

# CONHECIMENTO E CONTROLE DO TERRITÓRIO: do discurso da mobilidade à geopolítica da UBER<sup>[1]</sup>

TOZI, FÁBIO (1); DUARTE, LEANDRO  
RIBEIRO (2)

1. Universidade Federal de Minas Gerais. Instituto de Geociências  
Av. Antônio Carlos, 6.627 - Pampulha - CEP: 31270-901 Belo Horizonte – MG.  
[fabio.tozi@gmail.com](mailto:fabio.tozi@gmail.com)

2. Universidade Federal de Minas Gerais. Instituto de Geociências  
Av. Antônio Carlos, 6.627 - Pampulha - CEP: 31270-901 Belo Horizonte – MG.  
[duarterleandro1@gmail.com](mailto:duarterleandro1@gmail.com)

## RESUMO

*Este texto sintetiza as análises de uma pesquisa ainda em curso que busca compreender os debates teóricos e algumas das principais observações empíricas acerca das empresas de transporte privado de passageiros mediado por aplicativos, especialmente Uber, Cabify e 99. Propõe-se, ainda, a debater a estratégia territorial de ação destas empresas no Brasil a partir de escalas simultâneas e complementares, a saber: nacional, regional e local-urbana. Apresenta-se, ainda, um debate entre os limites político-administrativos do território e a região como ferramenta das corporações, coincidindo ou conflitando com as regionalizações estatais. Finalmente, debatem-se as ideias de livre-mercado, concorrência e compartilhamento em ramos oligopólicos e monopólicos e os dispositivos de controle técnico-normativos dos motoristas-parceiros.*

**Palavras-chave:** Transporte privado por aplicativos; Uber; Belo Horizonte; Geopolítica da informação; Mobilidade.

[1] Esta pesquisa conta com apoio financeiro, via bolsas de Iniciação Científica, do Programa de Auxílio a Doutores Recém-Contratados (ADRC) da UFMG (Edital 01/2017).

## 1. A Uber no Brasil: uma expansão fugaz apoiada nas desigualdades territoriais

A chegada das empresas de transporte privado por aplicativos ao Brasil é recente: data de 2014. A Uber, empresa estadunidense fundada em 2009 iniciou suas atividades no Rio de Janeiro, no bojo do grande evento de *marketing* global que foi a Copa do Mundo do Brasil. Desde então, a sociedade brasileira depara-se, muito rapidamente, com uma expansão contínua desta empresa, mesmo sem a existência de um marco jurídico nacional pacificador sobre sua atuação. Tão recente quanto esse fenômeno é a bibliografia crítica sobre o tema. Excluindo-se uma bibliografia anglófona elogiosa da empresa e similares, que teriam “revolucionado” a maneira como as pessoas se deslocam, como o livro de Stone (2017), faz-se *mister* uma reflexão endógena sobre a chegada dessas corporações globais ao país. Como endógena entende-se, aqui, partir das categorias fundantes e fundamentais do Brasil como argumento estruturador teórico-metodológico das análises.

Ao mesmo tempo, no conjunto das ciências sociais, há uma carência correlata de bibliografia geográfica, ou espacial, sobre o tema. Assim, com essa constatação, iniciamos nossa análise: ao contrário do que acreditava Lincoln (2014), para quem Uber teria menos chances de sucesso em cidades como Rio de Janeiro ou São Paulo, essas cidades comprovam o sucesso econômico dessas empresas. Para o autor, o fato dessas cidades (entre outras citadas pelo autor, como cidades indianas) possuírem sistemas informais e flexíveis de transporte que atenderiam às necessidades de deslocamento – criando um mercado local e regional que não seguiria os princípios da economia de mercado -, criaria uma barreira geográfica à novidade corporativa. Porém, bem ao contrário, estes lugares tornaram-se vitais para as empresas. Hoje, o Brasil é o segundo país mais lucrativo para a Uber, atrás dos EUA e Rio de Janeiro e São Paulo são as cidades com o maior número de viagens para a Uber no mundo<sup>[2]</sup>.

