

Uberização e economia compartilhada: Discussão teórica e levantamento bibliométrico acerca das pesquisas em comunicação¹

Nayara Francine Felipe da Rosa²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – FAAC/Unesp, Bauru - SP

RESUMO

O modelo de negócio *Sharing Economy*, no Brasil definido como economia compartilhada, é uma proposta que se caracteriza pelo intermédio entre quem necessita e quem oferece um serviço ou produto a partir do uso de plataformas digitais. Empresas que seguem essa definição têm a atividade fim realizada por parceiros que seguem um padrão de gestão de trabalho, modelo este que ficou conhecido como Uberização. A temática é atual e pode ser explorada pela academia, logo, o presente artigo apresenta um debate sobre economia compartilhada e Uberização e um breve levantamento bibliométrico, a fim de quantificar publicações sobre a temática na área da comunicação. Foi identificado um baixo número de produções científicas sobre o tema e dessa forma foram colocadas algumas indagações sobre possíveis causas para esse fato.

PALAVRAS-CHAVE: Uberização; Economia Compartilhada; Uberização do trabalho; Uberização e Comunicação; Comunicação na economia compartilhada.

INTRODUÇÃO

A economia compartilhada, modelo de negócio da atualidade que molda consideráveis empresas do mercado atual, é uma proposta nova que se caracteriza pelo intermédio entre quem necessita de um serviço ou produto e quem pode oferecê-los a partir de plataformas digitais. De acordo com Ferreira e Oliveira (2016) se trata de um modelo em construção, logo, ainda não é possível pontuar suas consequências de forma precisa, porém já se pode identificar alguns de seus efeitos, como a reestruturação produtiva do capital, por exemplo. Esse modelo desencadeou uma nova proposta de gestão de trabalho, hoje denominada “Uberização”.

De acordo com Cimar (2019, apud. Marques 2019), coordenador da área de Trabalho e Rendimento do IBGE, em cinco anos oitocentos mil novos profissionais passaram a realizar a atividade fim desses serviços, seja como atividade principal ou secundária. O autor ainda complementa que “[...] a Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC - Unesp

de + Domicílios) mostra que o grupamento de transportes saltou de 4 milhões de trabalhadores, em 2014, para 4,8 milhões, em março de 2019 e a maioria desses 800 mil novos postos é de motoristas de aplicativos”. Ou seja, se trata de um modelo de negócio que impacta significativamente a sociedade, seja no âmbito empregatício, na economia ou na dinâmica de vida dos indivíduos.

Considerando a temática atual, o impacto da economia compartilhada e seu modelo de gestão do trabalho (Uberização), o artigo em pauta traz uma discussão teórica acerca dessa proposta e apresenta de forma sucinta um levantamento bibliométrico, que se trata de uma metodologia proposta por Barichello (2016) na obra “Pesquisa em Comunicação: Metodologias e Práticas Acadêmicas”, no capítulo "A autoria na elaboração de uma tese", a fim de compreender o Estado da Arte do assunto proposto.

O artigo foi dividido em quatro partes: a primeira apresenta a jornada do modo de produção na sociedade que resultou no modelo de economia compartilhada. A segunda por sua vez, dá ênfase no conceito de Uberização como um modelo de gestão de trabalho, considerando a relevância social dessa nova proposta. A terceira apresenta quantitativamente as publicações encontradas no levantamento bibliométrico realizado; e por fim, os apontamentos e indagações finais que trazem reflexões sobre a temática abordada.

AS MUDANÇAS NOS MODOS DE PRODUÇÃO E O SURGIMENTO DA ECONOMIA COMPARTILHADA

O conceito e ideia de trabalho é, na concepção de Marx (1978, p. 29 apud HIRANO, 2011, p.1), “uma condição natural eterna da existência humana”, além de complementar que “sem o trabalho, não haveria a produção e a reprodução (histórico-social) da vida humana”, ou seja, o trabalho é gerador do que somos enquanto sociedade, organizações e também causador das mudanças dos meios de produção e a vida humana.

A partir da perspectiva de Castells (2009), voltando os olhares para a jornada histórica do trabalho em conjunto com a evolução tecnológica, tem-se como gêneses a agricultura e o artesanato, que na essência utilizavam a troca e a produção humana para áreas agrícolas e de produções artesanais. A mudança “brusca” aconteceu na 1º Revolução Industrial, em meados do século XVIII, com a criação da máquina a vapor e a inserção desta na produção têxtil, contexto em que se inicia a troca da mão de obra humana pelas máquinas e a entrada da economia no modelo capitalista. Tal fato acarretou

mudanças no espaço geográfico, como crescimento das cidades, aumento na produção e exploração do trabalho. Passando, de acordo com Castells (2019), do modo de produção agrário para o industrial, o qual é marcado pelas novas fontes e descentralização da energia.

A segunda Revolução Industrial, que ocorreu entre a segunda metade do século XIX e o início do século XX, abarca o desenvolvimento de indústrias do petróleo, química e elétrica, gerando a relativa eliminação do trabalho humano e a reassignificação do mercado de trabalho, sendo que agora as máquinas desenvolvem as atividades que antes eram manuais. Já a terceira Revolução, denominada tecno-científica, inicia-se após a 2ª Guerra Mundial e é marcada não apenas por mudanças em aparatos e produções (robótica, aprimoramento da informática em tecnologias), mas também por criar e desenvolver o informacionalismo que, de acordo com Castells (2019, p. 35) é o modo de produção que se desenvolve na “geração de conhecimento, processamento de informação e de comunicação de símbolos”.

