo tipo de “trabalho” prestado tem o mesmo valor é bastante relevante para uma proposta de exercício democrático. Ainda,

¹¹ No original: “On a mission to nurture and expand a movement that promotes equality and builds caring community economies through inclusive exchange of time and talent.” Fonte: INSTAGRAM TIMEBANKS. Disponível em: <<https://instagram.com/timebanksusa>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

¹² No original: “Timebanking is a time-based currency”. Fonte: TIMEBANKS. *Timebanking basics*. Disponível em: <<https://timebanks.org/timebankingabout/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

podemos depreender que o *TimeBanks USA* tem convicções de base democrática quando vemos que parte do princípio de que tempo é uma “moeda” igualitária porque todos, em teoria, recebem igualmente 24 horas no dia. Esse mesmo pensamento “ingênuo” é proclamado pela fundadora do Belive: “Eu amo o tempo, porque é democrático. Todo ser humano tem 24 horas em um dia” (JULIO, 2019).

Situamos essa noção como inocente porque, criticando e problematizando a situação, aqui podemos inserir uma contradição: justamente por conta das disparidades sociais já mencionadas, há pessoas que precisam trabalhar muito mais horas por dia – e na maioria das vezes para ganhar menos que as que trabalham menos tempo diariamente – e aí a quantidade de tempo que sobra que não está dedicada ao trabalho – e à sobrevivência –, que poderia ser usada para colaborar com o outro, não é a mesma para todos. Com esse raciocínio, o ideal democrático se dissolveria. Novamente a formação discursiva profunda se fazendo revelar.

Ainda assim, mesmo frente a essa aparente incoerência, vale trazer para a conversa mais um trecho de Sennett (2018), quando menciona o discurso de Martin Luther King durante o movimento pelos direitos civis dos negros nos Estados Unidos:

“Eu tenho um sonho”, pronunciado no auge da busca de justiça. Alvo da zombaria dos realistas na imprensa e no governo, ele conseguiu mobilizar as massas para a ação. A linguagem que utilizou recorria à retórica da potencialidade pessoal e do abandono de antigos hábitos de separação social incorporados à rotina. King era o perfeito arendtiano. Para ele, a busca por justiça era mais que um conjunto de políticas a serem adotadas; exigia que se virasse uma nova página. (SENNETT, 2018, p. 146).

Dialogando com King, usar o tempo como moeda pode parecer utópico, pode parecer um sonho. Mas na linha de pensamento acima, é um sonho possível se mudarmos de paradigma. Se operarmos mudanças em determinadas práticas, é viável. Obviamente que exige disposição por parte de todos nós, atores sociais, para a adoção de novos hábitos, mas a democracia, em essência, exige mesmo essa disposição. Iniciativas como o *TimeBanks USA* (assim como a Belive) são praticáveis até porque, nas palavras do próprio Cahn, o “TimeBanks não eliminará o dinheiro porque o dinheiro é outro sistema”¹³. A concepção dessas plataformas é de coexistência com o (dentro do) sistema vigente, empreendendo algo mais efetivo que ajude as pessoas.

¹³ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with belive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

Esse “ajudar ao outro” inclusive é um pensamento em voga hoje quando se versa sobre um setor econômico antigo, mas sobre o qual apenas mais recentemente vem se falando mais e ganhando mais adeptos no Brasil – reflexo de discursos circulantes em nosso tempo (CHARAUDEAU, 2010, p. 118) –, o chamado Setor 2.5. Não é o caso do *TimeBanks USA*, que é uma organização sem fins lucrativos, ou seja, integrante do chamado Terceiro Setor, ou Setor 3 da economia, mas é o caso da *Beliive*, que pode ser considerada como um negócio de impacto social, ou seja, inserida no Setor 2.5 da economia. Esse setor compreende negócios que fundem a lógica do Segundo Setor, das empresas privadas, que visam lucro, com a proposta das entidades do Terceiro Setor, que miram uma contribuição social. As empresas do Setor 2.5, portanto, não visam o lucro pelo simples lucro e, sim uma sustentabilidade financeira que seja fruto da comercialização de produtos/serviços que reverberem positivamente na sociedade. Sobre o setor, a imprensa tem noticiado números e deu a entender que o seu crescimento é uma repercussão de um certo espírito do tempo:

Estas empresas com propósito podem ser uma ótima saída para os muitos executivos que hoje estão no mercado corporativo, insatisfeitos com seus trabalhos e sonhando em realizar uma atividade profissional que impacte positivamente a sociedade.