[2] Uber, Em 2017, Uber já pagou mais de R\$ 495 milhões em impostos no Brasil, 24/10/2017. Disponível em : [https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/em-2017-uber-pagou-mais-](https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/em-2017-uber-pagou-mais-de-r-495-milhoes-em-impostos-no-brasil/)

Acreditamos, assim, que é preciso compreender que a resistência à chegada das empresas de transporte privado via aplicativo que esses lugares podem oferecer foram apropriadas, ou “vampirizadas”, na expressão usada por Silveira (2010). Esse processo, que rompe a circulação local e/ou regional de dinheiro, drenando os valores para centros geográficos de comando, é um dado novo da divisão territorial do trabalho. Se considerarmos as principais empresas de aplicativos de transporte do Brasil, temos um mapa claro do direcionamento de dinheiro: Uber, com sede no EUA; Cabify, com sede na Espanha, e 99Pop, com capital brasileiro e crescentes aportes chineses.

Nesse sentido, entende-se que é a expansão geográfica do meio técnico-científico-informacional (Santos, 1994), isto é, a face geográfica da globalização, é que permite a ação global de agentes de fato globais, como as empresas baseadas em informação o são. Esse é o motivo pelo qual evita-se usar neste texto, por princípios teórico-metodológicos, um léxico característico das leituras que valorizam a ação individual das empresas, alisando a história e o espaço em benefício de uma pretensão “inovação revolucionária”. Nessa direção, não se adota, por exemplo, a ideia de empresas *disruptivas*, pois considera-se, como afirmou-se, que a expansão de um novo meio geográfico financiado pelo Estado é suporte essencial desta nova ação corporativa.

O debate teórico sobre o espaço desde muito o considera como um dos recursos ativos que os agentes privados utilizam para ampliar as taxas de lucros ou, como já argumentava Marx (1984 [1894]), reverter a inevitável tendência progressiva da queda da taxa de lucro em um mercado circunscrito. A migração e a expansão geográfica permitem, assim, obter taxas de lucro maiores a partir das diferentes combinações históricas dos países e dos lugares (como custo do trabalho, presença de infraestruturas, legislações mais ou menos restritivas, taxa de câmbio, tributação, entre outros). Nessa direção, faz-se necessário recuperar a proposta de Smith (1988 [1984]), que considera as diferentes escalas geográficas do capital: a escala global, a escala nacional e a escala urbana, cada uma cumprindo um papel

[de-r-495-milhoes-em-impostos-no-brasil/](https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/em-2017-uber-pagou-mais-de-r-495-milhoes-em-impostos-no-brasil/). Acesso em 26/10/2017.

por vezes central, por vezes complementar, na criação de um desenvolvimento geograficamente desigual.

Como pode ser observado no Mapa 01, há uma presença desigual da empresa Uber no território brasileiro. Acompanhando uma política de ação em escala global (mais de 500 cidades no mundo), a Uber aumenta sistematicamente o número de municípios onde atua no Brasil. Em setembro de 2016 operava em 12 municípios, sendo 11 capitais e Campinas, um dos municípios mais ricos do país. Em dezembro do mesmo ano já eram 34 municípios entre os 67 da América do Sul e Central nos quais ela estava presente. Em outubro de 2017, conforme o Mapa 01, já são 90 municípios. Nota-se, por consequência, uma escolha de lugares no território nacional que representam, em geral, algumas características comuns: economias de aglomeração, concentração populacional e de renda, congestionamentos e sistemas de transporte públicos deficitários em qualidade e quantidade (extensão e capilaridade das redes).



MAPA 01 – BRASIL: Municípios com ação da Uber (outubro de 2017)

Fonte dos dados: levantamento realizado na página oficial da empresa: <https://www.uber.com/pt-BR/cities/>

Além disso, a histórica urbanização litorânea do Brasil se impõe como um fator condicionante da operação da empresa, ao mesmo tempo em que uma presença forte nas regiões Sudeste e Sul, aquelas do meio geográfico mais modernizado, se destaca. Além disso, deve-se constatar uma expansão para o Centro-Oeste, acompanhado o eixo da modernização do território pela agricultura informacional globalizada.

A viscosidade dos deslocamentos não existe pela inexistência de uma chamada “economia do compartilhamento” dos veículos particulares ou da inexistência de aplicativos de intermediação. A questão se fundamenta, no caso brasileiro, em três elementos centrais:

- Os processos de periferização, que impõem deslocamentos causados pelo distanciamento entre locais de trabalho e de moradia;
- A insuficiência (qualitativa e quantitativa) das redes de transporte de diferentes idades em todas as suas configurações e capacidades (ônibus, trens metropolitanos, regionais ou de longas distâncias, ciclovias, sistemas fluviais), o que implica no incentivo ao uso do carro pessoal;
- A tendência à fragmentação e concentração socioespacial de atividades, serviços públicos e privados, instituições e comércios.

