

# PRINCÍPIOS DO COOPERATIVISMO DE PLATAFORMA NA CONSTRUÇÃO DE ARRANJOS DE MERCADO

*Platform cooperativism principles of in shaping market arrangements*

**Marlon Dalmoro<sup>1,2</sup>**

 0000-0002-6211-0905

✉ marlon.dalmoro@univates.br

**Douglas Wegner<sup>3</sup>**

 0000-0001-8634-5971

✉ dwegner@fdc.org.br

**Janaina Mortari Schiavini<sup>4</sup>**

 0000-0001-5126-2631

✉ janaina.schiavini@gmail.com

<sup>1</sup> Universidade do Vale do Taquari (Brasil), <sup>2</sup> Universidade de Lisboa (Portugal)

<sup>3</sup> Fundação Dom Cabral

<sup>4</sup> Pesquisadora Independente

## RESUMO

A economia do compartilhamento, em especial as plataformas digitais, tem ganhado relevância no debate acadêmico de marketing e consumo dado o seu impacto na transformação dos arranjos de mercado. Contudo, na esteira desse processo, observa-se consequências negativas derivadas dos desequilíbrios provocados pela concentração de poder nos proprietários das plataformas. Na busca por arranjos de mercados capazes de assegurar a distribuição de valor gerado de forma compartilhada e mitigar os seus desequilíbrios, perspectivas recentes têm recuperado a noção de cooperativismo para projetar modelos mais justos de plataformas digitais. Neste ensaio teórico, buscamos refletir e mapear a construção de novos arranjos de mercado em uma economia compartilhada e cooperativa. Para isso, reconhecemos o cooperativismo de plataforma como um modelo alternativo àquele controlado por grandes corporações. Finalmente, nós combinamos os princípios do cooperativismo e de governança distribuída para propor uma tipologia para as diferentes configurações dos arranjos de mercado vinculados a plataformas cooperativas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cooperativismo de plataforma, plataformas digitais, cooperativismo, arranjos de mercado, governança.

## ABSTRACT

The sharing economy, especially digital platforms, has gained relevance in marketing and consumption academic debate due to its impact on transforming market arrangements. However, in the wake of this process, there are negative consequences derived from the imbalances caused by the concentration of power among the platform owners. In the attempt to shape market arrangements capable of ensuring the distribution of value generated in a shared way and mitigating its imbalances, recent efforts have recovered the cooperative business philosophy to design fairer models of digital platforms. In this theoretical essay, we aim to debate and map the construction of new market arrangements in a shared and cooperative economy. For this, we recognize platform cooperativism as an alternative market arrangement confronting those controlled by large corporations. Finally, we combine the principles of cooperative and distributed governance to propose a typology for different configurations of platform cooperativism market arrangements.

**KEYWORDS:** Platform cooperativism, digital platforms, cooperativism, market arrangements, governance.

## 1. Introdução

Associados à perspectiva de estudos construtivistas (Araujo et al., 2010; Souza et al., 2022), mercados têm sido descritos como um fenômeno plástico, decorrente da ação ativa de diferentes atores na construção e reconstrução dos processos, práticas, normas e representações que dão forma ao mercado (Araujo et al., 2010). Neste ensaio, tomamos especialmente o conceito de arranjo (*agencements*) de mercado - em linha com Leme e Rezende (2018) – como suporte analítico para compreender não só a forma como os bens circulam em um mercado, mas também como os coletivos híbridos de entidades humanas e não-humanas agem para colocar um mercado em ação (Çalışkan & Callon, 2010).

Nesta linha, os arranjos favorecem a criação e produção de valores ao (1) organizar a produção e circulação de bens, (2) fornecer uma estrutura sociotécnica com regras, conhecimentos e dispositivos técnicos capazes de viabilizar a conexão de atores heterogêneos e, (3) construir e/ou delimitar espaços de confronto de poder entre atores (Çalışkan & Callon, 2010; Leme & Rezende, 2018). Os arranjos suportam e são necessários para a efetiva ação de modelagem da realidade pelos agentes e quando associam um componente econômico mesclado com um componente social dão forma não só a novas práticas sociais, mas também novos modelos econômicos, como a economia compartilhada (Scaraboto, 2015).

A economia do compartilhamento ou compartilhada é pautada por uma promessa de constituição de novos arranjos de mercado através de práticas colaborativas que suportam uma estrutura sociotécnica para circulação de bens entre pares (*peer-to-peer*) (Scaraboto, 2015; Fitzmaurice et al., 2020; Perren & Kozinets, 2018). Este modelo econômico emergente é facilitado por plataformas digitais capazes de conectar uma rede de atores sociais e econômicos que estariam, supostamente, em posições de poder equivalentes (Eckhardt et al., 2019). Contudo, o domínio das plataformas digitais por grandes corporações (*venture capital companies*) promove desequilíbrios na relação de poder entre os pares (Malhotra & Alstynne, 2014; DiNatale et al., 2018). Ao analisar as consequências – especialmente aquelas negativas – desses dispositivos digitais, observamos que elas não estão atreladas a plataforma digital, mas ao controle das corporações proprietárias dos dispositivos na (1) forma como a produção e circulação de bens é organizada, (2) no redirecionamento da estrutura sociotécnica para benefícios individuais e (3) na vigilância e controle dos espaços de poder. Ou seja, se analisarmos esses três elementos à luz da literatura de arranjos de mercado (Çalışkan & Callon, 2010; Callon, 2016; Leme & Rezende, 2018), observamos que as corporações não são apenas as proprietárias dos dispositivos, mas sim controlam o arranjo do mercado em que estes dispositivos operam.

