


MOTORISTA DE UBER NÃO É EMPREENDEDOR




LUCAS CASAGRANDE¹

 <https://orcid.org/0000-0002-8327-4810>

MARTÍN A. M. ZAMORA¹

 <https://orcid.org/0000-0001-9015-2742>

CARLOS F. T. OVIEDO¹

 <https://orcid.org/0000-0002-4622-8372>

Para citar este artigo: Casagrande, L., Zamora, M. A. M., & Oviedo, C. F. T. (2021). Motorista de Uber não é empreendedor. *Revista de Administração Mackenzie*, 22(2), 1–24. doi:10.1590/1678-6971/eRAMG210003

Submissão: 23 jan. 2020. **Aceite:** 6 jul. 2020.

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License.

This paper may be copied, distributed, displayed, transmitted or adapted for any purpose, even commercially, if provided, in a clear and explicit way, the name of the journal, the edition, the year and the pages on which the paper was originally published, but not suggesting that RAM endorses paper reuse. This licensing term should be made explicit in cases of reuse or distribution to third parties.

Este artigo pode ser copiado, distribuído, exibido, transmitido ou adaptado para qualquer fim, mesmo que comercial, desde que citados, de forma clara e explícita, o nome da revista, a edição, o ano e as páginas nas quais o artigo foi publicado originalmente, mas sem sugerir que a RAM endosse a reutilização do artigo. Esse termo de licenciamento deve ser explicitado para os casos de reutilização ou distribuição para terceiros.

RESUMO

Objetivo: Analisar a relação conceitual entre empreendedorismo e o trabalhador de aplicativo. Objetiva-se caracterizar conceitualmente o motorista da Uber, entendido como pináculo de uma nova forma de organizar o trabalho. Argumenta-se aqui que, ao contrário do que utilizado em inúmeros artigos e no senso comum, o motorista de Uber não é “empreendedor”, mas, sim, um trabalhador precário com facilidades flexíveis.

Originalidade/valor: Com a emergência de um novo tipo de contrato de trabalho que se referencia nas relações laborais da empresa Uber, torna-se necessário discutir os impactos dessa nova organização do trabalho. A discussão conceitual sobre o enquadramento do motorista de Uber ainda é incipiente na área da Administração. Esta pesquisa contribui para um melhor entendimento de que o discurso do trabalhador subsumido ao empreendedor é legitimador de processos de exploração.

Design/metodologia/abordagem: Trata-se de um artigo teórico-analítico. Recorreu-se à literatura histórica e teórica para tecer como o conceito de empreendedorismo emerge historicamente e vai se alterando. Comparou-se o trabalho uberizado às formas clássicas de organização do trabalho, em específico, o taylorismo e o toyotismo.

Resultados: Demonstra-se como o motorista de Uber não pode ser considerado um empreendedor em nenhuma das conceituações históricas. Demonstra-se, também, que o motorista é um funcionário precário, com flexibilidade de tempo e gerência automatizada, incorporando elementos da organização do trabalho tanto do taylorismo quanto do toyotismo.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedor. Uber. Uberização. Precarização do trabalho. Flexibilização do trabalho.

1. INTRODUÇÃO

O trabalho mudou significativamente nos últimos anos e as transformações na sua organização e na sociedade ainda estão em curso. O contrato de trabalho por empreitada tornou-se mais utilizado à medida que o custo transacional diminuiu drasticamente. Essa diminuição de custo transacional é facilmente atribuível ao uso da internet e dos *smartphones*, que possibilitam que qualquer pessoa possa se comunicar com qualquer outra a qualquer momento.

Esse fenômeno, comumente chamado de uberização, é, de fato, mais profundo que a mera expansão do contrato por empreitada; é decorrência de uma introjeção subjetiva de uma nova forma de trabalho. Nessa nova forma, uma miríade de conceitos é utilizada. Neste artigo, nos fixaremos na discussão de um conceito amplamente utilizado para descrever essa nova forma de trabalho: a do empreendedorismo. De fato, inúmeros artigos, tanto científicos (por exemplo, Bianquis, 2016; Nascimento, 2016; Padilha, Stein, & Lemos, 2017; Bakker & Salgado, 2016; Abílio & Machado, 2017)² quanto dos principais jornais brasileiros têm utilizado o termo “empreendedor” para se referir ao trabalho do motorista de Uber. Ademais, a partir de 2019, os motoristas podem se cadastrar como “microempreendedores individuais” (MEIs) para exercerem suas profissões, o que lhes caracteriza, legalmente, como microempreendedores. No entanto, carece uma discussão sobre o que é, de fato, ser um empreendedor e seus significados.