Logo, é a totalidade das desigualdades territoriais que acarreta, no presente, que o drama dos congestionamentos seja uma experiência cotidiana da vida de milhões de brasileiros. Todavia, embora geral, esse fenômeno abre chaves interpretativas em outras escalas.

## 2. A regionalização do território como ferramenta corporativa

Há uma distinção clara entre as grandes empresas de transporte que desempenhariam a “economia de compartilhamento” em detrimento de outros agentes considerados como rígidos e tradicionais do espaço urbano. Temos verificado de forma frequente, em trabalhos de campo e entrevistas, que os motoristas têm trabalhado com dois ou três aplicativos na esperança da maior possibilidade de corridas e, portanto, de algum retorno financeiro. Em contrapartida, os agentes rígidos da metrópole são limitados por sua gênese, estrutura e atuação como serviço de transporte público de passageiros regulamentado e normatizado pelo município e seu limite territorial, em decorrência, é nítido.

A regionalização das grandes empresas por meio de tecnologias sobre o território político-administrativo, ou seja, a sobreposição de regiões no espaço da metrópole, reforça as hipóteses da flexibilidade e da insubordinação de tais empresas diante das legislações municipais vigentes, impossibilitando qualquer tipo de concorrência entre as empresas globais e os agentes tradicionais locais dos municípios. Ainda, a manobra jurídica que as define como *empresas de aplicativo* não coincide com a realidade, pois sua atividade é absolutamente vinculada ao ramo de transportes. Sem carros e motoristas rodando nas ruas, os aplicativos são apenas algoritmos na nuvem da Internet.

Assim, o neologismo *uberização* (Pochmann, 2016; Abílio, 2017), que tem sido empregado na tentativa de explicação das ações de um conjunto seleto de empresas de informação, bem como das novas relações de trabalho que se configuram a partir de ou mediadas por elas, deve ser usado com cautela. Não há uma definição clara desse novo processo, e a metáfora, conseqüentemente, possui uma capacidade explicativa e analítica bastante limitada, mesmo que tenha o mérito, contudo, de contribuir com o léxico de processos e empresas altamente dinâmicos, pouco conhecidos e estudados.

Partindo da aritmética, chegamos a uma espessura clara da política: Uber e Cabify possuem valor de mercado superior ao Produto Interno Bruto (PIB) de Belo Horizonte<sup>[3]</sup>, revelando que há um poder econômico exercido desigualmente entre município e entes privados. Há, em decorrência, dificuldades relativas às tentativas de regulação de empresas globais com intenso uso de tecnologia em relação às normas impostas aos agentes locais tradicionais e rígidos, como o serviço de táxi.

Por isso, defendemos que é essencial, para a compreensão da ação concreta dessas empresas no Brasil, atentar-se, para além das escalas global, nacional e urbana, para a escala regional. Esta escala é essencial, uma vez que a ação das empresas extrapola a dimensão urbana/local, adquirindo tais feições regionais. A distribuição do poder político nos territórios jurídicos da Federação brasileira faz com a região apareça como uma escala territorial imune à ação estatal, uma vez que não há, no país, um governo metropolitano, por mais que exista um fato metropolitano que se imponha ao conjunto da sociedade.

Faz-se necessário, assim, definir e distinguir cidade, município e região. A partir da Imagem 01, pode-se compreender que a regionalização da Uber em Belo Horizonte não corresponde aos limites político-administrativos deste município, uma vez que ela transborda e engloba vários outros municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte, indo, aliás, para além dela. Os municípios e suas cidades são, na realidade, parte de um todo que Beaujeu-Garnier (1997 [1980], p. 17) nomeia como *região urbanizada*, caracterizada por ser um espaço coberto pela cidade e seus prolongamentos externos, quer dizer, a aglomeração total. Dessa maneira, considera-se o urbano como o modo de vida enquanto a cidade a sua materialidade, que assume, neste caso, dimensões metropolitanas. Assim, como observou

[3] De acordo com o IBGE (2014), o Produto Interno Bruto (PIB) do município de Belo Horizonte é R\$ 66,4 bilhões de reais. Em contrapartida, a Uber tem seu valor de mercado estimado em US\$ 50 bilhões. De acordo com dados disponíveis em: <https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=310620&search=minas-gerais|belo-horizonte> e <https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2017-03-16/uber-needs-to-get-real-about-that-69-billion-price-tag>. Acessos em 11/10/2017.