O setor vem crescendo no Brasil. No início de 2017, a *Pipe Social* divulgou uma pesquisa que mapeou 579 negócios sociais, nas áreas de educação (38%), tecnologias verdes (23%), cidadania (12%), saúde (10%), cidades (8%) e finanças sociais (9%). (GOMIDES, 2018).

Nessa orientação segue a *Beliive*, a qual inclusive acaba de anunciar um novo braço de atuação que deixa até mais evidente sua preocupação em ter lucro sem perder de vista um efeito positivo para a sociedade. Além do foco original na troca de tempo por serviços entre pessoas físicas, agora a *Beliive* agrega um novo modelo de negócios que se dá junto a empresas, funcionando como uma “plataforma de RH” (JULIO, 2019).

No novo modelo, a empresa opera como uma plataforma personalizada para empresas, como uma marca “white label”. O foco, alinhado com o setor de recursos humanos da empresa, é propor a colaboração entre funcionários, atendendo desde pessoas interessadas em troca de experiências como aulas de música e meditação até trocas voltadas aos negócios, como gestão e finanças. (JULIO, 2019).

Com esse modelo fechado, a *Beliive* consegue atender demandas de empresas de variadas dimensões e necessidades: “[...] o perfil de conteúdo varia de acordo com os clientes. Empresas como startups têm a tendência de trocar mais atividades como hobbies; já companhias tradicionais focam mais em boas práticas (JULIO, 2019).

Retomando com o *TimeBanks USA*, Cahn traz mais um elemento importante de ser ressaltado que diz muito sobre esse movimento em particular, mas também sobre um sentimento que parece estar sendo (re)construído hoje:

De certo modo, o banco de tempo não anda para frente. Ele volta atrás. Volta para as raízes. É uma forma de dizer como utilizamos a tecnologia para facilitar esse processo de mutualidade em um mundo onde somos programados “não confie em ninguém”, “não fale com estranhos”.¹⁴

Nesse trecho Cahn destaca o papel de fundo do *TimeBanks USA* de romper com a resistência que, ao que tudo indica, fomos aos poucos arquitetando entre nós e os outros na sociedade capitalista cujas relações são basicamente mediadas pelo dinheiro.

Nessa altura, a respeito da dinâmica de mutualidade que atravessa o *TimeBanks USA* – como também a *Beliive* –, acreditamos que o que Mauss (2019) investigou é extremamente pertinente para o que queremos sustentar. Mauss (2019) estudou a natureza das transações humanas nas sociedades ditas primitivas ou arcaicas, ou seja, em sociedades que ainda coexistiam à época de suas investigações ou em sociedades que nos precederam historicamente (observou particularmente grupos na Polinésia, Melanésia e no noroeste americano, entre outros). Há variadas configurações de trocas que Mauss (2019) explorou – o dar para manifestar superioridade entre chefes bárbaros; o restituir o que foi recebido apenas para humilhar, etc. –, mas, de todo modo, em comum, essas organizações sociais mantinham o fato de não terem a moeda legal mediando as relações de mercado.

Entre os achados de Mauss (2019) que queremos destacar está o dado de que as transações entre as coletividades estudadas se dava basicamente na forma do presente, que era, em essência, voluntário; mas seguia uma conduta moral obrigatória de ser retribuído. No fundo, não se trocava apenas riquezas e bens materiais úteis e valorizados economicamente; trocava-se também amabilidades (MAUSS, 2019, p. 58).