A busca de alternativas que se contraponham ao modelo de plataformas digitais controladas por grandes corporações tem ganhado espaço no debate acadêmico e no universo do ativismo social (Sandoval, 2020; Fitzmaurice et al., 2020; Bunders et al., 2022). Uma das alternativas apresentadas tem sido a noção de cooperativismo de plataforma, envolvendo a constituição de plataformas de propriedade cooperativa dos usuários na busca por um equilíbrio na distribuição do valor gerado entre os envolvidos (Scholz, 2016). Diante dessa contextualização, neste ensaio teórico lançamos um olhar acerca do cooperativismo de plataforma e o seu potencial orientativo na construção de arranjos de mercado de fato cooperativos e compartilhados. Em específico, neste ensaio teórico, buscamos refletir e mapear a construção de novos arranjos de mercado em uma economia compartilhada e cooperativa.

Enquanto um número expressivo de estudos no campo do marketing tem buscado compreender as transformações dos dispositivos digitais nos domínios do consumo e das

dinâmicas socioculturais (Scaraboto & Figueiredo, 2022; Eckhardt et al., 2019; Belk, 2010), incluindo mercados digitais (Cochoy et al., 2017), poucos estudos se aventuram em uma reflexão macro analítica da relação entre estes dispositivos e a constituição dos arranjos de mercado no capitalismo tardio, seus efeitos e possibilidades. Assim, por meio de um ensaio teórico, buscamos colocar luz nesta relação de uma forma complexa. Entende-se que a associação entre modelos cooperativos de geração de valor econômico com os conhecimentos de estudos de mercado permite debater as possibilidades de construção de arranjos de mercado capazes de mitigar os limites e falhas do capitalismo de plataforma contemporâneo.

A base conceitual que deu suporte a este artigo iniciou com uma revisão da literatura conduzida. Pesquisamos nas bases de dados Scopus e Web of Science publicações contendo as seguintes chaves de busca: plataforma + cooperativismo + economia do compartilhamento. Foram localizados 364 artigos no total, demonstrando a relevância científica do tema. Contudo, somente 29 possuíam a temática ‘mercado’ no seu escopo. Desses artigos, a ênfase estava em temas de empreendedorismo (considerando oportunidades de mercado) ou ações mercadológicas. Esses artigos serviram como base inspiracional para a construção deste ensaio teórico visando a junção de reflexões relacionando a construção de mercados com cooperativismo de plataforma. Em adição a esta base conceitual, recorreu-se aos estudos sobre arranjos de mercado para a construção de uma proposição teórica na qual entende-se que os princípios do cooperativismo e de governança distribuída permitem a construção de novos arranjos de mercado. A seguir detalhe-se tanto a base teórica do ensaio quanto as suas proposições teóricas.

## 2. Arranjos de Mercado Em Uma Economia Compartilhada

O conceito de arranjos – ou seus equivalentes “assemblage” or “arrangement” - de mercado envolve um tipo específico de arranjo econômico envolvendo a concepção, produção e circulação de bens, sua valoração, a construção e a subsequente transferência de direitos de propriedade através de mediações monetárias, bem como mecanismos de transação e sistemas de preços (Çalışkan & Callon, 2010). A transferência de propriedade é apontada por Çalışkan e Callon (2010) como um elemento que constitui os arranjos de mercado. Além disso, estudos prévios que adotaram a noção de arranjos tenderam a compreender uma relação de oferta e demanda constituída por meio de atores com papéis definidos de produtores e consumidores (ex. Cochoy, 2008).

Entretanto, se voltarmos a concepções prévias de arranjos, como aquela apresentada por Deleuze e Guattari (1987), o elemento central do conceito envolve o reconhecimento de uma multiplicidade de dimensões que se altera na medida que expande suas conexões. Não há pontos ou posições, e sim linhas nas quais elementos heterogêneos de uma rede se ajustam uns aos outros. Ou seja, arranjos não necessariamente envolvem atores em posições dicotômicas de produção e consumo, mas sim em uma rede de conexão e não necessariamente envolvem a transferência de propriedade, mas sim a sua fluidez de valores dentro dessa rede (de Rezende et al., 2021). Esse argumento fica mais bem compreendido quando reconhecemos que os arranjos de mercado não mais colocam em ação modelos econômicos tradicionais, mas inclusive modelos emergentes, como a economia do compartilhamento.