Neste artigo, discutimos os conceitos de uberização e empreendedorismo e como há uma incomensurabilidade entre os dois. Para isso, traçaremos o histórico do conceito de empreendedor e analisaremos o fenômeno da uberização para que passemos a entendê-los com maior precisão.

Ademais, o contexto econômico mundial coloca o empreendedorismo como panaceia social. O crescente interesse pelo empreendedorismo deve-se à busca pela consolidação do projeto político neoliberal nas últimas décadas do século XX. Os diferentes esforços de governantes, acadêmicos e ativistas neoliberais têm sido explicitados por meio de inúmeros programas de incentivo ao empreendedorismo em suas diferentes facetas, bem como em publicações que legitimam a matéria, naturalizando-a como única possibilidade de alcançar padrões de vida desejáveis determinados pela capacidade de consumir.

² Há uma infinidade de termos derivados de empreendedor que também aparecem como “microempreendedor”, “nano-empreendedor”, “empreendedor de si próprio”, entre outros. Neste artigo, focaremos no axioma conceitual, tratando as derivações como problemas derivados.

Por isso, entendemos, o significante adquire contornos de figuração política e, assim, faz-se necessário discutir, com precisão, seu significado.

De fato, o fenômeno empreendedor é de interesse atual e amplamente aceito enquanto disciplina e conceito norteador. Procederemos, inicialmente, a analisar o que é o Uber e como se organiza o trabalho nessa plataforma que se tornou pinacular para uma nova organização laboral. A partir daí, analisaremos como os significados do vocábulo “empreendedor” foram sendo conceituados conforme os diferentes contextos.

Aqui, a noção de empreendedorismo será examinada como um conceito resultante da transformação socioeconômica – inicialmente, a Revolução Mercantil, depois uma Segunda Revolução Industrial e, finalmente, a instauração do modelo neoliberal. Para isso, serão abordadas as aproximações feitas à noção de empreendedorismo e de quem é considerado empreendedor, deixando de ser exclusivamente o dono do capital para praticamente qualquer pessoa interessada em ser um.

Com isso, discutiremos que as características típicas do trabalho uberiizado não são subsumíveis em nenhum dos conceitos de empreendedor. No lugar de empreendedor, o motorista de Uber é um *trabalhador precário, com flexibilidade de tempo e gerência automatizada*. Isso ocorre porque, como apresentaremos na última seção, prévia às Considerações Finais, o trabalho uberiizado é gerenciado em uma lógica taylorista, mas com um algoritmo que substitui um gerente. Ademais, incorpora aspectos do toyotismo, tais como o *just-in-time* e a cooptação da subjetividade.

2. UBERIZAÇÃO

A chamada uberização apoia-se na forma de organização que surgiu com o modelo Uber de serviços de transporte de passageiros, que foi seguido por outras empresas e se estende para diversos setores da economia³. Para compreender esse fenômeno, é preciso apontar as inovações que apresenta e em quais bases se assenta. No entanto, frisa-se que a uberização não diz respeito somente às relações de trabalho na empresa Uber, mas também a uma nova organização do trabalho popularizada por ela.

Ao iniciar suas operações, a Uber parece ter se apropriado de uma ideia em voga naquele momento: a de que seria parte de uma economia colabo-

³ A uberização do trabalho já é um fenômeno global e que vem demonstrando a sua capacidade de englobar diferentes atividades. Além dos aplicativos de transporte e de entrega, há ainda serviços como o de limpeza, cuidado com animais, logística etc. Ao que tudo indica, entre o envio deste artigo para publicação e sua realização, surgirão novas empresas baseadas na lógica uberizada.

rativa, um aplicativo para gerenciar “caronas”. Só mais tarde a Uber passou a definir que “caronas”, de fato, não eram dádivas entre desconhecidos, mas, sim, um serviço prestado em troca de dinheiro, aquilo que o mundo ocidental chama simplesmente de “táxi”. Mas, claro, caso esse fosse seu anúncio de antemão, é provável que sua operação fosse prontamente barrada em inúmeras cidades e países (Slee, 2017).

