

A ESTRATÉGIA DA UBER NO BRASIL: A INFORMAÇÃO COMO FATOR PRODUTIVO E O TERRITÓRIO COMO RECURSO DA EMPRESA.

Fábio Tozi¹

1. INTRODUÇÃO

O trabalho apresenta reflexões iniciais de uma pesquisa que busca compreender a chegada ao Brasil de empresas globais baseadas em informações estratégicas e suas ações seletivas no território. Especificamente, dedica-se a refletir sobre a empresa Uber, oficialmente definida como um aplicativo que coloca em contato carros, motoristas e passageiros. Defende-se que a organização política-territorial do país é um dado ativo da ação da empresa, uma vez que, a partir da escolha de seus lugares de ação, os municípios são obrigados a criar leis regulamentando seu funcionamento. O texto argumenta, ainda, que dimensões da vida coletiva e a forma da urbanização passam a ser transferidas às empresas a partir do uso que elas realizam do território. Finalmente, o texto procura pontuar a importância de considerar as situações concretas relativas ao território nacional para refletir sobre suas modernizações.

2. A AÇÃO TERRITORIALMENTE SELETIVA DE UMA EMPRESA GLOBAL BASEADA EM INFORMAÇÕES

Acompanhando uma política de ação em escala global (507 cidades no mundo), a Uber opera em 12 municípios do Brasil, sendo 11 capitais e Campinas, um dos municípios mais ricos do país. Nota-se uma escolha de lugares no território nacional que representam: economias de aglomeração; concentração populacional e de renda; congestionamentos; e sistemas de transporte público deficitários em qualidade e quantidade (extensão e capilaridade das redes).

Inicialmente, é preciso destacar analiticamente o fato de que a Uber não possui veículos ou motoristas próprios, tendo como grande mercadoria a sua capacidade de colher, produzir, sistematizar e usar informações em seu próprio benefício. Nesse sentido, a empresa especializa-se, na verdade, não no transporte, mas na transformação de informações banais em informações estratégicas, ou produtivas, conforme a definição de Silva Bernardes². Apoiados, igualmente, na análise de Lash³ sobre as sociedades *conhecimento-intensivo*, propõe-se pensar a ação territorial da empresa considerando: i) O papel central da inovação, da criação, da invenção (protótipos), da P&D, do trabalho informacional intensivo; ii) A informação como força produtiva (informações produtivas); iii) A produção e circulação de produtos, bens e serviços digitais; iv) O conhecimento apurado e sistemático do território e dos seus usos, permitindo a atualização instantânea da ação.

Empiricamente, iniciamos a análise das informações divulgada aos chamados

1 Doutor em Geografia (USP), Pós-Doutorado em Geografia (Unicamp), Professor Adjunto no Departamento de Geografia, Instituto de Geociências (IGC), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), e-mail: fabio.tozi@gmail.com.

2 SILVA BERNARDES, Adriana Maria. São Paulo, produção de informações e reorganização do território brasileiro. 2001. 283 páginas. Tese (Doutorado em Geografia), USP, São Paulo, p. 185.

3 LASH, Scott. Critique of information. Primeira edição. London: SAGE Publication, 2002, p. 02.

“Motoristas Parceiros”, como instrumento de compreensão do funcionamento da empresa. Há 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. Além disso, 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 interessante observar que o tempo usado como padrão pela empresa nas simulações enviadas aos motoristas é de 10 horas diárias. A título de exemplo, os horários com demanda extremamente alta no município de Belo Horizonte concentram-se nas sextas-feiras, sábados e domingos, com destaque para as madrugadas. 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 original 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 renda⁴.

Nessa direção, é importante registrar que entre as principais críticas ouvidas de motoristas Uber, são constantes as longas jornadas de trabalho, que chegam a 15 horas diárias⁵. 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 de cada um deles.

Outro elemento que se tem observado é a mudança sistemática de seus padrões técnicos e organizacionais de funcionamento. Assim, em São Paulo, a empresa implementou, após o Decreto⁶ que regulamenta sua atividade, um sistema de compartilhamento de veículos (uberPOOL). Para uma área selecionada da cidade, a empresa propõe um preço fixo de R\$ 6 em todos os deslocamentos em veículos compartilhados⁷.