Santos (1996, p. 69), evita-se confundir as *formas* e os *conteúdos* do território, por mais que ambos sejam opostos-complementares: urbano e cidade se diferenciam de município, este entendido como um dos recortes políticos (institucional) do território. Cada uma destas categorias analíticas permite, defendemos, aproximar-se um pouco mais das estratégias territoriais das empresas.

Na proposta de Ribeiro (2004), a regionalização é um fato concreto da vida social, mas também uma ferramenta da ação destinada a objetivos específicos, que podem ser tanto o planejamento estatal quanto a ação corporativa. Neste último sentido, está atrelado a um pensamento e a um planejamento estratégicos, que, segundo a autora:

*o ato regionalizador compreende a institucionalização de fronteiras e limites, com vistas à implementação de uma determinada ação: analítica, política, econômica, enfim social. Trata-se da definição do cenário, do contexto e da escala correspondentes aos objetivos da ação, implementada ou pretendida (Ribeiro, 2004, p. 200).*

Ainda observando a Imagem 01, pode-se notar como o mapa de ação divulgado pela própria empresa revela uma região que não coincide com as propostas estatais. O fato de tratar-se de uma imagem de divulgação da Uber não deprecia o argumento: por tratar-se de uma empresa baseada em informações estratégicas, o próprio território é um dos seus recursos e, por consequência, o sigilo sobre ele é um elemento essencial. Além disso, não é a perenidade ou o limite preciso e rígido da ação regional que nos interessa, mas o processo regionalizador como ferramenta corporativa. Graças à banalização no território das ferramentas técnicas necessárias para a operação de viagens por aplicativos (GPS, *smartphones* e rede de Internet), ativar ou desativar espaços, redesenhando regiões de ação, é uma atividade passível de se realizar instantaneamente e à distância<sup>[4]</sup>.

[4] A pesquisa tem mostrado que a Uber cria “áreas de sombra” no território, ou seja, áreas a partir das quais, mesmo sendo tecnicamente possível, a operação do aplicativo torna-se inviável. Favelas e bairros periféricos têm sido vítimas dessa censura técnica da empresa,



IMAGEM 01 – RMBH: Regionalização de ação da Uber e limites municipais (2017).

Fonte: <https://www.uber.com/pt-BR/cities/belo-horizonte/>. Acesso em 07/04/2017.

Há, também, uma diferença na maneira como o território é considerado pelas duas principais empresas atuantes em Belo Horizonte, Uber e Cabify, que agem dividindo o território, motoristas, veículos e consumidores, criando monopólios e oligopólios. A primeira apresenta uma política de expansão geográfica, cobrindo grandes áreas, enquanto a segunda é mais seletiva, restringindo a sua operação aos bairros centrais e/ou de concentração de renda e serviços, como o Centro-Sul, Belvedere e Pampulha, em Belo Horizonte. A Uber age como a primeira empresa a chegar às cidades, criando, portanto, um novo mercado e beneficiando-se, mesmo que provisoriamente, das vantagens econômicas de um ramo monopólico, que se traduzem num controle total dos rumos de um mercado territorialmente

sob o argumento, nunca discutido publicamente, de insegurança para os motoristas.

delimitado, além de controle total dos preços e normas de funcionamento, o que lhe possibilita altas taxas de lucratividade.

A chegada outras empresas, como Cabify e 99, não cria concorrência, mas oligopólios, cujas características definidoras são bem distintas daquelas do livre-mercado concorrencial. Observa-se, nesse sentido, que uma semana após a chegada do serviço 99Pop em Belo Horizonte, a Uber anunciou um “Plano de Integração Metropolitana” que daria descontos nas tarifas para solicitações de corridas realizadas na RMBH e tendo como origem ou destino os grandes fixos públicos de transporte: estações do metrô e do sistema BRT-MOVE. Logo, observa-se que a chegada de uma terceira empresa significou a expansão geográfica para uma área na qual ela será monopólica.