O serviço da Uber efetiva-se a partir da plataforma digital que relaciona os motoristas e os consumidores. Ambos se cadastram e devem se conectar pelo aplicativo. O passageiro informa a sua localização e, logo, o *software* da Uber localiza o motorista mais próximo que irá ao seu encontro e começará o seu percurso. Ao chegar ao destino, o motorista encerra a viagem que lhe informa o preço da operação.

Quando os motoristas se cadastram na plataforma e começam a trabalhar, tornam-se, ao mesmo tempo, responsáveis por oferecer a sua força de trabalho e também pelas ferramentas necessárias para produzir a mercadoria que oferece – o carro, principalmente, mas também o smartphone, a conexão com a internet, o combustível, o seguro etc. A partir deste momento, deve-se aderir a um contrato com termos predefinidos. Assim que começa a trabalhar, é o aplicativo que define quais passageiros se deve atender. O motorista não pode captar clientes por iniciativa própria; deve aguardar de forma passiva as definições do aplicativo. No momento em que aceita uma corrida, não sabe quem é o passageiro nem qual é o seu destino, informação que só vai obter quando iniciar o percurso. O quanto o passageiro paga e o quanto o motorista recebe é determinado pelo algoritmo da plataforma.

Os motoristas são avaliados pelos seus clientes. Dependendo da nota obtida, o motorista pode ser suspenso ou descredenciado. Há ainda outro motivo que pode levar ao desligamento parcial ou total de um motorista: a recusa de chamados. Cada motorista tem um número máximo de corridas que pode recusar.

Assim, é possível entender que a relação dos motoristas com a plataforma é de subordinação? A Uber vem respondendo a esse questionamento pela negativa (Pelegi, 2019). De acordo com a empresa, os motoristas não são empregados, mas “parceiros”, uma vez que são donos dos seus veículos e, assim, não vendem a sua força de trabalho em troca de um pagamento regular na forma de salário. Dessa forma, os motoristas vendem um serviço que é pago por quem o consome: os passageiros. A taxa que deve ser paga à Uber é uma remuneração à plataforma pela sua mediação. Além disso, são os motoristas que decidem quando e por quantas horas ficarão conectados à plataforma recebendo chamados de passageiros. Por último, eles escolhem com qual plataforma querem trabalhar. Pela lógica apresentada, é possível



chegar à conclusão que não é a Uber que contrata os motoristas, mas são os motoristas que contratam a Uber.

Essa visão da Uber não é consenso entre os motoristas nem entre os pesquisadores. A empresa, junto com outras plataformas, vem sendo alvo de protestos de trabalhadores que reivindicam melhores condições de trabalho. É o caso da paralisação do dia 8 de maio de 2019 em diversos países, entre eles Estados Unidos e Brasil. Em São Paulo, a adesão à greve fez o preço das corridas por aplicativo disparar (Lobel, Pamplona, Oliveira, & Dall’Agnol, 2019).

Para Fontes (2017), empresas como a Uber não são proprietárias diretas das ferramentas e dos meios de produção, mas detém um rígido controle sobre a força de trabalho, os meios de produção e o mercado consumidor sem a intermediação de um “emprego”. Para a autora, o que a Uber detém é a propriedade dos recursos sociais de produção. Essas iniciativas aceleram a transformação da relação laboral em trabalho isolado e diretamente subordinado ao capital, desprovido de direitos. Longe de reduzir a importância da propriedade capitalista, a uberização a potencializa.

De acordo com Franco e Ferraz (2019), a uberização produz uma nova forma de mediação da subsunção do trabalhador, o qual assume a responsabilidade pelos principais meios de produção da atividade produtiva. Para os autores, o fato de não haver uma jornada de trabalho previamente fixada não desaparece com os papéis de comprador e vendedor de força de trabalho. O que de fato se altera é que o capital que deveria ser adiantado pela empresa na condição de capital constante, agora é exigido ao trabalhador. A partir do conceito de salário por peça, entendem que é um “salário por corrida”.

Desde o momento em que o trabalhador liga o seu aplicativo até o momento em que o desliga, tem o seu trabalho controlado pela empresa detentora da plataforma que determina cada aspecto da execução do trabalho. Até mesmo a duração da jornada de trabalho é definida por meio do imperativo econômico, ou seja, a necessidade de fazer longas jornadas acima das oito horas diárias (André, Silva, & Nascimento, 2019).