As possibilidades do informacionalismo oportunizaram o avanço da tecnologia e o desenvolvimento da globalização, fenômenos estes que promoveram a redução das distâncias geográficas e a aproximação das pessoas. Tal cenário possibilitou o surgimento de empresas multinacionais e potencializou o consumo de produtos internacionais, dessa forma, desde o final do século XIX têm-se uma reconfiguração do mercado e da sociedade que avança e se modifica de forma constante e acelerada.

Ressalta-se que a jornada aqui mencionada não aconteceu de forma homogênea em todo o globo, cada estado-nação passou e ainda passa pelas fases citadas em tempos distintos, além de mesclarem os modelos de produção. No entanto, na atualidade é possível identificar a ênfase na sociedade do informacionalismo.

O avanço das TIC's (Tecnologia de Informação e Comunicação) como aparatos que interferem significativamente na vida da sociedade, em ações individuais e nas organizações, trouxeram consigo significativas transformações e contribuíram para o aceleração das fases organizacionais e para a complexidade do mundo atual: globalização, rapidez, fácil acesso às informações e conexões em rede. Dessa forma, Castells (2019, p.25) evidencia que “a sociedade é a tecnologia e a tecnologia não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”, ou seja, se trata de um processo intrínseco e mútuo que impossibilita pensar a sociedade sem tecnologia e vice-versa.

É a partir desse cenário que surge um novo modelo de negócio, considerando também os marcos e avanços do capitalismo, como tantos outros que fizeram e fazem parte da história (fordismo e taylorismo, por exemplo), sendo que neste caso, o modelo atual foi potencializado e absorvido pela sociedade durante e após a crise de 2008. Este novo modelo de economia que molda consideráveis negócios da contemporaneidade é denominado *Sharing/shared economy*, que traduzindo para o português, compreende-se como "economia compartilhada" (ALVES, 2020). Segundo Barros (2015, p.2), esse tipo de organização

[...] é resultante de uma série de fatores históricos, culturais, econômicos, sociais e tecnológicos. A sociedade em rede, a interação e conexão entre pessoas, a apropriação dos aparelhos tecnológicos e a postura mais efetiva dos indivíduos foram fundamentais para o cenário que vivenciamos hoje.

De acordo com Shirky (2008 apud Villa Nova, 2015), a economia compartilhada surgiu nos Estados Unidos impulsionada pelos avanços tecnológicos que oportunizaram a redução dos custos das transações *on-line peer-to-peer*, ou seja, as transações que acontecem de "ponto a ponto" ou ainda de "pessoa para pessoa". Ou seja, essas empresas disponibilizam acesso a ativos subutilizados que são intermediados por plataformas digitais - aplicativos e *sites* - de empresas especializadas (Bradshaw e Brook (2014) e Eckhardt e Bardhi (2015) apud Alves, 2020, p.4).

Teodoro, Fonseca e Antonieta (2017, p.8) argumentam que,

[...] economia compartilhada ou colaborativa parte da ideia de consumo colaborativo, intermediado pelos aplicativos e negócios a partir dela criados. Trata-se ainda da instrumentalização de uma nova filosofia de consumo, segundo a qual, não é imprescindível possuir o bem para dele usufruir. Normalmente, a tecnologia vem para viabilizar este intercâmbio no "uso" dos bens ou serviços entre quem o tem e quem o deseja diretamente. Por isso, também é conhecida como economia *peer to peer* – de pessoa para pessoa.

Ou seja, as empresas que se enquadram nesses moldes basicamente têm como fim realizar o intermédio entre prestadores de serviços/possuidores de produtos e indivíduos interessados, que usufruem desses bens ou serviços sem precisar comprá-los definitivamente. Assim, a ideia de troca e de partilha é resgatada séculos após ser "subtraída" pelo capitalismo e seus desdobramentos, nascendo então a economia híbrida, onde "uma parte é uma economia de mercado capitalista e a outra é uma economia

compartilhada” (RIFKIN, 2015 apud BEZERRA, 2017, p. 16). Bezerra (2017, p.13) pontua sobre a economia híbrida ao dizer que “sua proporção aumentou graças à tecnologia, que conecta pessoas que oferecem algo a alguém que precisa há quilômetros de distância”.

Sobre a economia compartilhada, Botsman e Rogers (2011 apud BARROS, 2015 p.5) complementam que “se trata de uma modalidade em prol de relacionamentos mais sustentáveis e saudáveis com o consumo”, a qual objetiva reduzir os impactos de projetos mais comerciais, visando uma tendência para o mercado de troca, doações e empréstimos. Se trata da alteração do que é consumido e também da forma como consumimos. Assim, a sociedade passar a usufruir de bens e serviços de terceiros sem de fato conhecê-los, levando em consideração apenas as avaliações e indicações de outras pessoas que estão disponíveis na rede.