Agrupando seus resultados, Mauss (2019, p. 203) propõe que o sistema econômico que identificou seja denominado “sistema das prestações totais”, que, segundo ele, “[...] constitui o mais antigo sistema de economia e de direito possível de constatar e conceber” (MAUSS, 2019, p. 201). Por fim, o antropólogo defende:

Que se adopte então o princípio da nossa vida aquilo que sempre foi um princípio e sempre o será: sair de si, dar, livre e obrigatoriamente; não há risco de engano. Assim o diz o provérbio maori:

¹⁴ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with beliive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

Ko Maru kai atu
Ko Marua kai mai
Ka ngohe ngone

“Dá tanto quanto recebes e tudo estará bem.”. (MAUSS, 2019, p. 202).

O *TimeBanks USA* e a *Beliive* estariam, com efeito, resgatando essa concepção de mutualidade registrada por Mauss (2019) e isso é reforçado mais uma vez em fala de Cahn, na entrevista: “Ele [o *TimeBanks USA*] coloca as peças juntas e permite que essas peças permaneçam juntas para criar confiança, memória e relacionamentos.¹⁵ O que exige mais estudo, porém, e não conseguimos responder agora, é se há a permanência ou a ruptura com a obrigação moral de restituição do serviço prestado. Ademais, confiança é palavra-chave que transparece e se ergue dos relatos que trazemos na sequência.

HISTÓRIAS COMPARTILHADAS: MANIFESTAÇÕES CONCRETAS

Por fim, como forma de ilustrar como têm se dado essas práticas de comunicação participativa e consumo colaborativo sem o envolvimento da moeda formal e apenas com a introdução da moeda-tempo, monitoramos histórias compartilhadas na página do Instagram do *TimeBanks USA*, agrupadas desde março de 2017 pela hashtag #50storiesin50days.

Destacamos a seguir, na íntegra, cinco relatos que resumem o *teor* das experiências vividas por agentes ativos envolvidos nesse movimento (cremos que esses relatos ilustrem também a qualidade das históricas que circulem na rede da *Beliive*):

Joy Adams, do *TimeBanker*, ofereceu-se para digitalizar fotos antigas e eu aproveitei, compartilhando com ela que nunca tínhamos sido capazes de encontrar parentes no lado da minha mãe. Joy teve experiência em genealogia e se ofereceu para ajudar. Ela combinou a foto que eu tinha deles, perto de um velho celeiro, publicou em um site histórico de celeiros e comentários foram feitos pelos meus parceiros! Liguei e eles ficaram tão emocionados quanto eu em estar em contato. Eles são pessoas maravilhosas. Nós nos conhecemos e agora passamos tempo juntos quando podemos. Juntos, aprendemos muito sobre a nossa história, que explica os segredos e circunstâncias que causaram a divisão que nós consertamos. Obrigado *TimeBank* por dar minha família de volta para mim! Aqui estou em um festival com minha recém-nascida prima Jenny.¹⁶

¹⁵ YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with beliive* - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

¹⁶ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRGdvSKlhvo/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

Em maio do ano passado eu comprei uma casa. Cerca de um mês depois, no meio da noite, eu ouvi um pop. Eu pensei que eram as árvores ou algum outro barulho do lado de fora. Não foi até o dia seguinte que eu percebi que o "pop" que eu ouvira era o último suspiro da geladeira. Três semanas depois, depois de uma comédia de erros, uma nova geladeira foi instalada. Na mesma hora, percebi que a luz da cozinha não funcionava mais. Quando a geladeira explodiu, apagou as luzes também. Eu sabia o suficiente para não mexer com a eletricidade, então, eventualmente, fui ao TimeBanks para ver se alguém estava à mão com material elétrico. Com Bob, que tinha as ferramentas e o know-how, e 45 minutos depois, eu tinha luz na cozinha! Acontece que havia um interruptor atrás da parede ao lado da geladeira que deve ter sido desligada quando a nova geladeira foi instalada. Estou grata por ter o TimeBanks para ligar a luz quando eu estava no escuro. Obrigada, Bob!¹⁷