A organização do trabalho uberizada flexibiliza ao extremo a disposição do trabalhador. Ele só será acionado quando houver demanda para o seu perfil, relacionado à sua localização e ao tipo de veículo. Ao mesmo tempo, os trabalhadores das plataformas estão totalmente desprovidos de qualquer proteção social, sem contribuir para a previdência – a não ser que façam por conta própria – sem possuir adicional noturno, horas-extras, décimo terceiro salário, férias remuneradas e, muito menos, seguro-desemprego. Quando o trabalhador é desligado da plataforma, a desvinculação acontece sem qualquer aviso prévio. É como se o trabalhador nunca tivesse ali existido.



3. O QUE É UM EMPREENDEDOR?

Compreender o que é a figura ligada à ideia de empreendedorismo é central para podermos traçar um rigor conceitual necessário para tratarmos de novos fenômenos do trabalho. O conceito “empreendedor” surge com a emergência do mercantilismo, sendo utilizado no senso comum anteriormente a Richard Cantillon (1680-1734). Desde então, o conceito tem sido readaptado, reutilizado e revisto, mas guarda em comum algo que lhe permanece estável: a finalidade legitimadora das relações econômicas que passam a ser vigentes. É instrumental, em cada momento histórico, de um projeto de sociedade. Por isso, o rigor conceitual que advogamos aqui não é só um preciosismo acadêmico, mas também um meio necessário para analisar a realidade com maior potencial emancipador humano.

Jones e Spicer (2009) argumentam que “empreendedor” é uma embalagem vazia que se presta a ocupar um papel na matriz de relações do capital. Esse papel remunera e possibilita viver materialmente, mas também requer o que seria a única coisa que se mantém desde o início: a ideia de um certo excesso da produção em situações em que um “não empreendedor” não veria a mesma necessidade. Nesse sentido, o empreendedor assume o papel de manter uma economia circulante por meio de um certo perdularismo. Isso, originariamente, se contraporia aos modos de vida subsistentes, tendendo a legitimar os que atribuem ao mercado as possibilidades materiais.

Mesmo partindo da análise de que o empreendedor é somente um conceito que legitima o capitalismo por meio do excesso, a ideia do motorista de Uber como empreendedor parece fugir ao conceito. Por isso, tratamos, adiante, de fazer uma genealogia do conceito a partir de três momentos históricos. Não estamos supondo que os conceitos trabalhados a seguir foram unânimes em seus momentos históricos ou que não existiram outras conceituações, mas, sim, que estamos, para fins analíticos, tratando a ideia de empreendedorismo como uma evolução histórica *pari passu* com o capitalismo.

3.1 O primórdio conceitual: Cantillon

Etimologicamente, “empreendedor” advém do vocábulo francês medieval “*enterprendre*”, que significava “fazer algo”. Deriva das raízes “*in*” (para dentro) e “*prendere*”, o que também pode ser interpretado como “tomar para si”. Como adjetivo, segundo Hoselitz (1951), atribuía a qualidade de uma pessoa altamente ativa. Assim, podemos dizer que no decorrer de um milê-



nio a palavra parece não ter perdido seu espírito inicial, embora seu significado pareça derivar conforme veremos.

Richard Cantillon, nascido em 1680, na Irlanda, e imigrante francês, parece ser o primeiro teórico a se fixar no conceito de empreendedor e seu significado. Tendo um histórico bastante agressivo comercialmente, Cantillon escreve seu famoso *Essai sur la nature du commerce en général*, publicado tardiamente em 1756. O empreendedor, para ele, era como uma espécie de ativador do mercado. Com ele, o mercado sai de sua inércia. Sua visão de empreendedor, diferentemente de autores como Adam Smith (1723-1790), não era baseado numa ideia de mercado que se autorregula, mas, sim, em um mercado que constantemente tende a uma inércia que é rompido pelo empreendedor (Murphy, 1986). Por claro, sua visão derivava da oposição a uma vida subsistente e, portanto, alheia ao mercado – algo comum ao seu contexto histórico marcado por ideias de modernidade.