As empresas no modelo de economia compartilhada se configuram como “*startups*”, que atualmente possuem representatividade e atuação em âmbito global. Essas podem ser definidas como:

Uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza... elas não existem apenas para fabricar coisas, ganhar dinheiro ou mesmo atender clientes... elas existem para aprender a desenvolver um negócio sustentável. Sua principal atividade é transformar ideias em produtos, medir como os clientes reagem, e, então, aprender se é o caso de pivotar ou perseverar. (RIES 2011, p.10, apud PALOSCHI e DOS SANTOS JUNIOR, 2016, p. 26)

As organizações de economia compartilhada são tidas como orgânicas e são formadas por colaboradores/funcionários: aqueles que fazem parte da organização e trabalham para ela; e parceiros: aqueles que não fazem parte da organização, mas que de certa forma também trabalham para elas, como é o caso dos motoristas, motociclistas e ciclistas que colaboram realizando o transporte individual de encomendas e alimentos por meio de aplicativos e/ou outras plataformas.

Empresas como *Airbnb.com*, *e-Bay*, *iFood*, *Uber*, *Zipcar* e *Loggi*, apresentam sistemas que contemplam interesses comuns a partir do acesso às redes de confiança neste intermediário (as organizações), logo, evidenciam a ideia de “colaboração” desse modelo. “Colaboração tornou-se a palavra de ordem para economistas, filósofos, analistas de negócios, identificadores de tendências, comerciantes e empresários – e com razão.” (Botsman, Rogers, 2011, p.8 apud Barros, 2015, p.6).

Sobre a adesão desse novo modelo empresarial, Ferreira e Oliveira (2018, p. 178) apontam que este possui

[...] relação direta com as inovações tecnológicas, o desemprego estrutural destaca-se durante os primeiros anos no novo século, favorecendo o crescimento do mercado de trabalho informal. Atualmente, no Brasil, o trabalho autônomo e o informal estão em processo de superação do subordinado.

Dessa forma, compreende-se então que este mercado é resultado dos avanços tecnológicos e de suas consequências, sendo que questões como o desemprego, por exemplo, favorecem a aceitação das regras dessa relação por parte dos então denominados parceiros.

A UBERIZAÇÃO – O NOVO MODELO DE TRABALHO

A Uberização consiste no modelo de gestão de trabalho das empresas que aderem à ideia de economia compartilhada com seus parceiros. De acordo com Rebecchi (2018, p. 6),

Neste caso, o trabalhador não tem vínculo empregatício com tais organizações. Ele é considerado um trabalhador autônomo que se utiliza, por exemplo, dos aplicativos da empresa para realizar um determinado serviço e conseguir alguma remuneração com isso. Entende-se, desse modo, que esse indivíduo não precisa se submeter às ordens de um patrão, tendo liberdade para desenvolver a sua atividade de trabalho, conforme as suas próprias necessidades e seus desejos.

Por outro lado, Ludmila Abílio (2017 apud Rebecchi, 2018, p.4) pontua que o conceito em pauta não se consolida pelos ideais provenientes das *startups* que seguem o modelo da economia compartilhada, mas sim das problemáticas de terceirização e precariedade das condições de trabalho que fazem parte da realidade do brasileiro.

O termo faz referência à organização Uber, empresa que surgiu no início do século XXI com a proposta de oferecer serviço de transporte individual aos seus usuários por meio de um aplicativo móvel. O serviço se caracteriza pelo intermédio de motoristas parceiros e usuários, os quais são “ligados” através de um sistema de *GPS*³. O pagamento é feito via cartão ou dinheiro e parte considerável do valor pago ao motorista parceiro é repassado à organização. O fluxo de atendimento entrega ao motorista parceiro a

³ Sigla para *global positioning system*, em português sistema de posicionamento global, que de acordo com Zanotta (2011) consiste, resumidamente, na localização remota dos aparelhos móveis oportunizada pela navegação via satélite.

atividade fim do aplicativo, sendo que as ações da plataforma fazem parte do serviço de intermédio. A empresa não possui carros e não se responsabiliza por qualquer dano causado ao veículo do parceiro. Dessa forma, se trata realmente de uma ponte entre quem precisa de transporte e quem pode oferecê-lo através de um aplicativo/*software*.

Woo e Bales (2016, apud GUIMARÃES, 2017 p. 4) fazem uma análise mais objetiva acerca do fluxo da prestação do serviço da Uber:

Uber é um aplicativo de compartilhamento de corrida que pode ser baixado em qualquer *smartphone*, Android, iOS (Apple) ou Windows, e conecta passageiros a motoristas através do sistema de GPS dos celulares dos usuários. Através do recurso de GPS do telefone, tanto o condutor como o passageiro podem ver a localização da outra parte e aproximadamente quanto tempo vai demorar para chegar ao seu ponto de encontro - que pode ser definido pela pessoa que solicita um passeio. Antes ou imediatamente após o motorista pegar o passageiro, este pode configurar o local onde gostaria de ser deixado. Depois que o passageiro é capturado e deixado no local desejado, seu cartão de crédito - que é inserido no aplicativo ao ser baixado - é cobrado.

Abílio (2019, p.1) enfatiza que “a Uberização não se inicia com a atuação dessa empresa, muito menos se restringe a ela”, no entanto foi e é usada como molde para o enquadramento das demais organizações Uberizadas, considerando que possuem características em comum. A autora ainda enfatiza que,

[...] a transformação do trabalhador em trabalhador *just-in-time*; o *crowdsourcing*; a transformação do trabalho em trabalho amador e as novas formas de controle automatizadas que possibilitam pensar na definição de gerenciamento algorítmico do trabalho. Faz-se uma crítica ao uso da noção de empreendedor para o trabalhador uberizado, propondo-se seu deslocamento para a definição de auto gerente subordinado.