O conceito de ‘economia do compartilhamento’ contempla um sistema socioeconômico suportado por tecnologias capazes de conectar uma rede de usuários na geração de valor econômico por meio do acesso ao uso dos bens, ao invés da transferência da propriedade (Eckhardt et al., 2019; Belk, 2014). Esse sistema econômico tem como características: acesso temporário ao bem; transferência de valor econômico; mediação por plataformas; papel expandido dos consumidores – estes atuam também como produtores, e; fornecimento de origem coletiva – múltiplos fornecedores ao invés de uma única empresa

(Eckhardt et al., 2019). A economia do compartilhamento rompe com as linhas que colocam o consumidor de um lado e o fornecedor profissional de outro. Também rompe com a concepção de fornecimento envolvendo força de trabalho integral para propor um novo modelo de produção envolvendo trabalho casual (Sundararajan, 2016). Assim, as empresas não são mais as produtoras, mas sim as 'provedoras de encontros' (Eckhardt et al., 2019). A criação de valor nessas redes passa a residir também nas interações, ou seja, na capacidade do arranjo em conectar múltiplos usuários vendedores com múltiplos usuários compradores, gerando um efeito de rede e de mobilização da comunidade, ao invés da transferência de propriedade (Bardhi & Eckhardt, 2012; Benoit et al., 2017).

Para tal, os arranjos de mercado na economia do compartilhamento geralmente envolvem plataformas baseadas na internet como um recurso tecnológico central para a geração de valor econômico e na amplificação da conexão entre usuários (Perren & Kozinets, 2018; Eckhardt et al., 2019). Mesmo operando na Internet, podem ser considerados elementos materiais que intervêm na construção de mercados, ou seja, são componentes importantes dos arranjos de mercado numa economia compartilhada.

### *2.1 Arranjos de mercado envolvendo trocas laterais digitais (plataformização)*

As plataformas digitais visam permitir as interações entre atores de um mercado em uma infraestrutura relativamente aberta e participativa, bem como fornecem as condições de governança das interações no mercado (Rangaswamy et al., 2020). Perren e Kozinets (2018) nomearam os arranjos de mercado constituídos a partir de plataformas digitais como 'mercados de trocas laterais'. Esse conceito descreve como mercados intermediados pela tecnologia para trocas entre atores que ocupam posições equivalentes na rede. Mesmo que alguns atores de uma rede sejam profissionais e outros amadores, as capacidades de trocas na plataforma colocariam amadores e profissionais em posições equivalentes.

Contudo, a plataforma em si não é um dispositivo neutro. Ela também exerce agência ao intermediar as relações, tanto em virtude da própria configuração do algoritmo que rege esses dispositivos quanto da própria ação intencional dos seus proprietários. As plataformas passam a ser controladas por empresas que possuem interesses próprios de uma economia capitalista (Srniczek, 2017) e que não necessariamente compreendem a lógica do compartilhamento como mutualidade (Arnould & Rose, 2016). Os controladores da plataforma passam, assim, a controlar o fluxo das trocas laterais e tornam-se os principais beneficiários dessas trocas, rompendo com uma esperança inicialmente projetada nesse novo modelo econômico (Sandoval, 2020). Esperança essa que projetava um potencial transformativo na sociedade a partir da redução do consumo, do impacto ambiental, da solidariedade, de trocas mais justas, da regeneração dos princípios comunitários e da colaboração mútua (Foramitti et al., 2020).

### *2.2 Os limites desses modelos à luz de uma visão social*

Recentemente, um número crescente de estudos tem apontado os limites do capitalismo de plataforma que se distancia dos princípios fundantes do compartilhamento como modelo econômico (Scholz, 2016; Foramitti et al., 2020). Primeiramente destaca-se a precarização das formas de trabalho e dos rendimentos decorrentes do trabalho, bem como o próprio desrespeito aos direitos dos trabalhadores (Grohmann, 2019). Outro ponto é a reprodução ou mesmo fomento das desigualdades sociais e discriminações raciais (Frenken & Schor, 2017), como por exemplo a transferência da responsabilidade sobre a aposentadoria, doença e educação do empregador para o trabalhador (Scholz, 2016). Outra limitação diz respeito à recusa das corporações proprietárias das plataformas em compartilhar os dados coletados a partir do uso da plataforma pelos usuários (Zuboff, 2019). Esse fato tem gerado um debate não apenas na apropriação dos dados, mas também acerca da privacidade dos usuários (Frenken, 2017).

Fazendo uso de modelos de negócios capazes de gerar uma concentração de mercado, os proprietários das plataformas acabam obtendo a maior parcela do valor produzido dentro dela. Tudo isso encapsulado em um arranjo de mercado descrito como revolucionário por ser compartilhado, mas que não supera os limites do capitalismo tardio. Em resposta a esse processo de eliminação do caráter colaborativo e socialmente orientado da economia do compartilhamento, por parte do capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017), se faz necessário repensar as plataformas para enquadrá-las em modelo econômico que possui a democracia, a justiça social e a cooperação mútua como elementos centrais. É nesse sentido que o cooperativismo de plataforma aparece como uma alternativa na busca por modelos de troca de valor mais justos, solidários, democráticos e cooperativos do que aqueles desenvolvidos por corporações globais e investidores cujo objetivo central e talvez único é de obter retorno financeiro.