Para Cantillon, a característica central era a incerteza de sua atividade. De certa forma, o empreendedor era uma espécie de jogador que apostava em uma mercadoria que acreditava valorizar, seja por conta do tempo, seja por conta das distâncias. Como homem de sua época, Cantillon compreendia a natureza trans-histórica econômica como um processo de progressiva descentralização. Inicialmente, percebeu que a economia era centralizada em poucas figuras – senhores feudais, a Igreja, aqueles que controlam a propriedade sobre a terra. Com tempo, empreendedores entram em cena na Europa e assumem riscos por meio de viagens que exploram assimetrias de informações e, com isso, risco e lucro.

É claro que a visão do empreendedor de Cantillon beira a idealização aventureira, que podemos visualizar por meio da imagem de Marco Polo (1254-1324), o empreendedor-desbravador de mercados. Ao seu tempo, Marco Polo arriscara a própria vida em viagens que duravam meses e até anos, levando especiarias e seda do extremo oriente para a Europa. Para isso, atravessava regiões desérticas controladas por *hashashins*, conheceu e se afeiçoou ao imperador mongol Kublai Khan (neto de Gengis Khan), navegava o Mediterrâneo e o Arábico, atravessou a Pérsia e foi ao que hoje é Myanmar, China, Singapura, Indonésia e Sri Lanka. Ao seu tempo, Marco Polo fez o que era inimaginável a muitos (Polo, 1996).

O grande feito do mercador veneziano não foi enriquecer – embora também o tenha feito – mas, sim, transpor metade do planeta, lidando com culturas tão distintas e com riscos tão elevados. O empreendedor era um agente de transformação social e econômica, um habitante do imaginário social. Era o homem que trazia ao mundo vernáculo as históricas idílicas das maravilhas



terrenas inalcançáveis. O empreendedor de Cantillon não era quem assumia tão somente o risco de quebrar – era quem assumia também o risco de morrer por inanição, por violência ou por acidentes de um mundo desconhecido.

Cantillon deu dimensões novas ao conceito de empreendedor. A função dele no mercado era de estabilizar o valor das mercadorias em seu “valor intrínseco”. Ao fazer isso, o empreendedor, enquanto comerciante, gera altas demandas por produtos pouco produzidos, aumentando a vantagem de produzi-los e, assim, incentivando o mercado a fazê-los (Murphy, 1986). Mais ainda, o empreendedor de Cantillon atuava como um substituto de um controlador central, criando demanda por recursos e, assim, figurando como a mão invisível de Adam Smith na questão clássica do problema alocativo de recursos. Ele estava contrastando um modelo emergente de capitalismo com um modelo feudal em ruínas. O empreendedor, assim, não é só uma função de mercado, ou mesmo um aventureiro que habita os contos e o imaginário, mas um símbolo da celebração do capitalismo que emergia, um capitalismo incipiente.

Cantillon estava usando o conceito, já naquele momento, como um invólucro discursivo, como aparato ideológico. O momento histórico europeu era o da formação moderna, da Revolução Industrial, cercamento dos rebanhos e da constituição de um *apartheid* homem/mulher como o que trabalha fora e a que trabalha em casa. Tratava-se da constituição da lógica social que conhecemos hoje, calcada na heteronomia protoindustrial, naquele momento em guerra com os valores vernaculares, com a subsistência e com a autonomia (Illich, 1981).

Nesse contexto histórico, o empreendedor é um conceito elogioso, apolo-gético e celebrativo de um novo mundo: o do capitalismo moderno incipiente.

3.2 O conceito clássico: Schumpeter

Em um momento histórico subsequente, que podemos situar como parte da Segunda Revolução Industrial, transição entre o século XIX e XX, emerge o conceito de empreendedorismo que hoje podemos tratar como o conceito clássico, vinculado no imaginário social como derivado de um processo inovador. O pensamento liberal daquele momento histórico centrava boa parte de sua visão econômica em Léon Walras (1834-1910).

Segundo o pensador e formulador da Teoria do Equilíbrio Geral, o mercado poderia ser compreendido na metáfora de grande leilão, em que os preços tenderiam a um equilíbrio na medida em que sua atuação não fosse refreada. Em outras palavras, tendendo ao infinito, o mercado se equilibraria e se consolidaria de uma forma estanque, reduzindo progressivamente os



lucros (Walras, 1996). A partir dessa metáfora, o mercado, uma vez liberto, seria estruturante das vontades humanas e, por fim, o processo de agência humana seria não mais do que achar brechas de leilões ocultos. Elementos como o desenvolvimento tecnológico não são considerados nesse modelo econômico e são entendidos, portanto, como fatores exógenos.