O mesmo modelo é replicado em diversos segmentos e mercados, como acontece com o *Airbnb*, que faz a ponte entre pessoas/grupos que buscam por um espaço de hospedagem a quem possa oferecer o mesmo. Há algumas regras para o anfitrião: higiene, hospitalidade, mimos, tempo de resposta na plataforma, além da avaliação feita pelos hóspedes. O mesmo acontece com a Loggi, *iFood*, Mercado Livre, Elo7 e tantas outras empresas que têm seus respectivos funcionamentos mediados por avaliações dos usuários aos vendedores de produtos e prestadores de serviço.

ESTUDOS NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO – LEVAMENTO BIBLIOMÉTRICO

Considerando a atualidade e relevância da temática, o presente item apresenta um breve levantamento bibliométrico, cuja metodologia é proposta por Barichello (2016) no capítulo "A autoria na elaboração de uma tese" do livro "Pesquisa em comunicação: Metodologias e Práticas Acadêmicas", sendo que o presente estudo teve como foco a realização da primeira fase do método, a fim de compreender o Estado da Arte da temática.

Para elaborar o Estado da Arte, sugiro uma sequência de atividades: (a). Fazer uma primeira pesquisa exploratória no Google acadêmico e outras fontes como o site da Compós, sites de programas de pós-graduação e repositórios para ver quem está trabalhando com o tema, a partir das palavras-chave já identificadas (BARICHELLO, 2016, p. 135).

Para tanto, a primeira fase da pesquisa foi realizada a partir de buscas em Anais do Congresso Abrapcorp⁴ e Intercom Nacional⁵, em grupos de pesquisa sobre Comunicação Organizacional e Relações Públicas; nos repositórios da Capes⁶, Scielo⁷ e nas revistas de comunicação conceito A1 e A2 da Qualis Periódicos da CAPES⁸, com classificação do quadriênio 2013-2016 (apêndice A). As palavras-chave utilizadas foram: "uberização", "economia compartilhada" e "uber+comunicação", no período de 2016 a 2019, na área de informação e comunicação.

A partir da pesquisa exploratória encontrou-se artigos, teses e dissertações que foram publicados entre 2016 a 2019 (período de quatro anos) nos seguintes anais, periódicos ou repositórios: Intercom Nacional (3), Scielo (5), Capes (11), Information, Communication & Society (3), Chasqui: Revista Latino Americana de Comunicação (1), IEEE Multimedia (8), RAE Online (1) e Social Identities (1), totalizando trinta e três escritas que abordaram o tema da comunicação na economia compartilhada e/ou Uberização.

As temáticas abordadas foram categorizadas a partir das publicações identificadas, a fim de compreender os rumos das pesquisas sobre esse tema sob a óptica da comunicação. Das trinta e três publicações encontradas, 54,5%, ou seja, dezoito,

⁴Congresso realizado pelo Abrapcorp – Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, disponível em (<http://portal.abrapcorp.org.br/edicoes-antiores/>)

⁵Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, disponível em (<https://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/2019>).

⁶Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, disponível em (<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>)

⁷Biblioteca científica eletrônica online, disponível em (<https://scielo.org/>)

⁸Plataforma Sucupira, disponível em (<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>)

discorreram sobre questões relacionadas à trabalho, quatro (12,1%) sobre dados, três (9%) avaliaram o serviço em diferentes regiões e sob diferentes perspectivas. Por fim, duas (6%) fizeram análises das comunicações da organização Uber. As outras temáticas foram abordadas em apenas uma das publicações, sendo elas: enquadramento narrativo (3%), jurídico (3%), o que é UBER (3%), privacidade (3%), comparação Uber x Táxi e estratégias institucionais (3%).

Entende-se que a amostra em questão é mínima e há a necessidade de ampliar o número de periódicos e anais a serem explorados, como por exemplo, as revistas com conceito B1 e B2 pela Qualis Periódicos da CAPES. Ressalta-se ainda que, por se tratar de uma temática atual, 2020 é um ano expressivo a ser considerado no estudo bibliométrico. No entanto, devido a não conclusão do ano, optou-se por deixá-lo para um posterior estudo, assim como publicações realizadas anteriormente ao ano base.

Contudo, diante do levantamento realizado, é possível pontuar que a Uberização e a economia compartilhada sob as perspectivas da comunicação, são temáticas com lacunas a serem desbravadas, e que dentre as publicações encontradas, a abordagem da “Uberização e Trabalhos” é a mais explorada, considerando a atualidade, o impacto desse modelo de gestão e o controle do trabalho gerado no mercado. Portanto, se trata de discussões de suma relevância para as ciências sociais aplicadas, conforme evidenciado por Rebechi (2018, p.2),

A uberização tem sido apresentada por cientistas políticos e sociais (Abílio, 2017; Pochmann, 2016;) como um modelo de organização, gestão e controle do trabalho ainda em emergência, que integra um processo histórico de reestruturação produtiva ocorrida durante todo o século XX e que se estende até os dias de hoje.

Questões que sustentam a relevância social e a necessidade da academia em explorar as outras abordagens propostas para essa temática, para além das condições de trabalho, sejam elas sobre estratégia institucional ou de análise de dados.