O papel das infraestruturas públicas se torna, igualmente, essencial, uma vez que a Uber assume, mesmo que indiretamente, a função de um “modal” na conexão com os fixos públicos. Não é mera coincidência que o nome de sua nova expansão regional soe como aqueles normalmente utilizados pelos governos: Plano de Integração Metropolitana. Trata-se, de fato, de um governo privado da vida coletiva e de uma gestão corporativa dos deslocamentos. Essa característica foi observada também em São Paulo na categoria UberPool, um sistema no qual o mesmo veículo é compartilhado por diferentes consumidores. A área na qual o serviço é oferecido possui como limites o Centro e as zonas Oeste e Sul da cidade, onde se concentram não apenas bairros de alta ocupação e renda, mas, também, as principais linhas e estações do Metrô e trens metropolitanos, bem como linhas e corredores de ônibus. Logo, a empresa cria a oferta de um serviço que replica a lógica de concentração de infraestruturas de transportes públicos já existentes na cidade. Essas situações revelam, empiricamente, a impossibilidade de um controle estatal das ações da empresa, incluindo as rotas e mesmo o preço cobrado, menor do que a tarifa paga em uma viagem que inclua a conexão entre ônibus e metrô ou trem.

Nessa tensão entre Estado e mercado, podemos dizer que há um desacato da empresa em relação às leis municipais. Ele manifestou-se concretamente após a

regulamentação da Lei nº 10.900 em Belo Horizonte<sup>[5]</sup>. A insubordinação da Uber materializa-se, *a priori*, em um comunicado divulgado pela empresa na mesma data da promulgação da Lei, afirmando a continuidade do serviço de transporte privado de passageiros no território belo-horizontino, ou seja, a empresa assume publicamente que não aceita a jurisdição do município como válida. A Uber, *a posteriori*, requer liminares judiciais no âmbito estadual da federação. A justificativa jurídica é baseada, estritamente, na diferença entre o transporte público de passageiros, obrigatoriamente normatizado pelo município, e o que a empresa se autodenomina: empresa de transporte motorizado privado de passageiros, sem a obrigatoriedade, portanto, de se submeter às leis municipais.

Já na escala do Estado-Nação, o Projeto de Lei Complementar (PLC) 28/2017, aprovado no Senado e enviado novamente para debate na Câmara dos Deputados, de onde é originário, mostra, enfim, que a possibilidade de um controle municipal sobre as empresas é central para desestabilizar o seu exercício de poder. O PLC, a princípio, atribuía aos municípios o controle sobre tais atividades. Ora, as legislações municipais distintas sobre o serviço não coincidem com as regionalizações e a lógicas das empresas, e assim, inviabilizariam, ou minimamente, criariam constrangimentos à suas atuações e às suas margens de lucro. Como resposta, Uber, Cabify, 99 e LadyDriver cooperaram e organizaram mobilizações evocando os motoristas a manifestar-se, sob a alegação de que esses agentes sociais seriam os únicos afetados.

Até o momento, após a votação no Senado, saíram vitoriosas, uma vez que sua pauta e seu *lobbying* venceu. O resultado da força da empresa nas diversas camadas

[5] A Lei nº 10.900/2016, sancionada pelo prefeito de Belo Horizonte, exige “...o credenciamento de pessoas jurídicas que operam e/ou administram aplicativos baseados em dispositivos de tecnologia móvel ou quaisquer outros sistemas georreferenciados destinados à captação, disponibilização e intermediação de serviços de transporte individual remunerado de passageiros no Município, bem como sobre os dispositivos de segurança e controle da atividade e as penalidades aplicáveis em caso de descumprimento.” Disponível em <http://portal6.pbh.gov.br/dom/iniciaEdicao.do?method=DetalheArtigo&pk=1156232/>. Acesso em 10/10/2017.

da Federação gera conflitos, oposições e redefinições de legislações em diversas escalas, sobretudo nas municipais. Nesse sentido, Santos (1996, p. 286) ressalta que “as cidades são o ponto de intersecção entre verticalidades e horizontalidades”, isto é, as verticalidades, exercendo desordem e impondo uma nova ordem, e as horizontalidades, exercendo algum tipo de resistência. Esta articulação diante dos entes federativos, o esforço incessante para manter seu funcionamento nos lugares e a elevada utilização da informação no território são as tônicas de análise do poder da empresa.

### 3. Empreendedorismo ou controle remoto do trabalho?

Hardt e Negri (2001 [2000]), chamam a atenção para o papel central que as informações desempenham no que eles denominam de *acumulação primitiva pós-moderna*, que caracterizaria as grandes empresas deste período histórico. Os atuais motoristas-parceiros (*driver-partners*, segundo as empresas), seriam, portanto, os sujeitos que mesmo sem o saber vão a campo em busca de dados concretos sobre as situações reais, afinal, um sistema tão complexo em variáveis não pode ser desenhado apenas com simuladores virtuais e pistas de testes, ambos incapazes de prever a multidimensionalidade de agentes, tempos e acontecimentos do tráfego concreto. Logo, há um debate sobre as novas formas de precarização do trabalho introduzidas por empresas como a Uber, conforme revelam as análises de Pochmann (2016) e Morozov (2016).