Aqui, a figura de Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) passa a fazer parte dessa discussão. O pensamento schumpeteriano surgiu para complementar as teorias econômicas em voga como os modelos estáticos do equilíbrio walrasiano. Tais modelos, que tendiam sempre a um equilíbrio pleno, passariam a ter um inimigo mortal: o empreendedor (Swedberg, 2000).

Para Schumpeter (1981), as mudanças verdadeiramente importantes na economia são desencadeadas pelo empreendedor. Essas mudanças se desenvolvem lentamente por meio do sistema econômico, na forma de um ciclo de negócios. Schumpeter (1981) também sugeriu que essa ideia de mudança gerada internamente, em oposição à mudança induzida do exterior, não era apenas aplicável aos fenômenos econômicos, mas também a todos os fenômenos sociais. Assim, o desenvolvimento econômico não se resume ao crescimento do produto de uma economia, ele se apresenta como uma mudança espontânea e descontínua que altera e desloca o estado de equilíbrio anterior (Costa, Barros, & Carvalho, 2011). Schumpeter (1981) defende, por isso, uma análise dinâmica da economia.

Essa nova teoria da dinâmica econômica está centrada na figura do empreendedor como agente da inovação. Para ser digno desse título, não basta investir capital em qualquer negócio. O empreendedor schumpeteriano é responsável pelo desenvolvimento de novos produtos para o mercado, por meio de inovações na combinação mais eficiente dos fatores de produção. Assim, o autor chegou na seguinte tipificação da inovação: 1. introdução de um novo bem; 2. introdução de um novo método de produção; 3. abertura de um novo mercado; 4. a conquista de uma nova fonte de matéria-prima; e 5. criação de uma nova organização de qualquer indústria (Swedberg, 2000).

Essas inovações, ao contrário do pensamento marginalista, não buscam o equilíbrio, ao contrário, perturbam o equilíbrio estabelecido. O sujeito dessa transformação é justamente o empreendedor. Daí advém o conceito de destruição criativa, que é a introdução de tecnologias disruptivas e inovadoras que, por um lado, proporcionam saltos produtivos e, por outro, destroem antigas formas de produzir – tal como o carro frente à charrete, o computador frente à máquina de escrever e os robôs industriais frente aos operários.

Se Cantillon e seu conceito entravam em voga em um momento histórico que a burguesia ascendia e substituía progressivamente a aristocracia feudal,



Schumpeter e seu empreendedor entram em cena para legitimar o industrial que promovia a Segunda Revolução Industrial. As linhas de montagem estavam constituindo, por um lado, um salto produtivo, mas, por outro, uma mudança substancial no modo de vida. O empreendedor era a figura que tornava isso aceitável, palatável, naquele momento histórico. Era o mensageiro da novidade de Schumpeter.

3.3 O conceito corrente: o neoliberalismo empreendedor

Em seu estágio atual, o capitalismo neoliberal atribui a um agente a função de catalisar o processo de alocação de recursos e de competição. Trata-se do novo conceito de empreendedor, postulado por Kirzner (1973, 1997): aquele que encontra brechas entre oferta e demanda, atuando nos vazios de oferta e, assim, normalizando o mercado por meio de uma aposta futura incerta. Nesse sentido, o que caracteriza o empreendedor é seu permanente estado de alerta para identificar oportunidades de negócio no mercado. Trata-se de uma questão de percepção individual a partir da qual o empreendedor aproveita oportunidades e, de passo, reestabelece o equilíbrio entre demanda e oferta. As supostas virtudes do empreendedor são centrais para o rejuvenescimento moral do empreendedorismo e, assim, do próprio capitalismo. Nesse processo, internaliza-se em cada um de nós valores como assumir o risco e a autossuficiência, em um processo de responsabilização individual (Hanlon, 2014).

Embora a figura central aqui seja Kirzner (1973, 1997), diversos autores contribuem para a visão neoliberal de empreendedor, como Hayek (1945, 1948), Mises (1996) e, fortemente difundidas no âmbito da Economia, Casson (1982, 2005), e na Administração, Drucker (1987). