

12º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP - 2021

A ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO E AS MULHERES QUE VIAJAM SOZINHAS

GABRYELA M. GHIROTTI¹, RODRIGO R. OLIVEIRA²

¹ Graduanda em Tecnologia em Gestão de Turismo, Bolsista PIBIFSP, IFSP, Câmpus São Paulo, gabryela.ghirotti@aluno.ifsp.edu.br.

² Docente em Tecnologia em Gestão de Turismo, IFSP, Câmpus São Paulo, rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br.
Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.13.00.00-4 Turismo

RESUMO: Este estudo tem o propósito de debater a economia do compartilhamento para mulheres, que são usuárias da BlaBlaCar, e analisar suas percepções dos serviços ofertados, assim como discutir a questão do seu papel de viajante independente e o posicionamento contínuo da sociedade sobre isso. A atividade turística é para todos os gêneros, entretanto se mostra que o seu exercício é dado, de forma diferente, para as mulheres, em função das adversidades que aparecem, em seus caminhos, pelo fato de serem do sexo feminino. Para analisar a percepção das usuárias brasileiras da BlaBlaCar, foi adotada uma pesquisa de natureza documental, sendo o Conteúdo Gerado pelo Usuário a fonte de dados primária. Foram coletados 300 comentários postados durante os meses de janeiro a março de 2020, no aplicativo da empresa na plataforma digital *Google Play* e a coleta de dados foi realizada em julho de 2021. Os comentários foram categorizados e foi identificado que 62% desses são negativos e 38% são positivos. Os estudos demonstraram uma baixa taxa de insegurança das usuárias em pegarem caronas, demonstrando que não dão ênfase para restrições no que envolve ser mulher, mas sim, tomam medidas de cautela como verificar as avaliações do condutor da viagem.

PALAVRAS-CHAVE: economia do compartilhamento; mulheres; brasileiras; viagens sozinhas; transporte; turismo.

THE SHARING ECONOMY AND WOMEN WHO TRAVEL ALONE

ABSTRACT: This study aims to debate the sharing economy for women, who are users of BlaBlaCar, and analyze their perceptions of the services offered, as well as to discuss the issue of their role as independent traveler and society's ongoing position about it. The tourist activity is for all genders, however it is shown that its exercise is given, in a different way, to women, due to the adversities that appears, in her paths, for being female. To analyze the perception of brazilian users of BlaBlaCar, a documental research was adopted, with User Generated Content as the primary data source. 300 comments were collected from January to March 2020, on the company's app on the *Google Play* digital platform, and data collection was carried out in July 2021. The comments were categorized and it was identified that 62% of these are negative and 38% are positive. The studies showed a low rate of insecurity of users in taking a ride, showing that they do not emphasize restrictions on what involves being a woman, but rather, they take cautionary measures such as checking the assessments of the driver.

KEYWORDS: sharing economy; women; brazilian; independent travel; transport; tourism.

INTRODUÇÃO

O termo “consumo colaborativo” indica que o ato de compartilhar é usado em diversas proporções e passou a receber novos valores sob o influxo da tecnologia, gerando uma cultura em que “o que é meu é seu” (BOSTMAN; ROGERS, 2011). A economia do compartilhamento é uma possibilidade de meio de transporte para mulheres que viajam sozinhas, entretanto o assédio em veículos compartilhados é um ponto a ser destacado.

Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos, com a companhia de compartilhamento de automóveis, *Uber*, constatou quase seis mil denúncias de usuárias por abuso sexual entre 2017 e 2018, sendo os motoristas 54% dos acusados (BBC, 2019). Fica evidente que as condições de violência são impulsionadores da insegurança e dificultadores do exercício da atividade turística por mulheres (FONTOURA; REZENDE; QUERINO, 2020; IBGE, 2021).

A influência da sociedade, da cultura, da religião, da família, da política e da etnicidade é percebida nos comportamentos femininos e masculinos na esfera laboral (PINTO; NUNES; FAZENDA, 2014). A estereotipação da mulher em supostos “modelos ideais” para comportamentos e estilos de vida interfere, em sua vivência, enquanto turista que viaja sozinha. Suas liberdades de deslocamento foram, historicamente, incididas por constrangimentos intrinsecamente ligados ao fato de serem mulheres (ANTONIOLI, 2015).

Este estudo tem o propósito identificar a percepção das usuárias da BlaBlaCar – empresa/plataformas digital de economia compartilhada de automóveis - no que se refere aos serviços ofertados; debater a economia do compartilhamento para mulheres, assim como a questão do seu papel de viajante e o posicionamento contínuo da sociedade sobre essa.

MATERIAL E MÉTODOS

Para analisar a percepção das usuárias da BlaBlaCar, foi adotada uma pesquisa de natureza documental, sendo o Conteúdo Gerado pelo Usuário a fonte de dados primária, o qual se refere aos indivíduos que, voluntariamente, contribuem com dados e opiniões em meios digitais e, posteriormente, são consumidos por outros usuários, que possivelmente serão influenciados a adquirirem ou não determinado produto/serviço (KRUMM; DAVIES; NARAYANASWAMI, 2008, MUNIZ; SANTOS, 2019).

Foram coletados 300 comentários postados durante os meses de janeiro a março de 2020, no aplicativo da empresa na plataforma digital *Google Play* - escolhida em função do número de avaliações registradas ser maior, resultando em cerca de 1,5 milhões de votos (GOOGLE PLAY, 2021), enquanto na *App Store* foram contabilizados por volta de 40 mil (APP STORE, 2021), tendo sido utilizado o Software da Microsoft Word, versão 2010, para a confecção de tabelas, textos e para organização dos dados.

Tratando-se de uma análise crítica e detalhada, a pesquisa é do tipo básica aplicada, tem abordagem quali-quantitativa, apresenta um estudo de caso e usa o método hipotético-dedutivo. A coleta de dados foi realizada entre os dias 5 e 9 de julho de 2021 e foram escolhidos os comentários que tinham profundidade para análise segundo seu conteúdo. Para interpretá-los, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, a qual é dividida em três partes: pré-análise - organização dos materiais; exploração do material – categorização dos dados tratamento e interpretação dos dados (BARDIN, 1995).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os comentários coletados não sofreram nenhum tipo de mudança gramatical, sendo expostos da maneira que foram escritos pelas usuárias, a fim de preservar todas as características e sentidos presentes. Ao todo foram analisados 300 comentários, categorizados em nove tópicos, escolhidos com base na quantidade de comentários com conteúdo similares e separados em positivos e negativos, indicados na Tabela 1.

TABELA 1 - Frequência de comentários positivos e negativos.

Comentários	Frequência
Negativos	62%
Positivos	38%
Total	100%

Fonte: dados da pesquisa (2021).

Comentários negativos

Todos os comentários que apresentam uma percepção desfavorável para a empresa são percebidos como negativos, com base em suas experiências, categorizados em seis fatores:

Críticas ao aplicativo (26%): são referentes ao mau funcionamento, dificuldade para utilizar e acessar a plataforma, dificuldade para encontrar caronas, falta de informações, erros para concluir o cadastro e lentidão. O comentário a seguir afirma: “Parece ser um bom aplicativo, mas eu não consigo confirmar meu número, simplesmente não chega o SMS de confirmação.” (B. L., 20/03/2020).

Cancelamento de viagem (14%): é abordado pelas usuárias, pois é um fator de frustração na experiência tanto de condutoras, como de passageiras, uma vez que não há tempo limite e cobrança de taxa para aqueles que cancelam a viagem próximo ao horário marcado. “O único adendo é quanto às desistências, qualquer pessoa pode desistir em cima da hora da carona, tanto para quem pega quanto para quem oferece. (G. G., 25/02/2020).

Insegurança (9%): a falta de foto nos perfis, documentos e placas dos carros são fatores que geram insegurança para as usuárias - “Nós, mulheres, nos sentimos inseguras em pegar ou oferecer carona a pessoas que recém se tornaram usuários e não colocam nenhuma foto sequer” (K. G., 29/02/2020).

Falha na comunicação (6%): a dificuldade na comunicação entre o motorista e o passageiro foi o ponto mais abordado, além da lentidão no recebimento de mensagens no *chat* do aplicativo, causando problemas às usuárias. “O bate-papo é lento, demora para aparecer a mensagem nova e isso pode atrapalhar” (J. V., 13/02/2020).

Crítica ao pagamento/cobrança (4%): os relatos correspondem aos pedidos por mais formas de pagamentos, de cobrança de valores diferentes dos indicados no aplicativo pelos motoristas e críticas aos indivíduos que utilizam das caronas para lucrar e não atendem à proposta da empresa, como abordado no comentário a seguir: “Nas experiências que tive com o *app*, os motoristas estavam fazendo uma espécie de *Uber*. [...] O resultado é uma corrida extremamente frustrante e cansativa, porque o motorista está com pressa para chegar ao destino para buscar outras pessoas e fazer a viagem de retorno” (A. C., 12/01/2020).

Falta de suporte da empresa (3%): a falta de suporte da BlaBlaCar às usuárias obteve 8 comentários de situações pontuais, tais quais roubo, acidente, pedidos de carona recusados sem explicações, atendimento ruim e o não retorno de reclamações. Uma usuária disse: “Eu tive um acidente e a empresa não me ajudou em nada.” (M. C., 02/02/2020).

Comentários positivos

Todos os comentários que apresentam uma percepção otimista da empresa e de suas experiências são vistos como positivos e categorizados em três fatores:

Recomendação (19%): engloba os comentários em que as usuárias recomendariam o aplicativo para outras pessoas, pois consideram que o serviço atende às expectativas, é

bom/ótimo, eficiente, prático, de fácil acesso, utilização e/ou pretendem usar mais vezes. O seguinte comentário demonstra a satisfação das usuárias: “Gosto muito do BlaBlaCar. Sempre consigo caronas, é rápido e eficiente!” (E. S., 27/02/2020).

Segurança (10%): se refere às usuárias que consideram a empresa e as caronas confiáveis, não têm receio e se sentem seguras em viajar a partir do aplicativo, assim como aquelas que indicaram que não tiveram problemas em nenhuma de suas experiências. As usuárias também postaram dicas umas para as outras como forma de minimizar os riscos ao escolherem uma carona, como verificar as avaliações do condutor: “Tem sido boa a experiência com as caronas, sópego carona com pessoas bem avaliadas e procuro sempre a avaliação feminina para ter certeza de que a carona é de confiança” (L. A., 27/01/2020).

Custo-benefício (9%): o custo-benefício do BlaBlaCar é abordado a partir dos apontamentos de preços acessíveis, o conforto, a experiência agradável, as trocas de conhecimento com pessoas e os relacionamentos que as caronas permitem. “Tenho conhecido pessoas excelentes e economizado em minhas viagens” (D. O., 06/01/2020).

A frequência de comentários negativos e positivos por categoria está apresentada nas Tabelas 2 e 3, respectivamente.

TABELA 2 - Frequência de comentários negativos por categoria.

Categorização	Frequência
Crítica ao aplicativo	26%
Cancelamento de viagem	14%
Insegurança	9%
Falha na comunicação	6%
Crítica ao pagamento/cobrança	4%
Falta de suporte da empresa	3%
Total	62%

Fonte: dados da pesquisa (2021).

TABELA 3 - Frequência de comentários positivos por categoria.

Categorização	Frequência
Recomendação	19%
Segurança	10%
Custo-benefício	9%
Total	38%

Fonte: dados da pesquisa (2021).

CONCLUSÕES

Com base dos resultados obtidos foi possível diferenciar os comentários entre positivos e negativos, a partir de uma análise ampla e, posteriormente, categorizá-los por meio de uma interpretação mais aprofundada, com o objetivo geral de identificar a percepção das usuárias do BlaBlaCar. Para estudos futuros, recomenda-se um comparativo com as usuárias da BlaBlaCar de outros países com os achados desta pesquisa.

Numericamente, é notória a concepção, majoritariamente, desfavorável à empresa, com uma diferença de 74 usuárias – quantidade relativamente baixa. Vale ressaltar que os comentários apresentaram conteúdo cabível a mais de uma categoria, sendo escolhida aquela que prevaleceu no conteúdo como um todo. Logo, há variabilidade do serviço prestado, posto que houve comentários taxados tanto positivamente quanto negativamente.

Nesse íterim, os principais elogios foram referentes à “Recomendação”, ou seja, à alta probabilidade de indicar o aplicativo para outras pessoas em função de boas experiências

que vivenciou; e as principais desaprovações foram relacionadas ao mau funcionamento e dificuldade de utilizar o aplicativo – “Crítica ao aplicativo”.

A BlaBlaCar é uma opção de meio de locomoção compartilhado para mulheres que viajam sozinhas e querem dividir custos, estão dispostas a terem trocas e conhecerem pessoas novas. Os estudos demonstraram uma baixa taxa de insegurança das usuárias em pegarem caronas – comparados aos outros fatores, como “Crítica ao Aplicativo” -, demonstrando que não dão ênfase para restrições no que envolve ser mulher, mas sim, tomam medidas de cautela – como verificar as avaliações do condutor da viagem, inclusive, avaliações femininas, pois podem apresentar conteúdo relevante para outras usuárias.

A mulher pode e deve ocupar todos os lugares que deseja e a economia do compartilhamento é mais uma forma de permiti-las alcançarem seus destinos. Dessarte, o enquadramento de mulheres aos estereótipos, há de se debater e contestar, uma vez que todos os gêneros têm o direito de exercer, não só o ir e vir, como também de serem e fazerem o que anseiam. Ser mulher e turista independente surpreende a sociedade perante o machismo estrutural, sendo esse a raiz do problema.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica e Tecnológica (PIBIFSP) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) câmpus São Paulo – Edital nº SPO.038 de 05 de outubro de 2020.

REFERÊNCIAS

ANTONIOLI, F. **Viagens no feminino: gênero, turismo e transnacionalidade**. Orientador: Adriana Gracia Piscitelli. 2015. 147f. Dissertação – Antropologia Social, UNICAMP, Campinas, 2015.

APP STORE. Carona ou ônibus na BlaBlaCar. Disponível em: apps.apple.com/br/app/blablacar-caronas-e-%C3%B4nibus/id341329033. Acesso em: 05 jul. 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BBC - British Broadcasting Corporation. **Uber registra quase 6 mil denúncias de abuso sexual em dois anos nos EUA**. BBC News, 06 dez. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-50685127>. Acesso em 05 de julho de 2021.

BOSTMAN, R.; ROGERS, R. **O Que É Meu É Seu: Como o Consumo Colaborativo Vai Mudar o Nosso Mundo**. Bookman Editora, 2011.

FONTOURA, N.; REZENDE, M.; QUERINO, A. **Beijing +20: avanços e desafios no Brasil contemporâneo**. Brasília: IPEA, 2020.

GOOGLE PLAY. **BlaBlaCar; Turismo e Local**. Disponível em: play.google.com/store/apps/details?id=com.comuto&hl=pt_BR&gl=US . Acesso em: 05 jul. 2021.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Gênero Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2. ed. 2021.

KRUMM, J.; DAVIES, N.; NARAYANASWAMI, C. User-Generated Content. **IEEE Pervasive Computing**, v. 7, n. 4, pp. 10-11, out/dez. 2008, doi: 10.1109/MPRV.2008.85.

MUNIZ, L.; SANTOS, C. Turismo e Conteúdo Gerado pelo Usuário: uma análise sobre o comportamento do consumidor na internet por meio de comentários de viagens online. **Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis (ICEAC)**, Rio Grande, v. 23, n. 1, pp. 65-80, 2019.

PINTO, A.; NUNES, S.; FAZENDA, R. Um estudo sobre a influência do gênero em funções tradicionalmente masculinas e femininas. **International Journal on Working Conditions**, n. 7, pp. 17-33, jun. 2014.