Empiricamente, as empresas possuem um conhecimento detalhado dos lugares de atuação e a produção de mapas de demanda que revelam as áreas onde há maior número de solicitação de viagens. Para a Uber, os dias da semana são divididos por horas de acordo com quatro categorias de demanda: baixa, média, alta e extremamente alta. A empresa fornece aos motoristas simulações e comparações sobre o tempo de permanência *on-line* (não se fala em tempo de trabalho) e difunde a ideia de que a rentabilidade do motorista depende da sua capacidade de escolha racional dos horários e locais com maior demanda. Nessa direção é

importante observar que o tempo diário usado como padrão pela empresa nas simulações enviadas aos motoristas é de 10 horas diárias, e nossas entrevistas têm mostrado que muitos motoristas trabalham mais de 12 horas diárias.

Os lugares e horários com demanda alta e extremamente alta no município de Belo Horizonte (Imagem 02) concentram-se em períodos específicos do dia, e particularmente às sextas-feiras, sábados e domingos. Quanto à concentração geográfica da demanda, ela ocorre na região Centro-Sul do município, especialmente na área delimitada pela Avenida do Contorno, o anel viário projetado juntamente com a fundação da capital e atualmente um objeto geográfico divisor das dinâmicas citadinas no que diz respeito à moradia, empregos, lazer e concentração de comércios, serviços e renda. Esta área, que temos denominado como *Belo Horizonte intra-muros*, é uma metáfora em referência às cidades da Europa do medievo que tudo concentravam, rodeadas por um deserto social.



IMAGEM 02 – BELO HORIZONTE: Mapa de demanda de viagens Uber (setembro de 2017) Fonte: material fornecido em entrevistas com motorista da Uber, 2017.

Como a política da empresa não pressupõe limite ao número de motoristas, a oferta destes se sobrepõe à demanda. Logo, os mapas e tabelas de horário não são dedicados, de fato, aos ganhos do motorista, mas à eficiência da empresa em manter-se hegemônica no mercado. Como a porcentagem que lhe cabe é baseada nas viagens realizadas, o grande número de motoristas não interfere nos seus lucros, embora diminua os rendimentos individuais de cada um deles.

O motorista, por sua vez, recebe a tabela e o mapa com os horários e lugares de maiores demandas, mas não possui acesso à totalidade das informações, configurando, assim, um trabalho alienado. Em consequência, se os motoristas optam por seguir essas orientações, a oferta deles em um mesmo lugar cresce e o número de viagens de cada um tende a diminuir. O “motorista parceiro” não difere, nesse sentido, de um funcionário qualquer, isto é, o seu conhecimento sobre a ação da empresa no mercado e sua capacidade de ação nela são mínimas ou nulas.

Nas entrevistas com motoristas da Uber até agora realizadas, há constante referência a uma concorrência entre eles próprios. Para evitar os custos e desgastes de circular com o carro o tempo todo, muitos deles estacionam seus veículos ao terminar uma viagem. Nesse momento, usando o aplicativo como se fossem passageiros, burlam as normas da empresa e conseguem visualizar a quantidade de motoristas que está no entorno. Como as demandas são concentradas, os motoristas, igualmente, concentram-se. Logo, a racionalidade econômica exigida do motorista pela empresa (gestão ótima do tempo e do espaço para expansão da sua rentabilidade) se transforma em concorrência. Ao final, um dado obtuso é decisivo nessas situações: o motorista com os movimentos mais rápidos é o exitoso em aceitar o próximo passageiro.

Além disso, os sistemas técnicos das empresas impõem dispositivos de controle que envolvem a avaliação dos motoristas pelos usuários, feitas ao final de cada viagem e, ainda, um dispositivo de avaliação ininterrupta que considera, entre outros, o controle de frenagens, aceleração e velocidade de cada motorista. Sem

abdicar de um pelo outro, as empresas mapeiam o território, vigiam e punem os motoristas, criando sofisticados bancos de dados sobre a urbanização do Brasil. As advertências e suspensões, caso suas notas ou desempenhos sejam considerados não satisfatórios, são recorrentes, criando situações de estresse e a interrupção dos ganhos dos motoristas, especialmente se considerarmos que a função de motorista, especialmente em razão das altas taxas de desemprego no Brasil, é a única ocupação desses trabalhadores.