Com diálise três vezes por semana, Elaine acreditava que não tinha nada para dar, mas eu sabia o contrário. Ao conversar com ela, descobri que Elaine pintava - não paisagens ou retratos, mas lindos ovos pysanky. E enquanto Elaine trazia seus belos ovos pintados à mão para me mostrar, ela também me cobriu com guloseimas para mastigar. Acontece que ela também era uma fabulosa padeira! Elaine era essencial em sua comunidade - ela foi capaz de completar todos os panfletos para o casamento de outro membro, tudo em créditos de tempo. Apenas tomou a percepção de que ela tinha a capacidade de dar para tornar isso possível. Ela também realizou aulas de culinária em sua cozinha ensinando os membros a fazer kiffels. Infelizmente, Elaine já faleceu - mas ela não morreu sozinha. Por membros do TimeBanks, que - através do processo de TimeBanking - se tornaram seus amigos e sua família, e ela continuou o ciclo de dar, deixando um ovo pintado para cada pessoa que tinha entrado em sua vida e significou algo para ela.¹⁸

Depois de um desastre como os terremotos de 2016 em Canterbury, na Nova Zelândia, foi difícil saber como ajudar. O que é um apoio significativo para os necessitados? O Bridge2Rocks TimeBank entrou em contato com o Hurunui TimeBank e fez contatos com a Equipe de Resposta de North Canterbury. Nossa comunidade respondeu com refeições e cartões de apoio que foram entregues por sua equipe de resposta local para os mais necessitados. A resposta - "Poderia, por favor, transmitir nossos sinceros agradecimentos a um garotinho chamado Jordis aos 9 anos no Mt. Pleasant School: Nós recebemos o mais lindo cartão de Natal feito por ele e isso significou muito para todos nós, que fomos afetados profundamente pelo terremoto de Kaikoura em 14 de novembro. Receber esse lindo cartão de alguém que não conhecemos é realmente incrível. Dou graças à gentil comunidade que enviou refeições e cartões".¹⁹

É difícil para mim pedir ajuda. Entrei no TimeBanks em 2013. Em 2014, pedi por uma carona ao aeroporto e consegui. É isso. Mas, em 2015, conheci a Mary. Falei sobre o minha cirurgia que estava para vir. Que eu precisaria de refeições, viagens para o hospital e farmácia. Mary postou um anúncio. Eu tinha alergias ao glúten, soja, tomate e leite. Ninguém quer cozinhar para alguém com isso. Eu estava errada. Duas pessoas se manifestaram. Dentro de uma semana após o post uma mulher entregou uma semana de refeições. Eu tirei uma foto delas no meu freezer e chorei. De repente tive a sensação de

¹⁷ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRI0JrTlcsd/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

¹⁸ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRRDAEzFGLO/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

¹⁹ INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRLr7ZMIDcy/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

que tudo ficaria bem. Saber que a ajuda pode vir de estranhos que acabaram de se tornar amigos fazem você perceber que não há problema em pedir ajuda - é isso que a comunidade do TimeBanks fornece.

Com essas histórias, sintetizamos a *natureza* das manifestações concretas de experiências sendo vivenciadas junto ao *TimeBanks USA*, entendendo que essas práticas ganham, sobretudo, o caráter de colaboração e de ajuda mútua. Algumas são mais centradas em bens materiais (mais ou menos úteis, no sentido de atender necessidades básicas), mas grande parte canaliza para uma esfera muito mais simbólica e afetiva; de construção de vínculos, relacionamentos com desconhecidos e mesmo de oferta de bem-estar emocional – quando notamos que o agradecimento, na quarta história, veio mais pelo cartão que pelo alimento.

Ainda, podemos concluir que, atravessando transversalmente esses relatos, está o exercício de justiça também, de que tanto tratamos anteriormente. Afinal, ocorre uma democratização nesse processo. Democratização no sentido de permitir acesso a bens e serviços que de outra forma essas pessoas talvez não teriam, sim. Mas arriscamos afirmar que há mais uma democratização da confiança.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início de nossa caminhada exploratória, partimos da hipótese de que os movimentos em estudo, ainda que tenham um apelo ao consumo (de caráter mais imaterial), não enfraquecem o exercício da cidadania, por conservarem um posicionamento político de colaboração e de justiça.