A área no qual o serviço é oferecido tem como limites o Centro e as zonas Oeste e Sul da cidade, onde concentram-se 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 transporte na cidade. Essa ação da empresa revela empiricamente a impossibilidade de um controle estatal das ações mutáveis 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.

4 A combinação entre lazer, álcool e fiscalização policial explicaria essa concentração. A concentração de bares, boates e clubes explicaria, por sua vez, a concentração territorial da demanda nesses horários.

5 Informação obtida a partir de entrevistas com motoristas Uber entre março a setembro de 2016.

6 SÃO PAULO, Prefeitura Municipal. Decreto nº 56981 de 10/05/2016. Diário Oficial do Município. São Paulo, 11 maio 2016. Disponível em: http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=11052016D%20569810000. Acesso em 15/10/2016.

7 De acordo com informações da página Internet da empresa, o preço fixo e a área em questão são por tempo e horários determinados (31/08/2016 a 16/10/2016), revelando que a experiência é uma forma da empresa colher informações estratégicas sobre o uso do sistema para aprimorar o seu funcionamento. O sistema de compartilhamento de veículos a preços variáveis pode ser utilizado em toda a cidade.

A teoria dos dois circuitos da economia urbana, de Santos,⁸ considera a existência, na cidade, de dois circuitos complementares (superior e inferior), porém distintos entre si, a partir de i) capital (alto ou baixo); ii) tecnologia (sofisticada ou simples) iii) organização (burocrática ou simples); iv) informação (fator produtivo ou não). Acredita-se que esta proposta analítica contribua à retomada da ideia da economia como relação social que pressupõe cooperação (Divisões Social e Territorial do Trabalho), para além da metáfora do ‘compartilhamento’. 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 e como atividade econômica (formas de trabalho e circulação de dinheiro dentro do próprio circuito inferior). A chamada ‘arte da viração’ ou o ‘mercado socialmente necessário’, no que tange aos transportes, levou ao surgimento de novas modalidades de transporte, 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.

Por sua vez, a chegada da Uber ao território nacional representa a constituição de novos setores econômicos oligopólicos ou monopólicos nos quais a descentralização dos coletores de informações e de dinheiro é acompanhada da re-centralização da produção de normas e da acumulação de capital. Nessa situação, ao contrário de um mercado socialmente e localmente necessário, ocorre o fenômeno da ‘vampirização’ do circuito inferior pelo circuito superior, transferindo a renda que antes circulava no primeiro para o segundo. A recente decisão da Uber em aceitar o pagamento em dinheiro reforça a hipótese da capilarização do serviço aos lugares e pessoas mais pobres.

Aliás, além da Uber, outras empresas ingressam no país: a espanhola Cabify iniciou sua atuação em Belo Horizonte em setembro de 2016 (além de São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre). Os preços são similares aos da Uber, com o diferencial de permitir a solicitação de veículos e estimativa de preços a partir de computadores (sem a necessidade de *smartphones*). Essa possibilidade multiplataforma também é oferecida pela Televo, empresa criada em Brasília em 2016, com atuação no Rio de Janeiro e com cadastro aberto para “parceiros” em São Paulo. A empresa oferece veículos pequenos, sedans e, fato novo, motos. Por fim, a Easy Táxi (empresa brasileira fundada em 2011), que operava por meio de aplicativos para taxistas, lançou, em julho de 2016, o EasyGo, sistema similar ao da Uber.

Todavia, uso e normatização do território não são coincidentes. Algumas observações iniciais sobre essa disritmia: em Belo Horizonte, a Lei nº 10.900 (de 08/01/2016), regulamentada em abril do mesmo ano, determina que as empresas de transporte de passageiros que utilizem aplicativos e seus motoristas sejam cadastrados junto à Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte (BHTrans). Exige-se, de fato, que o motorista seja taxista com veículo e placa licenciados pela BHTrans. Logo, a Lei visou proibir o funcionamento da Uber, que somente poderia continuar em atividade se seus motoristas fossem taxistas já cadastrados. Entretanto, no mesmo dia em que a Lei foi regulamentada pela Prefeitura, a Uber divulgou uma nota no qual afirma que vai continuar operando⁹. Evidentemente, não reconhecer uma lei é uma atitude legítima, entretanto, é mais relevante destacar o exercício do poder da empresa em face das decisões

8 SANTOS, Milton. O espaço dividido. Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. 2ª edição. São Paulo: Edusp, 2004 [1975], p. 43.

9 UBER. Sobre a lei 10.900/2016, 2016. Disponível em <https://newsroom.uber.com/brazil/sobre-a-lei-10-9002016/>. Acesso em 08/09/2016.

municipais, que se apoiou, posteriormente, em liminares judiciais que autorizam a sua atuação no território belo-horizontino e mineiro¹⁰. Nesse sentido, Morozov¹¹ afirma que a expansão global da Uber representa uma diminuição do poder dos entes públicos.

No município de São Paulo, após a aprovação do PL 349/2014 (em 09/09/2015), que proibiu o “uso de carros particulares cadastrados em aplicativos para o transporte remunerado individual de pessoas” o Prefeito de São Paulo, Fernando Haddad (PT) manifestou que a municipalidade estudava formas de regulação do serviço¹². Assim, enquanto ainda tramitam Projetos de Lei sobre o tema, o Executivo, por meio de Decreto¹³, autorizou o funcionamento das Operadoras de Tecnologia de Transporte Credenciadas (OTTCs) que, além de Uber e similares, prevê o sistema de caronas pagas e mesmo veículos autônomos.

A Prefeitura passou a exigir contrapartidas cadastrais e o pagamento de tributos à municipalidade e criou-se, a partir do Decreto paulista, uma certa “jurisprudência informal” para os demais municípios brasileiros. Aqui, não se pode desconsiderar a capacidade de ação dos agentes envolvidos: o valor de mercado da Uber era de US\$ 68 bilhões em dezembro de 2015¹⁴. O orçamento do município de São Paulo para o ano de 2015 foi de R\$ 51,4 bilhões. Logo, não é exagero afirmar que uma única empresa possui mais poder econômico do que o município mais rico do Brasil.

No que tange ao papel chave desempenhado pelas Capitais na adoção das modernizações ao nível nacional, devemos retomar duas observações importantes relativas à chamada difusão territorial da inovação, a partir da obra seminal de Hägerstrand¹⁵:

a. Efeito de vizinhança (*neighbourhood effect*): Os lugares próximos, em distância, ao centro da inovação, adotam-na mais precocemente; lugares com distâncias similares ao centro experimentariam um processo de difusão similar.

b. Efeito hierárquico (*hierarchical effect*): Os lugares mais próximos ao centro da inovação (definido pela concentração populacional) adotam a inovação mais precocemente; Lugares com hierarquia similar têm processo de difusão similar.

A partir de um efeito de vizinhança, a imposição do fenômeno metropolitano no Brasil cria uma difusão da inovação por proximidade, já que a partir das capitais (como São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre ou Belo Horizonte) os municípios vizinhos passam a lidar, de uma maneira voluntária ou não, com as empresas de transporte mediado por aplicativos. Por outro lado, graças às conexões geográficas dessas metrópoles com o

10 De acordo com a Liminar de 10/03/2016, decidida pelo Juiz Michel Curi e Silva, impetrada pela SUCESU-MG (Sociedade de Usuários de Informática e Telecomunicações de Minas Gerais): “... o serviço de transporte de pessoas oferecido através de aplicativo de dispositivo móvel (aparelhos celulares, *tablets* etc), como por exemplo, o UBER, insere-se na modalidade de contrato particular de transporte, não se confundindo com o serviço público de transporte prestado por taxistas, mediante permissão do poder público” (ref. Proc. 5014923-75.2016.8.13.0024, 1ª Vara da Fazenda Pública e Autarquias da Comarca de Belo Horizonte). Outra Liminar, de 09/09/2016, de autoria do Juiz Paulo de Tarso Tamburini Souza e impetrada pela Uber junto à 6ª Vara de Fazenda Pública e Autarquias de Belo Horizonte, amplia a decisão para todo o estado de Minas Gerais (ref. Proc. 5117005-87.2016.8.13.0024).

11 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.

12 PREFEITURA DE SÃO PAULO, Secretaria Executiva de Comunicação. Prefeito acredita em solução intermediária para o Uber e defende estudos, 2015. Disponível em: <http://www.capital.sp.gov.br/portal/noticia/6061/#ad-image-0>. Acesso em: 10/10/2016.

13 *Ibidem*.

14 CHEN, Liyan, At \$68 billion valuation, Uber will be bigger than GM, Ford, and Honda. 2016. Forbes. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/liyanchen/2015/12/04/at-68-billion-valuation-uber-will-be-bigger-than-gm-ford-and-honda/#396c47015858>. Acesso em 20/01/2016.

15 HÄGERSTRAND, Torsten. Innovation Diffusion as a Spatial Process. Chicago: The University of Chicago Press, 1967 [1953], p. 158.

restante do país, há um efeito hierárquico da difusão da aceitação dessas empresas.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por se tratar de uma pesquisa ainda em seu início, buscou-se apenas apontar para algumas questões metodológicas centrais a serem consideradas nos estudos sobre a Uber e outras empresas da economia de compartilhamento no ramo do transporte. Em primeiro lugar, é preciso compreender que a divisão territorial do trabalho na sua escala internacional exige que sejam feitas leituras a partir das existências concretas (a economia, o espaço, a política, o direito, a cultura, as relações sociais) no Brasil. A inserção subalterna do país na chamada globalização impede a adoção de explicações abstratas e entusiastas da inovação tecnológica. Assim, mesmo que se concorde com a tese de Veltz¹⁶ a respeito de uma economia do conhecimento, é preciso considerá-la em relação à situação do país no conjunto das nações. O mesmo pode ser dito em relação às teses da economia do compartilhamento e da colaboração, como aquela defendida por Rifkin¹⁷.

Em segundo lugar, a criação de normas permissivas ou restritivas em relação às atividades dessas empresas é apenas um aspecto fenomênico da situação geográfica, que diz respeito ao fato de que a vida coletiva e o espaço possuem outras dimensões para além da jurídica. Assim, consideramos que os casos empíricos aqui trazidos (a Lei paulista, autorizando, e a Lei mineira, restringindo) ignoram, ambas, o fato de que as decisões sobre os deslocamentos coletivos estão sendo tomados por empresas privadas, particularmente estrangeiras.

Finalmente, para além do tensionamento em relação aos taxistas, a Uber impõe novas normas à vida coletiva e novos condicionamentos para os deslocamentos, influenciando, ao final, a própria forma de urbanização. Se as concessões dos transportes em comum sempre tiraram do Estado parte do poder organizador do território, a Uber e similares assumem, sem grandes constrangimentos, o funcionamento de transportes híbridos entre a esfera pública e a privada. O número de veículos, de motoristas, de passageiros, a tarifa e os percursos são decisões corporativas distantes de qualquer controle público que já tenha sido instituído.

16 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, p. 299.

17 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, p. 41.

4. REFERÊNCIAS

CHEN, Liyan, At \$68 billion valuation, Uber will be bigger than GM, Ford, and Honda. 2016. **Forbes**. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/liyanchen/2015/12/04/at-68-billion-valuation-uber-will-be-bigger-than-gm-ford-and-honda/#396c47015858>. Acesso em 20/01/2016.

HÄGERSTRAND, Torsten. **Innovation Diffusion as a Spatial Process**. Chicago: The University of Chicago Press, 1967 [1953].

LASH, Scott. **Critique of information**. Primeira edição. London: SAGE Publication, 2002.

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/comment-isfree/2016/jan/31/cheap-cab-ride-uber-true-cost-google-wealth-taxation>. Acesso em 01/03/2016.

PREFEITURA DE SÃO PAULO, Secretaria Executiva de Comunicação. **Prefeito acredita em solução intermediária para o Uber e defende estudos**, 2015. Disponível em: <http://www.capital.sp.gov.br/portal/noticia/6061/#ad-image-0>. Acesso em: 10/10/2016.

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. **O espaço dividido. Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2ª edição. São Paulo: Edusp, 2004 [1975].

SÃO PAULO, Prefeitura Municipal. Decreto nº 56981 de 10/05/2016. **Diário Oficial do Município**. São Paulo, 11 maio 2016. Disponível em: http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=11052016D%20569810000. Acesso em 15/10/2016.

SILVA BERNARDES, Adriana Maria. **São Paulo, produção de informações e reorganização do território brasileiro**. 2001. Tese (Doutorado em Geografia), USP, São Paulo.

UBER. **Sobre a lei 10.900/2016**, 2016. Disponível em <https://newsroom.uber.com/brazil/sobre-a-lei-10-9002016/>. Acesso em 08/09/2016.

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.

