




OS DESAFIOS DO CAPITALISMO DE PLATAFORMA ENTENDENDO A LÓGICA DE UM NOVO MODELO DE NEGÓCIOS*

THE CHALLENGES OF PLATFORM CAPITALISM: UNDERSTANDING THE LOGIC OF A NEW BUSINESS MODEL

Nick Srnicek

King's College London, GBR

nick.srnicek@kcl.ac.uk

 orcid.org/0000-0001-9581-1620



* O artigo foi originalmente publicado sob o título **The challenges of platform capitalism: understanding the logic of a new business model** em **Juncture**, v. 23, n. 4, p. 254-257, 2017, DOI: <https://doi.org/10.1111/newe.12023>, e traduzido como parte das atividades do grupo de pesquisa Neoliberalismo, Tecnologia e Direito – NTD por Celso Naoto Kashiura Jr. e Oswaldo Akamine Jr.

Os desafios do capitalismo de plataforma: entendendo a lógica de um novo modelo de negócios

Resumo: As plataformas digitais estão redefinindo nosso mundo, mas sua análise crítica frequentemente ignora o cerne de sua operação: elas são, antes de tudo, atores econômicos no capitalismo. Seu modelo de negócio reside em unir diferentes grupos, mas sua verdadeira mercadoria é o dado. As plataformas são projetadas para extrair e utilizar dados, monitorando interações e consolidando poder. Essa obsessão por dados leva a conflitos com a privacidade, que são inerentes ao capitalismo de plataforma, não acidentais. O apetite por dados também impulsiona a expansão constante dessas empresas, que adquirem outras e se diversificam para novas áreas. A competição por dados as leva à convergência de atuação, e à monopolização, beneficiadas pelos efeitos de rede. A economia do compartilhamento é um modelo insustentável. Elas terceirizam custos e exploram trabalhadores, operando com prejuízo e dependendo de capital de risco. Com o avanço das regulamentações e a mobilização dos trabalhadores, essas plataformas tendem a falir ou se transformar. O desafio é compreender e combater o poder desse modelo datacêntrico.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Dados. Capitalismo de plataforma. Monopolização. Economia do compartilhamento.

The challenges of platform capitalism: understanding the logic of a new business model

Abstract: Digital platforms are shaping our world, yet their critical analysis often ignores the core of their operation: they are, first and foremost, economic actors within capitalism. Their business model is to bring together different groups, but their true commodity is data. Platforms are designed to extract and use data, monitoring interactions and consolidating power. This obsession with data leads to conflicts with privacy, which are inherent to platform capitalism, not accidental. The appetite for data also drives the constant expansion of these companies, which acquire others and diversify into new areas. Competition for data leads them to converge in their operations and monopolize, benefiting from network effects. The sharing economy is an unsustainable model. They outsource costs and exploit workers, operating at a loss and relying on venture capital. As regulations advance and workers mobilize, these platforms are likely to bankrupt or transform. The challenge is to understand and combat the power of this data-centric model.

Keywords: Digital platforms. Data. Platform capitalism. Monopolisation. Sharing economy.

A nosso redor, por todos os lados, parece que uma série de entidades nebulosas chamadas “plataformas” estão moldando cada vez mais nosso mundo. O Facebook é acusado de espalhar fake news e alterar o resultado das eleições nos EUA; a Amazon está transformando radicalmente a logística e criando um futuro automatizado e sem empregos; a Google está desenvolvendo rapidamente novas técnicas de inteligência artificial que já estão mudando a maneira como interagimos com a tecnologia à nossa volta; a Uber está estabelecendo um modelo hiperexploratório de trabalho. Mas o que são essas entidades e que similaridades compartilham?

Em grande medida, a reflexão crítica focou nessas empresas como atores políticos e culturais. O alarido sobre fake news é apenas o mais recente exemplo, mas a história dessas empresas é frequentemente marcada por violações de privacidade e lobby político. De maneira semelhante, quando críticos questionam como essas empresas deveriam agir, os argumentos surgem na linguagem

de valores – de uma ideologia californiana, de libertarismo, de informação querendo ser livre. Os apelos para que ajam melhor ou de maneira mais humana são apresentados em termos políticos e culturais. Contudo, essa abordagem corriqueira obscurece o fato de que essas empresas são, antes e acima de tudo, atores econômicos. Não apenas isso: são atores econômicos operando numa economia capitalista – um tipo de economia que impõe demandas específicas às empresas. Ao levar isso em consideração e olhar para as plataformas como um novo modelo de negócios no capitalismo, podemos lançar luz sobre algumas das atividades mais misteriosas dessas empresas.

O que são plataformas?

Na essência, plataformas são um novo tipo predominante de modelo de negócio baseado em unir diferentes grupos. O Facebook e a Google conectam anunciantes, empresas e usuários comuns; a Uber conecta passageiros e motoristas; a Amazon e a Siemens estão construindo e alugando as infraestruturas de plataforma que sustentam a economia contemporânea. É essencial para todas essas plataformas – e um indicativo de uma mudança mais profunda no capitalismo – a centralidade dos dados. Os dados são o recurso básico que impulsiona essas empresas e que lhes colocam em vantagem com relação a seus concorrentes. As plataformas, por sua vez, são desenvolvidas como mecanismo para extração e uso de dados: ao providenciar a infraestrutura e a intermediação entre diferentes grupos, posicionam-se de modo a monitorar e extrair as interações entre tais grupos. Esse posicionamento é a fonte de seu poder econômico e político.

Essa característica também nos ajuda a compreender um primeiro mistério: por que empresas de fora do setor tecnológico estão adotando elementos das plataformas. Uma vez que os dados se tornam um recurso central tanto para os setores tecnológico quanto para o não-tecnológico da economia, as empresas têm que desenvolver rapidamente meios de drenar e agregar essa informação. As plataformas oferecem uma solução já pronta para esse problema. Disso resulta que empresas como a John Deere, a maior empresa de máquinas agrícolas do mundo, estão construindo uma plataforma que conecta agricultores, produtores de sementes, produtores de produtos químicos, sensores de equipamentos, tratores e daí por diante. Enquanto isso, a própria John Deere extrai dados e os usa para incrementar seus serviços aos consumidores (tais como prever mais acuradamente quando e onde plantar uma certa lavoura), incrementar seus produtos (reduzindo o desgaste de seu maquinário, por exemplo) e, no fim das contas, ganhar alguma vantagem e superar seus concorrentes, como demanda o capitalismo.

Porém, esse impulso para mais e mais dados tem uma consequência nefasta: a colisão com a privacidade se torna uma característica necessária do capitalismo de plataforma. Como apontou Shoshana Zuboff (2016), o fato de que as plataformas exigem cada vez mais dados – assim como os antigos monopólios ferroviários devoravam carvão – implica que há um impulso intrínseco a essas empresas no sentido de forçar os limites do que hoje consideramos o domínio privado. A Google foi censurada por coletar dados de wi-fi das residências quando seus carros do Google Street View

passavam por perto; o Facebook tem sido continuamente criticado por se intrometer demais nas vidas dos indivíduos; a Vizio foi denunciada por espionar as pessoas por meio de suas smart TVs. Ao invés de encarar esses incidentes como excessos acidentais, devemos encará-los como consequências necessárias do capitalismo de plataforma: se os dados são um recurso central e a concorrência capitalista coloca um prêmio alto para obtenção desses dados, então nossa época inevitavelmente será repleta de escândalos de privacidade.

Expansão, monopolização, invulnerabilidade

O apetite das plataformas por dados implica também que essas empresas estão em constante expansão. Isso não apenas leva a questões de privacidade, mas implica também que essas empresas crescem e se expandem de acordo com uma lógica datacêntrica de centralização capitalista. A onda de fusões e aquisições por empresas como Google, Facebook e Amazon atesta o modo como a extração de dados constitui um novo conjunto de imperativos estruturais para essas empresas. Elas não podem se dar por satisfeitas com seus *core businesses*, precisam expandir continuamente seus aparelhos de extração de dados para novas áreas. Start-ups inovadoras que mostram potencial na extração de dados são rapidamente compradas. Mesmo plataformas de segundo nível, como LinkedIn ou Twitter, são devoradas pelo apetite insaciável por dados das grandes plataformas. Tudo isso nos ajuda a entender por que uma empresa de mecanismo de busca como a Google agora está investindo em empreendimentos completamente diferentes, como carros autônomos ou a internet das coisas para o consumidor – são simplesmente novas maneiras de extrair dados. No lugar da clássica integração vertical das empresas fordistas, plataformas praticam uma forma rizomática de integração.

A natureza expansionista dessas plataformas faz com que empresas que estavam operando em áreas completamente diferentes, agora, sob a pressão da concorrência pela extração de dados, estejam convergindo. O Google, originalmente um mecanismo de busca, agora concorre com o Facebook, que começou como uma rede social, e ambos concorrem com a Amazon, que já foi apenas uma empresa de comércio eletrônico. Embora o antagonismo aberto entre essas grandes plataformas esteja em baixa no momento, elas cada vez mais entrarão em concorrência direta, à medida que se expandem para novas áreas. Um bom exemplo é o da internet das coisas para o consumidor: Amazon e Google estão fazendo grandes jogadas em seus esforços para dominar esse ramo de seus impérios de extração de dados. O comércio online é outro ponto de atrito: o Facebook busca trazer cada vez mais transações para sua plataforma, ameaçando de maneira mais ou menos direta o Google e a Amazon. À medida que essas empresas se expandem, devemos esperar que se tornem mais agressivas entre si, enquanto o imperativo capitalista da concorrência predomina.