## **Considerações finais: alguns pontos metodológicos para a reflexão - a centralidade do espaço, e não da empresa.**

As empresas Uber, Cabigy, 99 e LadyDriver têm insistido na criação de uma narrativa, particularmente no momento de votação do PLC 28/2017, que as coloca como vítimas de um Estado arcaico, interventor e contrário à inovação e à concorrência e, ao mesmo tempo, lançam as suas formas de organização interna como centro do debate sobre a mobilidade urbana. A ideologia de que o Estado está sempre a atrapalhar os empreendedores não se justifica pois, na prática do descumprimento das leis existentes, nada distingue essas grandes empresas das *vans clandestinas*, *táxis piratas* e *moto-táxis*.

Para além da metáfora da já mencionada “economia do compartilhamento”, defendida por autores como Veltz (2010, p.299) e Rifkin (2014, p.41), temos que nos atentar para a economia concreta, que é uma relação social e, além disso, uma tensão e uma cooperação constante entre Estado e mercado. Mapeando a geopolítica da Uber, tem-se que o CEO da empresa, Dara Khosrowshahi, foi recebido pelo Ministro da Fazenda do Brasil, Henrique Meirelles em 31 de outubro de 2017, horas antes da votação do PLC pelos Senadores<sup>[6]</sup>. Que o *lobbying* seja

[6] Anthony Boadle, Maria Carolina Marcello. Brazil OKs amended bill on car-hailing apps after Uber lobbying. **Reuters**, 31/10/2017. Disponível em: <http://www.reuters.com/article/us-uber-brazil/brazil-oks-amended-bill-on-car-hailing-apps-after-uber-lobbying-idUSKBN1D025M>. Acesso em: 31/10/2017.

proibido não impede que ele seja uma prática corrente do fazer político no Brasil, especialmente em momentos em que o estado de exceção, conforme Angamben (2004), ganha volumosos ares.

Da mesma maneira, em países pobres como o Brasil, a ideia de compartilhamento sempre existiu como artifício necessário à sustentação da vida social a partir dos lugares mais pobres e como atividade econômica, inventando formas de trabalho e circulação de dinheiro dentro do próprio circuito inferior da economia urbana, conforme define Santos (2004 [1975]). A chamada ‘arte da viração’ ou o ‘mercado socialmente necessário’, no que tange aos transportes, levou ao surgimento de novas modalidades, como o ‘táxi-lotação’, as ‘vans autônomas’ ou o ‘moto-táxi’, serviços que surgiram de necessidades cotidianas e posteriormente foram absorvidos e regulados pelos municípios e estados, embora muitos ainda sigam ilegais, embora socialmente legitimados.

Em uma análise social crítica, torna-se evidente que a chamada “economia do compartilhamento” não objetiva revolucionar o sistema de propriedade e de fluxos de concentração de dinheiro, dois elementos estruturantes da economia capitalista de mercado. Da mesma forma, as decisões sobre uma tal colaboração não são colaborativas, mas altamente centralizadas. Grandes corporações globais não são, por definição, entidades financeiramente colaborativas, abertas ao debate e ao controle social ou estatal, basta, para isso, analisar seus valores de mercado e suas taxas crescentes de lucratividade.

A liberdade dada a tais agentes capitalistas hegemônicos cria o que Lefebvre (2006 [1968]) definiu como a *anarquia do mercado*. Tal situação anárquica estaria presente em Belo Horizonte e Campinas, por exemplo, quando estes municípios proibiram as empresas de transporte privado por aplicativo, mas, na sequência, liminares estaduais derrubaram tais proibições. Na ausência de leis gerais, há uma multiplicação de onerosas disputas judiciais, incluindo a Justiça do Trabalho, cujos ganhadores são, invariavelmente, as corporações. O evento que ocorreu em Vitória (ES), em agosto de 2016, é outro exemplo lapidar desta anarquia: após o município

proibir o funcionamento da Uber (e similares), a empresa divulgou uma nota na qual afirmava ter suspenso os planos de operar no município. Nada além disso foi necessário para que a prefeitura voltasse atrás e revogasse o decreto...