Agora, entre nossos resultados, sublinhamos que a contribuição dos projetos estudados não está restrita ao consumo. Ainda assim, considerando este hoje enquanto um componente para um exercício pleno da cidadania, conseguimos afirmar que os projetos investigados possibilitam, a seus termos, mesmo que minimamente, difusão e acesso a direitos dos cidadãos. No mínimo, capacitam cidadãos para tomarem maior consciência de seu consumo como ato político e enxergarem seus direitos e deveres.

Procurando responder as questões que fomentaram nosso problema de pesquisa, acreditamos que, sim, em certa medida – ainda que limitada –, mudanças sociais são de fato possíveis via esses projetos examinados. Eles efetivamente facilitam a conexão humana, a compreensão e o respeito mútuo; e ainda favorecem direitos humanos.

Finalizando, novamente recorremos a um diálogo com Sennett (2018). O autor sustenta que, “[...] para progredir, uma comunidade organizada precisa contar com relações continuadas e experiências acumuladas. Em suma, a deriva antiprogressista da nova cultura decorre da maneira como lida com o *tempo*. Isso significa que nada pode ser feito?” (SENNETT, 2018, p. 162, grifo nosso). Sennett (2018) entende por organização progressista aquela em “[...] que todos os cidadãos acreditam que estão unidos num projeto comum” (SENNETT, 2018, p. 150). Nesse raciocínio, se Sennett (2018) enxerga uma corrente antiprogressista na cultura construída hoje nos desenhos do capitalismo global é porque não enxerga essa preocupação com o coletivo. Somado a isso, o teórico coloca a culpa desse panorama em nossa forma de lidar com o tempo porque, segundo ele, com a efemeridade do trabalho hoje assumindo a atenção e a preocupação dos sujeitos, não é possível uma dedicação para o cuidado de si e muito menos do outro.

Contudo, o sociólogo encerra com a provocação “Isso significa que nada pode ser feito?”. Consideramos responder a essa questão com “não necessariamente”. Ainda que em nossa explanação tenhamos acompanhado a própria lógica encabeçada pelos projetos observados, não os seguimos sem criticidade, e inclusive apontamos problematizações. Ainda assim, concluímos nossa resposta a Sennett (2019) sustentando: quem sabe, uma das vias possíveis de contribuição para uma nova direção – para reduzir ou mesmo solapar a falta de responsabilidade para com o coletivo – esteja nas propostas colaborativas que propõem uma mudança de paradigma centrada no uso do tempo como forma de promover confiança e ajuda mútua.

REFERÊNCIAS

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

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CARERI, Francesco. *Walkscapes: o caminhar como prática estética*. São Paulo: Ed. G. Gilli, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

GOMIDES, Andréa. *Híbrido de empresa e ONG, setor 2.5 ainda é apenas possibilidade no país*. Folha de S. Paulo, 05 jan. 2018. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/colunas/2018/01/1945415-hibrido-de-empresa-e-ong-setor-25-ainda-e- apenas-possibilidade-no-pais.shtml>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTAGRAM BELIIVE. Disponível em: <<https://instagram.com/beliive.br>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://instagram.com/timebanksusa>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRGdvSKlhvo/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRI0JrTlcsd/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRRDAEzFGLO/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

INSTAGRAM TIMEBANKS USA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRLr7ZMIDcy/>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

JULIO, Rennan A. A nova fase da Beliive, que agora opera como plataforma de RH para empresas. *Época Negócios*, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2019/06/nova-fase-da-beliive-que- agora-opera-como-plataforma-de-rh-para-unilever.html?fbclid=IwAR0RCh44juWR5IrP5P1I-XhXn-FpD0LWqMoY-KByHqSg5RKxaeMBx1_zcs>. Acesso em: 27 jun. 2019.

MAIGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a dádiva*. Lisboa: Edições 70, 2019.

SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. 6. ed. São Paulo: Editora Record, 2018.

TIMEBANKS. *Timebanking basics*. Disponível em: <<https://timebanks.org/timebankingabout/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

YOUTUBE BELIIVE. *Abundance talks with beliive - Lorrana Scarpioni entrevista Edgard Cahn*. 22 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8yrYWk-lsdo>>. Acesso em: 25 jun. 2019.