Essa dinâmica é equilibrada por uma contratendência à monopolização. Uma das principais características das plataformas é sua dependência de (e habilidade para gerar) efeitos de rede. Quanto mais usuários aderem a uma plataforma, mais valiosa essa plataforma se torna para todos. O resultado é um círculo virtuoso que leva a um mercado em que o vencedor leva tudo. Por exemplo, entramos

no Facebook simplesmente porque muitos de nossos amigos e familiares já estão lá – mas isso, ao mesmo tempo, reforça a centralidade e a natureza monopolística do Facebook no campo das redes sociais. Estamos assistindo a essa tendência para a monopolização em todo o espectro das grandes plataformas: Google, Facebook e Amazon, para não mencionar seus rivais não-ocidentais Alibaba e Tencent. Cada uma busca domínio absoluto sobre a área de seu *core business* e, uma vez consolidadas nessa posição, tornam-se praticamente inatacáveis por concorrentes que vão desde plataformas apoiadas pelo Estado até cooperativas de plataformas de propriedade dos trabalhadores.

A pulsão de morte da economia do compartilhamento

O resultado é uma tendência a uma concorrência cada vez mais agressiva entre plataformas monopolistas – um caminho que, sem dúvida, conduzirá a algumas baixas significativas. De fato, as plataformas que despertam mais interesse – aquelas associadas à economia do compartilhamento – são também as mais insustentáveis. Essas empresas, tais como a Uber, Airbnb e Deliveroo, terceirizam seus custos tanto quanto possível. Na Uber, os trabalhadores assumem os custos com combustível, manutenção, seguro etc.; hóspedes assumem os custos com limpeza e seguro no lugar do Airbnb. Na maior parte dessas empresas, os trabalhadores são hiperexplorados, com baixos salários e sem direitos. Enquanto isso, as plataformas simplesmente drenam uma renda de cada transação que facilitam. Ainda assim, essas empresas não são lucrativas e sobrevivem às custas do capital de risco. O financiamento do Vale do Silício (e de outros lugares) flui para essas empresas, permitindo que elas continuem operando com prejuízo por anos a fio. Mesmo que tenha se tornado lucrativo em algumas cidades, a Uber ainda estava perdendo 1 bilhão de dólares por ano enquanto tentava confrontar um concorrente (não lucrativo) chinês (Uber..., 2016). Depois disso, a Uber desistiu da luta e admitiu a derrota (Stone; Chen, 2016). De maneira geral, essas empresas foram “bem-sucedidas” apenas em deixar para trás regulamentações e trabalhadores. À medida que cidades e países se atualizam, começando a criar regulamentações apropriadas, e trabalhadores se mobilizam contra suas práticas exploratórias e, para garantir melhores salários, essas empresas se tornarão cada vez menos viáveis financeiramente. O resultado disso é que a economia do compartilhamento terá vida curta. A maior parte dessas empresas ou vai falir ou se converter em serviços de luxo para os ricos ou se transformar em um tipo completamente diferente de modelo de negócio. (Aliás, esta última é a estratégia da Uber, com seus esforços para desenvolver e possuir uma frota de automóveis autônomos.) De qualquer forma, as plataformas de economia do compartilhamento não durarão muito neste mundo.

O desafio que enfrentamos hoje é lidar com essas tendências intrínsecas do modelo datacêntrico das plataformas e com suas consequências muitas vezes contraintuitivas, e elaborar estratégias para combater seu poder. Subestimar seu domínio serve apenas para consolidar sua posição e, à medida que se tornam cada vez mais centrais para a economia global, torna-se ainda mais importante compreender seu funcionamento.

Referências bibliográficas

STONE, Brad; CHEN, Lulu Y. Uber slayer: how China's Didi beat the ride-hailing superpower. **Bloomberg Businessweek**, 6 out. 2016. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/features/2016-didi-cheng-wei>.

UBER losing \$1 billion a year to compete in China. **Reuters**, 18 fev. 2016. Disponível em: <http://www.reuters.com/article/uber-china-idUSKCN0VR1M9>.

ZUBOFF, Shoshana. The Secrets of Surveillance Capitalism. **Frankfurter Allgemeine**, 5 mar. 2016. Disponível em: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/shoshana-zuboff-secrets-of-surveillancecapitalism-14103616.html>.