APONTAMENTOS

Com base na realização do breve levantamento bibliográfico quantitativo acerca das publicações relacionadas à Uberização e economia compartilhada sob as perspectivas da comunicação, constatou-se a necessidade de refletir sobre as dificuldades encontradas pelos pesquisadores para o desenvolvimento de pesquisas sobre a temática, como por

exemplo, a falta de referencial bibliográfico devido à contemporaneidade do tema, sendo que para este, ainda é possível que se apresentem novas abordagens e definições.

Assim, a partir da breve apresentação do levantamento bibliométrico e das definições dos conceitos “Uberização” e “economia compartilhada”, identificou-se a urgência de mais pesquisas na área e a necessidade de direcionar esforços para reflexão sobre as possíveis causas desse déficit teórico e acadêmico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABÍLIO, Ludmila Costek. O Uber torna evidente a tendência de transformação do trabalhador em microempreendedor e em trabalhador amador produtivo. **Passa a palavra**, São Paulo, p. 1-7, 26 fev. 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2774109/mod_resource/content/1/Abilio%202017_Uberiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20trabalho.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2019.

ABÍLIO, Ludmila Costhek. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas Individuo y Sociedad**, Valparaíso, v 18, n. 3, nov 2019. DOI <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue3-fulltext-1674>. Disponível em: <<https://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/view/1674>>. Acesso em: 26 fev. 2020.

ALVES, Giovanni. **Trabalho e mundialização do capital: a nova degradação do trabalho na era da globalização**. 2.ed. Londrina: Praxis, 1999.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. A autoria na elaboração de uma tese. In: MOURA, Cláudia Peixoto de *et al*, (org.). **PESQUISA EM COMUNICAÇÃO: Metodologias e Práticas Acadêmicas**. 326. ed. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2016. cap.1, p. 129-154. ISBN 978-85-397-0803-1.

BARROS, Ana Cirne Paes de. Uber: O Consumo Colaborativo e as Lógicas do Mercado. **COMUNICOM2015**, São Paulo, 2015. Disponível em: <http://anais-comunicom2015.espm.br/GTs/GT5/24_GT5_BARROS.pdf>. Acesso em: 11 set. 2019.

BEZERRA, Aline Crisnir Torres. **UBER: A gestão do relacionamento em novos modelos de negócio**. 2017. 63 p. Monografia (Bacharel em Relações Públicas) – Universidade Federal do Paraíba, João Pessoa, 2017. *E-book*.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação - economia, sociedade e cultura**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 968 p.

FERREIRA, Walkiria Martinez Heinrich; OLIVEIRA, Lourival José de. **UBERIZAÇÃO DO**

TRABALHO SOB A ÓTICA DO CONCEITO DE SUBORDINAÇÃO ESTRUTURAL. Revista **DIREITO UFMS**, Campo Grande, MS, v. 4, p. 177-194, jan-jun 2018.

GUIMARÃES, Tiago da Costa. AS RELAÇÕES E A DIGITALIZAÇÃO DAS CIDADES ATRAVÉS DO APLICATIVO UBER. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade; AMORIM, Lidiane Ramirez de (org.). **(RE) LEITURAS CONTEMPORÂNEAS SOBRE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS**. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2017. p. 379-394.

HIRANO, Sedi. Política e economia como formas de dominação: o trabalho intelectual em Marx. **Tempo Social**, São Paulo, v. 13, n. 2, Nov 2011. DOI <https://doi.org/10.1590/S0103-20702001000200001>. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702001000200001>. Acesso em: 3 mar. 2020.

MARQUES, Pedro. Uber com diploma: Desemprego alto faz até profissional com faculdade virar motorista e entregador de aplicativos. **UOL Economia**, São Paulo, 3 ago. 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/reportagens-especiais/profissionais-com-faculdade-viram-uber/>. Acesso em: 10 ago. 2020.

MOREIRA NETO, Diogo de Figueiredo. Reinstucionalização da ordem econômica no processo de globalização. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, n. 204, p. 135-144, abr./jun. 1996.

PALOSCHI, Kaique; DOS SANTOS JÚNIOR, Luiz Carlos. **APLICATIVO BLUBI: SERVIÇO DISRUPTIVO DE LAVAGEM DE ROUPAS FUNDAMENTADO EM ECONOMIA COMPARTILHADA**. 2016. 68 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <http://www.bdm.unb.br/bitstream/10483/15593/1/2016_KaiquePaloschi_LuizCarlosDosSantosJunior_tcc.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2020.

REBECHI, Claudia Nociolini. Prescrições da gestão do trabalho uberizado: “debate de normas” entre formas de controle e de resistência. **41 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Joinville - SC, 8 set. 2020. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1688-1.pdf>>. Acesso em: 5 out. 2020.

VILLANOVA, Ana Luisa Ilha. **Modelos de negócio na economia compartilhada: uma investigação multi-caso**. 2015. 126 f. Dissertação (Mestrado Executivo em Gestão Empresarial) – Fundação Getúlio Vargas – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/15184/VERS%c3%83O%20FINAL%20DISSERTA%c3%87AO%20-%20Ana%20Luisa%20Villanova.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 6 mar. 2020.

ZANOTTA, Daniel Capella; CAPPELLETTO, Eliane; MATSUOKA, Marcelo Tomio. O GPS: unindo ciência e tecnologia em aulas de física. **Revista Brasileira de Ensino de Física**, São Paulo, v. 33, ed. 2, Abr-Jun 2011. DOI <http://dx.doi.org/10.1590/S1806-11172011000200014>. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-11172011000200014&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 30 out. 2020.

Apêndice A

Lista de periódicos Qualis A1		Lista de periódicos Qualis A2			
REVISTA	ISSN	REVISTA	ISSN	REVISTA	ISSN
AFRICAN JOURNAL OF LIBRARY, ARCHIVES AND INFORMATION SCIENCE	0795-4778	ACTA POÉTICA	0185-3082	INTERCOM: REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO	0102-6453
BIBLIOS (LIMA)	1562-4730	AMERICAN JOURNAL OF SEMIOTICS	0277-7126	INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO)	1809-5844
BRITISH JOURNAL OF POLITICAL SCIENCE (PRINT)	0007-1234	ANAIIS DA ACADEMIA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS (ONLINE)	1678-2690	INTERCOM (SÃO PAULO. ONLINE)	1980-3508
COMUNICAR (HUELVA)	1134-3478	ANAIIS DO MUSEU PAULISTA: HISTÓRIA, CULTURA E MATERIAL (IMPRESSO)	0101-4714	INTERFACE (BOTUCATU. IMPRESSO)	1414-3283
COMUNICAR (HUELVA. INTERNET)	1988-3293	ANALES DE DOCUMENTACIÓN (INTERNET)	1697-7904	INTERFACE (BOTUCATU. ONLINE)	1807-5762
CRITICAL DISCOURSE STUDIES (PRINT)	1740-5904	ANNALS OF LIBRARY AND INFORMATION STUDIES	0975-2404	INTERNATIONAL JOURNAL OF METADATA, SEMANTICS AND ONTOLOGIES (PRINT)	1744-2621
CRITICAL STUDIES IN MEDIA COMMUNICATION	1529-5036	BAKHTINIANA: REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO	2176-4573	INTERNATIONAL JOURNAL ON DIGITAL LIBRARIES (PRINT)	1432-5012
DADOS - REVISTA DE CIÊNCIAS SOCIAIS	1678-4588	BOLETIM DO MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI. CIÊNCIAS HUMANAS	1981-8122	JOURNAL OF GRAPHIC NOVELS AND COMICS	2150-4865
DADOS (RIO DE JANEIRO. IMPRESSO)	0011-5258	BOLETIM DO MUSEU PARAENSE EMÍLIO GOELDI. SÉRIE CIÊNCIAS HUMANAS	2178-2547	JOURNAL OF NETWORK AND COMPUTER APPLICATIONS (ONLINE)	1095-8592
DIGITAL JOURNALISM	2167-082X	CADERNOS DE SAÚDE PÚBLICA	1678-4464	JOURNALISM PRACTICE	1751-2786
DISCOURSE & COMMUNICATION	1750-4813	CADERNOS DE SAÚDE PÚBLICA (ENSP. IMPRESSO)	0102-311X	LE TEMPS DES MÉDIAS	1764-2507
EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN	1386-6710	CADERNOS PAGU	1809-4449	LEARNED PUBLISHING	0953-1513
HERMÈS	0767-9513	CADERNOS PAGU (UNICAMP. IMPRESSO)	0104-8333	MATRIZES (ONLINE)	1982-8160
INFORMAÇÃO & SOCIEDADE: ESTUDOS	0104-0146	CATALOGING & CLASSIFICATION QUARTERLY (PRINT)	0163-9374	MATRIZES (USP. IMPRESSO)	1982-2073
INFORMAÇÃO & SOCIEDADE (UFPB. ONLINE)	1809-4783	CHASQUI	0145-8973	MIDDLE EAST JOURNAL OF CULTURE AND COMMUNICATION	1873-9857
INFORMATION, COMMUNICATION & SOCIETY	1369-118X	CHASQUI. REVISTA LATINOAMERICANA COMUNICACIÓN	1390-1079	MULTITUDES (PARIS)	0292-0107
INFORMATION RESEARCH	1368-1613	CHASQUI. REVISTA LATINOAMERICANA DA COMUNICACIÓN	0254-2129	NOVOS ESTUDOS CEBRAP (IMPRESSO)	0101-3300
INFORMATION SCIENCES	0020-0255	CINÉMAS D'AMÉRIQUE LATINE	1267-4397	NOVOS ESTUDOS CEBRAP (ONLINE)	1980-5403
INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNICATION (ONLINE)	1932-8036	CINÉMAS D'AMÉRIQUE LATINE	2425-1356	OCTOBER (CAMBRIDGE, MASS.)	0162-2870
INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA	0187-358X	COLLEGE & RESEARCH LIBRARIES NEWS	0099-0086	OPINIÃO PÚBLICA	1807-0191
JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION	1083-6101	COMMUNICATIO	1753-5379	OPINIÃO PÚBLICA (UNICAMP. IMPRESSO)	0104-6276
JOURNAL OF CONSUMER CULTURE	1469-5405	COMMUNICATION & SOCIETY / COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	0214-0039	PALABRA CLAVE	0122-8285
JOURNAL OF CULTURAL HERITAGE	1296-2074	COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO (ONLINE)	1983-7070	PHOTOGRAPHIES	1754-0763
JOURNAL OF DOCUMENTATION	0022-0418	COMUNICAÇÃO, MÍDIA E CONSUMO (SÃO PAULO. IMPRESSO)	1806-4981	POLICY & INTERNET	1944-2866
JOURNAL OF LIBRARIANSHIP AND INFORMATION SCIENCE	0961-0006	COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD (GUADALAJARA)	0188-252X	POPULAR COMMUNICATION. THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MEDIA AND CULTURE	1540-5710
JOURNAL OF SCHOLARLY PUBLISHING	1198-9742	CUADERNOS DE MUSICA, ARTES VISUALES Y ARTES ESCENICAS	1794-6670	PUBLIC UNDERSTANDING OF SCIENCE	1361-6609