### 3. Cooperativismo de Plataforma como um Arranjo Alternativo

O termo cooperativas de plataforma foi apresentado em 2014 por Trebor Scholz para descrever modelos de negócios que priorizam aspectos democráticos do cooperativismo com os conceitos da economia do compartilhamento. A ideia por trás do conceito é bastante simples e convincente: eliminar as corporações como intermediárias por meio da criação de plataformas controladas democraticamente pelos usuários. Para isso, a propriedade e a governança da plataforma deixam de ser exclusivas de uma corporação, e a plataforma passa a pertencer e ser governada por uma cooperativa e, conseqüentemente, pelos seus próprios membros (Sandoval, 2019).

Assim, o cooperativismo de plataforma tem como base a copropriedades e a gestão compartilhada por meio de serviços digitais. Além disso, as plataformas de propriedade cooperativa permitiram fomentar mudanças sociais por meio da criação de uma Internet para as pessoas e não para as corporações (Scholz, 2016). A base para esse argumento está na tentativa de incorporar no uso da internet um debate entre política e empreendimento digital, democracia e mercado, bem-social e comercialização, ativismo e empreendedorismo. Relações estas corroídas pelo poder das corporações que dominam a Internet e excluem do debate aspectos como solidariedade, igualdade e bem-público (Sandoval, 2020).

Motivados pelo potencial iminente de o cooperativismo de plataforma se tornar uma alternativa social para explorar o real potencial colaborativo da Internet (Scholtz, 2017), movimentos como o Platform Cooperativism Consortium visam promover o crescimento e a conversão de negócios em cooperativas de plataforma. O fato de o cooperativismo de plataforma envolver não só empreendedores, mas uma rede de atores agindo na constituição de um arranjo capaz de permitir trocas econômicas, reforça o potencial desta noção de organização social se tornar um arranjo de mercado alternativo àquele dominado por grandes corporações.

#### 3.1 A busca por exemplos da união entre cooperativismo e compartilhamento em novos arranjos de mercado

Ao longo da nossa revisão sistemática de literatura foi possível identificar exemplos práticos que associaram cooperativismo e a lógica do compartilhamento para construir redes de trocas alternativas àquelas dominadas por grandes corporações. Observamos que os casos de maior destaque são justamente aqueles que emergem em contraposição ao arranjo controlado por corporações. O Fairbnb.coop, por exemplo, consiste em um marketplace online para serviços de alojamento que opera em contraposição ao Airbnb. A plataforma é constituída não apenas a partir de uma visão de gerar valor econômico a partir de recursos subutilizados (imóveis), mas também com a objetivo de gerar valor de forma

cooperativa, democrática, transparente e capaz de redistribuir a lucratividade na forma de benefícios para a comunidade local (Scholz, 2016; Petruzzi et al., 2021). Criado inicialmente na cidade de Veneza, locatários, proprietários dos imóveis e trabalhadores podem ser donos da plataforma e participar das decisões. A governança também segue princípios de transparência e a lucratividade é distribuída de forma que beneficie primariamente a comunidade local em detrimento de investidores mais distantes (Foramitti et al., 2020).

Outros exemplos destacados pela literatura incluem o Fairmondo, uma cooperativa que visa fornecer um marketplace alternativo àqueles de propriedade de corporações como Amazon e eBay (Sandoval, 2020). No Brasil, casos emergentes envolvem plataformas em substituição ao Uber, como o VouBem, criado pela CooperDinâmica em Maringá – PR, e a plataforma Resonate em substituição ao Spotify. Músicos e ouvintes são os proprietários da plataforma visando tornar a distribuição de música mais justa para os artistas.

Esses exemplos ilustram a possibilidade de uma transição dentro da própria transição para arranjos de mercado compartilhados, incluindo elementos do cooperativismo (Scholtz, 2016; Foramitti et al., 2020). Diante disso, o fomento de arranjos de mercado alinhados à concepção do cooperativismo de plataforma associa os princípios do cooperativismo com práticas de compartilhamento (Petruzzi et al., 2021). A seguir, detalhamos um mapa interpretativo para compreender essa associação.

#### 4. Por um Mapa Interpretativo dos Arranjos de Mercado Cooperativista e Compartilhado

A consolidação do cooperativismo de plataforma como um modelo de plataforma digital capaz de recuperar a concepção democrática da Internet (Scholtz, 2016) e os ganhos sociais, econômicos e ambientais do compartilhamento (Foramitti et al., 2020) exigem ajustes na forma como as plataformas digitais são constituídas e governadas enquanto estrutura sociotécnica. Para tanto, a seguir propomos que os princípios do cooperativismo e a governança distribuída são coordenadas essenciais para mapear arranjos de mercado cooperativistas e compartilhados.

##### 4.1 As coordenadas oriundas dos princípios do cooperativismo

Cooperativismo pode ser compreendido como a associação autônoma de pessoas livremente associadas na busca por ganhos econômicos, sociais e culturais. Para isso, as cooperativas tomam forma de um empreendimento democraticamente controlado (ISA, 2020). De acordo com Watkins (1986), o cooperativismo envolve sete princípios: (1) associativismo, no qual membros intencionalmente se unem para atingir um objetivo comum; (2) ganhos econômicos, uma vez que cooperativas, diferentemente de associações, têm também um propósito econômico; (3) democracia, decisões e regras são válidas para todos os associados e implementadas por meio da execução do poder político estabelecido por meio do voto – cada associado tem o direito de expressar sua vontade por meio do voto e o voto tem peso igualitário entre os associados, independente do capital investido e do volume de atividades econômicas desenvolvidos pelo associado na cooperativa; (4) equidade, não só na distribuição de poder entre os associados mas também buscando justiça e imparcialidade nas suas operações; (5) liberdade, uma vez que os associados devem ter liberdade para se associar ou deixar a cooperativa; (6) responsabilidade, dado que as vantagens obtidas pela cooperativa exigem responsabilidades por parte dos associados para com o empreendimento, inclusive responsabilidade legal em caso de insolvência da cooperativa; (7) educação, elemento essencial para contribuir com o crescimento individual dos associados e promover a capacidade de trabalharem de forma cooperada e com outras pessoas.

Esses princípios clássicos do cooperativismo foram estabelecidos a partir de cooperativas que não necessariamente operam via plataforma, mas podem orientar a constituição do cooperativismo de plataforma. Contudo, isso não significa dizer que o cooperativismo é o arranjo. Ele pode ser uma das coordenadas nesse processo e a navegação pelo mapa interpretativo dos arranjos de mercado compartilhados e cooperativos requer ajustes no próprio modelo cooperativo quanto à configuração e organização dos arranjos sociotécnicos. Como Martin et al. (2017) apontam, cooperativismo tem sido evocado como uma alternativa às plataformas globais, mas isso requer também uma efetiva governança democrática na organização dos arranjos de mercado.

#### *4.2 Coordenadas oriundas da governança socialmente orientada*

A organização das plataformas digitais cooperativas em torno de lógicas de governança inovadoras é umas das principais características da economia compartilhada. Consumidores são elevados à posição de corresponsáveis pela governança, coordenando esforços geralmente atribuídos às corporações ou ao estado e assumindo valores e obrigações morais que se baseiam na premissa de que o indivíduo sabe e é responsável por aquilo que faz. Emerge, assim, um modelo de autorregulação a partir de um regime de governança mediado pela tecnologia (Ravenelle, 2020). No entanto, no caso de plataformas gerenciadas por grandes corporações, a corporação atua como intermediário, estabelecendo o sistema de governança que será autorregulado pelos consumidores. Por exemplo, o Airbnb estabelece os parâmetros de avaliação, as taxas, as formas de pagamento, cabendo aos consumidores apenas regularem a relação entre locatários e usuários, por meio de avaliações a partir do sistema estabelecido pela corporação (Ravenelle, 2020). Mudanças no algoritmo de buscas ou nas regras para funcionamento da plataforma, as quais afetam diretamente ofertantes e demandantes, e indiretamente toda a sociedade, são definidas exclusivamente pela corporação controladora, sem qualquer oportunidade de participação daqueles que efetivamente criam o compartilhamento de bens e ativos.

Diante disso, arranjos de mercado cooperativos e colaborativos buscam incluir, além da autorregulação, um modelo de governança distributiva. A lógica de governança distributiva tem origem na gestão descentralizada de redes elétricas, mas pode servir como coordenada na constituição de novos arranjos de mercado cooperativos e compartilhados. Ela envolve um conjunto de atores integrados em uma rede neutra e não-hierárquica (Baran, 1964). Em outras palavras, refere-se ao poder difuso dentro da rede, com responsabilidades e capacidades distribuídas entre os atores (Marshall, 2006; O'Mahony & Karp, 2022). A lógica da governança distribuída também é apresentada como uma alternativa para sistemas nos quais o Estado perdeu – ou foi destituído – da posição de regulador, sem que o sistema perca a sua integridade, como no caso das plataformas digitais (Martin, 2017), ou mais sustentáveis (Schatzki, 2015).

Cooperativas têm sido descritas como um modelo de organização democrática dadas suas características que permitem a participação e controle por parte dos associados e a colaboração em prol de um objetivo comum (Cornforth, 2004). Isso seria um objetivo primário para atingir uma governança democrática e distributiva. Dessa forma, propomos que a união dos princípios do cooperativismo com a lógica de governança distributiva pode inspirar a constituição de arranjos sociotécnicos que primam pela democracia e fornecer legitimidade para suportar e potencializar o cooperativismo de plataforma.

#### *4.3 Cruzamento das coordenadas no mapeamento de arranjos de mercado cooperativos e compartilhados*

O cruzamento dos princípios do cooperativismo com a lógica de governança distribuída da plataforma pode resultar em quatro possibilidades de arranjos de mercado. A primeira possibilidade diz respeito a arranjos de mercado que, mesmo operando por meio de

dispositivos construídos de forma cooperativa, não se constituem de fato como um arranjo de mercado. O caso mais explícito dessa relação são plataformas digitais de propriedade de uma cooperativa, mas que não potencializam o associativismo na plataforma e nem buscam uma governança distribuída entre os usuários. Denominamos essa possibilidade de “plataforma cooperativa latente”.

Outra possibilidade envolve a existência de uma plataforma na qual os usuários participam ativamente da governança - utilizam a plataforma para ganhos mútuos, geram alguma relação de reciprocidade, desejam participar na governança – mas a plataforma não pertence a uma cooperativa, ou seja, usuários não são sócios da plataforma. A figura jurídica proprietária da plataforma pode até ser uma cooperativa, mas não necessariamente possui um alinhamento com todas as dimensões do cooperativismo.

A “plataforma cooperativa, mas pouco compartilhada”, consiste em casos nos quais a plataforma explora todas as dimensões do cooperativismo para constituir a plataforma, porém os usuários não exercem uma governança distributiva. Neste caso, utilizam da plataforma somente para viabilizar uma transação comercial, sem gerar nenhum tipo de relação de reciprocidade ou sem assumir responsabilidade na governança.

Por fim, o modelo de “plataforma cooperativa e compartilhada” é aquele em que todos os princípios do cooperativismo estão presentes na constituição da plataforma e usuários estão engajados plenamente em todas as dimensões da governança distribuída - utilizam a plataforma para ganhos mútuos, geram alguma relação de reciprocidade, desejam e há abertura para participar na governança. Com isso, a plataforma opera na excelência em termos de governança distributiva e princípios cooperativistas. Ao analisar a relação entre cooperativismo e governança distribuída, observa-se que não estamos falando somente da configuração da estrutura sociotécnica – especialmente da propriedade e gestão dos dispositivos. O modelo de excelência envolve também a organização da relação de troca, da constituição dos arranjos sociotécnicos e da relação de poder existente dentro da plataforma. Dessa forma, o elemento central não está apenas na capacidade de o dispositivo conectar atores heterogêneos, mas nas regras e organização do uso desse dispositivo e da própria produção e circulação de valor por intermédio da plataforma. Nesta possibilidade, a ênfase do arranjo está nos procedimentos coletivos de governança e na estrutura cooperativa que colocam o mercado em ação (Çalışkan & Callon, 2010). A título de síntese, o quadro 1 apresenta as quatro possibilidades descritas anteriormente.

**Quadro 1** - Níveis de governança distribuída e cooperativismo na constituição de arranjos de mercado

		Alinhamento com os princípios do cooperativismo	
		<i>Baixo</i>	<i>Alto</i>
<b>Participação igualitária na rede (governança distribuída)</b>	<i>Baixa</i>	Plataforma cooperativa latente	Plataforma cooperativa, mas pouco compartilhada
	<i>Alta</i>	Plataforma compartilhada, mas pouco cooperativa	Plataforma cooperativa e compartilhada

Fonte: Os autores

Com isso, as múltiplas possibilidades de construir arranjos de mercado mais ou menos cooperativos e mais ou menos governados de forma distributiva permitem configurar as plataformas digitais como dispositivos mais democráticos e socialmente justos do que aqueles controlados por corporações globais. Com base em Callon (2016), propomos que a reconfiguração das plataformas digitais isso requer abandonar a visão tradicional de mercados como uma interface para pensar o mercado como um arranjo em constante transformação e passível de reenquadramento, com base em lógicas cooperativistas e de

participação democrática. A transformação dos arranjos hegemônicos na economia do compartilhamento pode ser confrontada a partir da ação de agentes econômicos orientados por outros princípios. Nesse caso, as lógicas do cooperativismo e da governança distribuída podem servir como coordenadas para a modelagem de arranjos de mercado cooperativistas e compartilhados.

## 5. Comentários Finais

Ao finalizar este ensaio, um aspecto que merece atenção são os próprios limites do cooperativismo de plataforma. Assim como o modelo cooperativista possui limitações, o cooperativismo de plataforma não é diferente. Podemos mencionar o fato das cooperativas se tornarem empreendimentos como outros, distanciando-se dos princípios constituidores desse tipo de associação, em resposta à competição de mercado com empresas privadas (Sandoval, 2020). Cooperativas de Plataforma tendem a se tornar ambivalentes, de um lado pregando cooperação, solidariedade, democracia e propriedade comum, mas de outro lado passando a operar na lógica competitiva e individualista do capitalismo. Ou seja, uma tensão constante entre ativismo e empreendedorismo e democracia e mercado (Sandoval, 2020). Além disso, a democracia é uma forma vazia preenchida com conteúdo e instrumentalizada por propósitos dos seus membros (Brown, 2015). Novos arranjos de mercado, mesmo quando constituídos a partir de agências orientadas por princípios democráticos, podem também apresentar desigualdades de raça, classe e gênero (Schor, 2016). Também podem não ser o suficiente para reparar o individualismo que predomina, especialmente na forma de trabalho independente, autônomo e temporário promovido pela denominada economia do compartilhamento (Grohmann, 2019).

Apesar destas limitações, o cooperativismo de plataforma consiste em um aceno para alternativas capazes de desnaturalizar a centralidade das corporações nos arranjos de mercado da economia do compartilhamento. Centralidade essa que gera desequilíbrios e contradiz a própria lógica que sustenta a economia do compartilhamento, que é a de gerar valor econômico a partir da conexão de uma rede de atores em posições equivalentes. Dessa forma, argumentamos que o cooperativismo enquanto princípio de organização, com características democráticas, juntamente a uma governança da rede realmente comprometida na busca por igualdade entre os pares, pode levar a arranjos de mercado de fato compartilhados.

Este ensaio está longe de esgotar a discussão acerca de um tema tão complexo. As ideias apresentadas devem ser lidas como um mapa, mas não como uma bússola, servindo para apontar caminhos que podem ser expandidos por estudos futuros na compreensão tanto de possibilidades quanto de limitações desses arranjos de mercado emergentes. Além disso, este ensaio não serve para pregar o cooperativismo de plataforma como uma estrutura capaz de superar todos os limites do capitalismo contemporâneo. Por isso, a literatura de estudos construtivistas de mercado, mesmo que adotada somente como quadro analítico do fenômeno em estudo, pode ser útil em estudos futuros para mapear processos, práticas, normas, representações e agenciamentos capazes de colocar em ação o cooperativismo de plataforma. Estudos futuros podem promover um mapeamento consistente de casos de cooperativismo de plataforma à luz da literatura de construção de mercados. Sugere-se analisar quais agentes de mercado são responsáveis pela modelagem desses novos arranjos e como agem a favor de uma governança colaborativa e cooperativa. Por fim, destaca-se o papel de mapeamentos como este para compreender os limites da economia compartilhada a partir da compreensão dos mercados.

### Nota da RIMAR

Uma versão preliminar desse artigo foi apresentada no *IX Encontro de Marketing da ANPAD – EMA*, em 2021.

## Referências

- Araujo, L., Finch, J., & Kjellberg, H. (Eds.). (2010). *Reconnecting marketing to markets*. Oxford: University Press.
- Arnould, E.J., & Rose, A.S. (2016). Mutuality: Critique and substitute for Belk's "sharing." *Marketing Theory*, 16(1), 75-99.
- Baran, P. (1964). *On distributed communications: Introduction to distributed communication networks*. Santa Monica, Ca.: The Rand Corporation.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G.M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of consumer research*, 36(5), 715-734.
- Brown, W. (2015). *Undoing the Demos*. New York, NY: Zone Books.
- Bunders, D. J., Arets, M., Frenken, K., & De Moor, T. (2022). The feasibility of platform cooperatives in the gig economy. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 10(1), 100167.
- Çalışkan, K., & Callon, M. (2010). Economization, part 2: a research programme for the study of markets. *Economy and Society*, 39(1), 1-32.
- Callon, M. (2016). Revisiting marketization: from interface-markets to market-agencements. *Consumption Markets & Culture*, 19(1), 17-37.
- Cochoy, F. (2008). Calculation, qualculation, calquation: shopping cart arithmetic, equipped cognition and the clustered consumer. *Marketing theory*, 8(1), 15-44.
- Cochoy, F., Hagberg, J., McIntyre, M. P., & Sörum, N. (Eds.). (2017). *Digitalizing consumption: How devices shape consumer culture*. London: Routledge.
- Cornforth, C. (2004). The Governance of Cooperatives and Mutual Associations: A Paradox Perspective. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 75(1): 11–32.
- de Rezende, D.C., Paiva, C.M.N., & Leme, P.H.M.V. (2021). Community Supported Agriculture (CSA) as an Alternative Market System: An Appreciation-Based Activist Order of Worth. *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 11(2), 182-195.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1988). *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia*. Londres: Bloomsbury Publishing.
- DiNatale, S., Lewis, R., & Parker, R. (2018). Short-term rentals in small cities in Oregon: Impacts and regulations. *Land use policy*, 79(s.n.), 407-423.
- Eckhardt, G.M., Houston, M. B., Jiang, B., Lamberton, C., Rindfleisch, A., & Zervas, G. (2019). Marketing in the sharing economy. *Journal of Marketing*, 83(5), 5-27.
- Fitzmaurice, C. J., Ladegaard, I., Attwood-Charles, W., Cansoy, M., Carfagna, L. B., Schor, J. B., & Wengronowitz, R. (2020). Domesticating the market: moral exchange and the sharing economy. *Socio-Economic Review*, 18(1), 81-102.
- Foramitti, J., Varvarousis, A., & Kallis, G. (2020). Transition within a transition: how cooperative platforms want to change the sharing economy. *Sustainability Science*, 15(4), 1185-1197.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23(s.n.), 3–10.
- Grohmann, R. (2019). Cooperativas de Comunicadores: possibilidades, contradições e cenário argentino. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 42(3), 77-90.
- ICA - International Cooperative Alliance (2020). *Cooperative identity, values & principles*. Disponível em <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>. Acesso em 28 de setembro de 2020.
- Leme, P.H.M.V., & de Rezende, D. C. (2018). A construção de mercados sob a perspectiva da teoria ator-rede e dos estudos de mercado construtivistas (EMC). *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 8(2), 133-151.

- Malhotra, A., & Van Alstyne, M. (2014). The dark side of the sharing economy... and how to lighten it. *Communications of the ACM*, 57(11), 24-27.
- Marshall, J. (2006). Negri, Hardt, distributed governance and open-source software. *Journal of Multidisciplinary International Studies*, 3(1), 1-25.
- Martin, C. J., Upham, P., & Klapper, R. (2017). Democratising platform governance in the sharing economy: An analytical framework and initial empirical insights. *Journal of Cleaner Production*, 166(s.n.), 1395-1406.
- O'Mahony, S., & Karp, R. (2022). From proprietary to collective governance: How do platform participation strategies evolve?. *Strategic Management Journal*, 43(3), 530-562.
- Perren, R., & Kozinets, R. V. (2018). Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20-36.
- Petruzzi, M. A., Marques, C., & Sheppard, V. (2021). TO SHARE OR TO EXCHANGE: An analysis of the sharing economy characteristics of Airbnb and Fairbnb. coop. *International Journal of Hospitality Management*, 92(s.n.), 102724.
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., van Bruggen, G., Wieringa, J. E., & Wirtz, J. (2020). The role of marketing in digital business platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51(s.n.), 72-90.
- Ravenelle, A.J. (2020). Digitalization and the hybridization of markets and circuits in Airbnb. *Consumption Markets & Culture*, 23(2), 154-173.
- Sandoval, M. (2020) Entrepreneurial Activism? Platform Cooperativism Between Subversion and Co-optation. *Critical Sociology*, 46(6), 1-17.
- Scaraboto, D. (2015). Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 152-176.
- Scaraboto, D., & Figueiredo, B. (2022). How Consumer Orchestration Work Creates Value in the Sharing Economy. *Journal of Marketing*, 86(2), 29-47
- Schatzki, T. (2015). Practices, governance, and sustainability. In: Strenger, Y., & Maller, C. (eds.). *Social practices, intervention, and sustainability: Beyond Behaviour Change*, p. 15-30, Londres: Routledge.
- Scholz, T. (2016). *Platform Cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy*. New York: Rosa Luxemburg Stiftung.
- Schor J.B. (2020). *After the Gig: How the Sharing Economy Got Hijacked and How to Win It Back*. Berkeley: Univ. Calif. Press.
- Souza, C.E.C., Leme, P.H.M.V., Guimarães, E.R., & Maciel, G.N. (2022). Market-Making Research: A Theoretical Systematization. *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 12(1), 1-16.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Londres: John Wiley & Sons.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Watkins, W.P. (1986). *Co-operative Principles: today and tomorrow*. Manchester: Holyoake Books.
- Zuboff, S. (2019). Surveillance capitalism and the challenge of collective action. *New labor forum*, 28(1), 10-29.

## Autores

- 1. Marlon Dalmoro**, Doutor em Administração pela UFRGS. Professor do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Ambientais Sustentáveis – Universidade do Vale do Taquari (Brasil) e Professor Convidado da NOVA IMS Information Management School – Universidade de Lisboa.
- 2. Douglas Wegner**, Doutor em Administração pela UFRGS. Professor da Fundação Dom Cabral.
- 3. Janaina Schiavini**, Doutora em Administração pela UNISINOS. Pesquisadora independente.

## Contribuição dos autores

Contribuição	Marlon Dalmoro	Douglas Wegner	Janaina Schiavini
1. Definição do problema de pesquisa	✓	✓	✓
2. Desenvolvimento de hipóteses ou questão de pesquisa (no caso de trabalho empírico)	✓	✓	✓
3. Desenvolvimento de proposição teóricas (no caso de trabalho teórico)	✓	✓	✓
4. Referencial/fundamentos teórico(s) / revisão de literatura	✓	✓	✓
5. Definição de procedimentos metodológicos			
6. Coleta de dados / trabalho de campo			
7. Análise e interpretação de dados (quando existentes)			
8. Revisão do texto	✓	✓	✓
9. Redação do texto	✓	✓	✓