Por fim, estas disputas trazem uma atualização do debate sobre os proibitivismos no Brasil. Em um país onde a ilegalidade como estereótipo da pobreza configura a regra, a pressão da empresa defendendo sua legitimidade e legalidade merece destaque. Como já discutimos anteriormente (TOZI, 2012; 2016), no Brasil ilegalidade e informalidade são associadas à criminalização da pobreza. Pensemos em um caso concreto: enquanto o motorista Uber é normalmente visto como um “empreendedor”, um indivíduo que deseja “trabalhar e tem o direito de fazê-lo” o camelô, o ambulante, o motorista da van ou de um moto-táxi tende a ser socialmente entendido como um criminoso, um ocupante ilegal do espaço público (que ele privatizaria), um “vagabundo que sonega impostos” e colocaria em risco uma abstrata “segurança coletiva”. O grande debate, não é, todavia, setorial o individual, mas territorial. Logo, diz respeito à totalidade da existência coletiva, diz respeito às estruturas definidoras da formação socioespacial brasileira.

## Referências Bibliográficas

- ABÍLIO, Ludmila Costek. **Uberização do trabalho: subsunção real da viração. Passa Palavra**, 2017. Disponível em: <http://passapalavra.info/2017/02/110685>. Acesso em: 16/10/2017.
- AGAMBEN, Giorgio. **Estado de Exceção**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.
- BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline. **Géographie Urbaine**. Paris: Masson & Armand Colin Éditeurs, 1997 [1980].
- HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2001 [2000].
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro Editora, 2006 [1968].
- LINCOLN, Kevin. **The geography of Uber**. *Pacific Standard*, 11/09/2014. Disponível em: <https://psmag.com/environment/transportation-geography-uber-silicon-valley-taxi-driving-smartphone-90446>. Acesso em 02/10/2017.
- MARX, Karl. **O Capital. Crítica da economia política**. Vol. IV, Livro III, Tomo I (Parte Primeira). Coordenação e revisão de Paul Singer Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Nova Cultura, 1984 [1894].
- MOROZOV, Evgeny. **Cheap cab ride?** You must have missed Uber's true cost, 2016. *The Guardian*. 03/01/2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jan/31/cheap-cab-ride-uber-true-cost-google-wealth-taxation>. Acesso em 01/03/2016.
- POCHMANN, Márcio. **A uberização leva à intensificação do trabalho e da competição entre os trabalhadores, 2016**. Entrevista a André Antunes. *EPSJV/Fiocruz*. Disponível em: [http://www.epsjv.fiocruz.br/noticias/entrevista/a-](http://www.epsjv.fiocruz.br/noticias/entrevista/a-uberizacao-leva-a-intensificacao-do-trabalho-e-da-competicao-entre-os-trabalhadores)
- [uberizacao-leva-a-intensificacao-do-trabalho-e-da-competicao-entre-os](#). Acesso em 21/11/2016.
- RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993 [1980].
- RIBEIRO, Ana Clara Torres. **Regionalização: fato e ferramenta**. In: LIMONAD, Ester; HAESBAERT, Rogério; MOREIRA, Ruy. **Brasil, século XXI – por uma nova regionalização. Agentes, processos, escalas**. São Paulo: CNPq/Max Limonad, 2004.
- RIFKIN, Jeremy. **La nouvelle société du coût marginal zero. L'internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme**. Paris: Les Liens qui Libèrent, 2014.
- SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo. Globalização e meio técnico-científico-informacional**. São Paulo: HUCITEC, 1994.
- \_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção**. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- \_\_\_\_\_. **O espaço dividido. Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2ª edição. São Paulo: Edusp, 2004 [1975].
- SILVEIRA, María Laura. **Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana. Anais XVI Encontro Nacional de Geógrafos**. Porto Alegre: AGB, 2010.
- SMITH, Neil. **Desenvolvimento Desigual. Natureza, capital e a produção do espaço**. Tradução de Eduardo de Almeida Navarro. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1988 [1984].
- STONE, Brad. **The Upstarts. How Uber, Aibnb, and the killer companies of the Silicon Valley are changing the world**. New York: Little, Brown and Company,

2017.

VELTZ, Pierre. **Un nouveau paradigme ?** Essai de conclusion à deux voix. In: PARIS, Thomas; VELTZ, Pierre (dir.). **L'économie de la connaissance et ses territoires**. Paris : Hermann, 2010.

TOZI, Fábio. **Rigidez normativa e flexibilidade tropical. Investigando os objetos técnicos no período da globalização**. Tese (doutorado em Geografia), USP, São Paulo, 2012.

\_\_\_\_\_. **A estratégia da Uber no Brasil: a informação como fator produtivo e o território como recurso da empresa. Caderno de anais do II Seminário: Governança das redes e o Marco Civil da Internet**. Belo Horizonte: UFMG, 2016.