JOURNAL OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY (ONLINE)	1532-2890	DIGITAL CREATIVITY (EXETER)	1462-6268	QUARTERLY REVIEW OF FILM AND VIDEO	1050-9208
JOURNAL OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY (PRINT)	1532-2882	E-COMPÓS (BRASÍLIA)	1808-2599	RAE (ON-LINE)	2178-938X
JOURNALISM (LONDON)	1464-8849	EDUCAÇÃO & SOCIEDADE (IMPRESSO)	0101-7330	RAE. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS	0034-7590
JOURNALISM STUDIES	1469-9699	EM QUESTÃO	1808-5245	REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS (ONLINE)	1983-0807
KNOWLEDGE ORGANIZATION	0943-7444	EM QUESTÃO (UFRGS. IMPRESSO)	1807-8893	REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL	1809-239X
LATIN AMERICAN RESEARCH REVIEW	0023-8791	ENCONTROS BIBLI (ONLINE)	1518-2924	REVISTA DE ANTROPOLOGIA	1678-9857
LIBRI (COPENHAGEN)	0024-2667	ENVIRONMENTAL SCIENCE & POLICY	1462-9011	REVISTA FAMECOS (IMPRESSO)	1415-0549
MEDIA, CULTURE & SOCIETY	0163-4437	ESTUDOS AVANÇADOS (USP. IMPRESSO)	0103-4014	REVISTA FAMECOS (ONLINE)	1980-3729
MEMORY STUDIES	1750-6980	ESTUDOS DEL MENSAJE PERIODISTICO	1134-1629	REVISTA GENERAL DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN	1132-1873
MUSEUM HISTORY JOURNAL	1936-9824	ESTUDOS FEMINISTAS	1806-9584	REVISTA INTERAMERICANA DE BIBLIOTECOLOGIA	0120-0976
MUSEUM INTERNATIONAL (ENGLISH ED. PRINT)	1350-0775	FEMINIST MEDIA STUDIES	1468-0777	REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	1138-5820
ONLINE INFORMATION REVIEW (PRINT)	1468-4527	FILM QUARTERLY	0015-1386	SEMIOTICA (BERLIN)	0037-1998
PERSPECTIVAS EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	1981-5344	GALÁXIA (PUCSP)	1519-311X	SMALL AXE (ONLINE)	1534-6714
PERSPECTIVAS EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (IMPRESSO)	1413-9936	GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE)	1982-2553	SOCIAL & CULTURAL GEOGRAPHY (PRINT)	1464-9365
POLITICAL STUDIES (PRINT)	0032-3217	GLOBAL MEDIA AND COMMUNICATION (PRINT)	1742-7665	SOCIAL IDENTITIES (PRINT)	1350-4630
REVISTA ESPAÑOLA DE DOCUMENTACIÓN CIENTÍFICA	0210-0614	GLOBAL MEDIA JOURNAL	1550-7521	SOCIEDADE E ESTADO (UNB. IMPRESSO)	0102-6992
SAGE OPEN	2158-2440	GLOBAL MEDIA JOURNAL - CANADIAN EDITION	1918-5901	SOCIOLOGICAL REVIEW (KEELE. PRINT)	0038-0261
SCIENCE & PUBLIC POLICY (PRINT)	0302-3427	HISPANIC REVIEW	0018-2176	STUDIES IN DOCUMENTARY FILM (PRINT)	1750-3280
SCIENTOMETRICS (PRINT)	0138-9130	HISTÓRIA, CIÊNCIAS, SAÚDE (ONLINE)	1678-4758	TEMPO (NITERÓI. ONLINE)	1980-542X
SOCIAL SEMIOTICS	1035-0330	HISTÓRIA, CIÊNCIAS, SAÚDE-MANGUINHOS (IMPRESSO)	0104-5970		
SOCIÉTÉS (PARIS)	0765-3697	HISTORIA Y COMUNICACIÓN SOCIAL	1988-3056		
STUDIES IN HISTORY AND PHILOSOPHY OF SCIENCE	0039-3681	HORIZONTES ANTROPOLÓGICOS (ONLINE)	1806-9983		
TELEVISION & NEW MEDIA	1527-4764	HORIZONTES ANTROPOLÓGICOS (UFRGS. IMPRESSO)	0104-7183		
THE SOUTH ATLANTIC QUARTERLY	0038-2876	IEEE MULTIMEDIA	1070-986X		
TRANSINFORMAÇÃO	0103-3786	INFORMAÇÃO & INFORMAÇÃO	1414-2139		
TRANSINFORMAÇÃO	2318-0889	INFORMAÇÃO & INFORMAÇÃO	1981-8920		

Apêndice B

Lista de artigos - Levantamento bibliométrico		
Ano	Autores	Título
Intercom Nacional		
2018	Claudia Nociolini Rebecchi	Prescrições da gestão do trabalho uberizado: “debate de normas” entre formas de controle e de resistência
2017	Claudia Nociolini Rebecchi	A subjetividade do trabalhador no contexto da uberização do trabalho: um novo desafio para os estudos de comunicação nas relações de trabalho
2016	Anderson Ortiz; Helena Carmo dos Santos e Alessandra de Figueiredo Porto	Úberes e titeres: mentalidades, posições públicas e a crise dos taxistas na cidade do Rio de Janeiro
Scielo		
2019	Jacob Carlos Lima e Maria Aparecida Bridi	Trabalho digital e emprego: a reforma trabalhista e o aprofundamento da precariedade
	Selma Venco	Uberização do trabalho: um fenômeno de tipo novo entre os docentes de São Paulo, Brasil?
	Gicelda Julia Dal Bó e Maira Petrini	Empowering and Resisting in a Sharing Economy: Two Sides of the Same Coin
2018	David Silva Franco; Deise Luiza da Silva Ferraz	Uberização do trabalho e acumulação capitalista
	Berónica Narváez Mercado; Yeraldin Arrieta Ruiz e Bertha Flores Gómez	El caso del aplicativo móvil Uber frente al régimen de protección a la competencia en la legislación colombiana
	Sérgio Roberto da Silva e Silvia Regina Guberovic	General Enterprising Tendency (get) in Brazilian Taxi Drivers: Alternative to Unemployment or Form of Action?
Capes		
2019	Carla Silva Cordeiro	O ajuste espaço-temporal na uberização do trabalho
	Marlea Nobre da Costa Maciel	O futuro do trabalho na modernidade líquida: o trabalhador, os espaços, as modalidades de sua ocupação e a sustentabilidade
	Fábio Ramos Cannas	A influência das tecnologias na informação e comunicação – TICs nas relações sociais (de trabalho) entre motoristas e a Uber.
2017	Maria Garrastazu Medici Neto	Motoristas parceiros do Uber: Natureza da prestação de novas formas de trabalho trazidas pela economia colaborativa
	Prisciane Raupp da Rosa	UBER: de onde viemos, onde estamos e para onde vamos?
	Jose Feliz Bezerra	Percepções Sobre a Economia do Compartilhamento: Avaliações dos Usuários do serviço Uber no Recife
	Eduardo Valente e Roberto Patrus	A economia da partilha entre o compartilhamento, o mercado e a sustentabilidade: um estudo de caso do processo produtivo do Uber.
	Priscila Silva Rodrigues	OFERTA DE TRABALHO DOS TAXISTAS E EFEITO UBER: UMA ANÁLISE PARA AS REGIÕES METROPOLITANAS DE PORTO ALEGRE E FORTALEZA
	Josiane Caldas	A economia compartilhada e a uberização do trabalho: utopias do nosso tempo?
2016	Fernando Meister Vieira de Farias	Avaliação da percepção de qualidade da prestação do serviço de transporte individual de passageiros do Distrito Federal: Taxi e Uber.
Information, Communication & Society		
2018	Christoph Lutz; Christian Peter Hoffmann; Eliane Bucher e Christian Fieseler	The role of privacy concerns in the sharing economy
2017	Anthony Lloyd	Uberworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy
2017	Niels van Doorn	Platform labor: on the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the ‘on-demand’ economy
CHASQUI. REVISTA LATINOAMERICANA COMUNICACIÓN		
2019	Carlos Cortéz	Gestão comunicacional: entre a precarização profissional e o design algorítmico
IEEE MULTIMEDIA		
2019	Aguinaldo Bezerra ; Gisliany Alves ; Ivanovitch Silva ; Pierangelo Rosati ; Patricia Takako Endo e Theo Lynn	A Preliminary Exploration of Uber Data as an Indicator of Urban Liveability
	Yung-Ching Tseng e Chiao-Lin Chan	When the Sharing Economy Meets Established Institutions: Uber and Airbnb in Taiwan
2017	M K Saravana e K Harish	A case study on analyzing Uber datasets using Hadoop framework
	Lasse Korsholm Poulsen; Daan Dekkers; Nicolaas Wagenaar; Wesley Sniijders; Ben Lewinsky; Raghava Rao Mukkamala e Ravi Vatrapu	Green Cabs vs. Uber em Nova York
	Anna Baj-Rogowska	Sentiment analysis of Facebook posts: The Uber case
	Lingxue Zhu e Nikolay Laptev	Deep and Confident Prediction for Time Series at Uber
2016	Bowen Zhang ; Tao Chen e Wencong Su	Optimal routing and charging of an Uber-like electric vehicle considering dynamic electricity price and passenger satisfaction
	Jamilah e Putu Wuri Handayani	Analysis on effects of brand community on brand loyalty in the social media: A case study of an online transportation (UBER)
RAE (ON-LINE)		
2019	André Insardi e Rodolfo Oliveira Lorenzo	Measuring Accessibility: A big data perspective on Uber Service waiting times
SOCIAL IDENTITIES		
2018	Hua, Julietta e Ray, Kasturi	Beyond the precariat: race, gender, and labor in the taxi and Uber economy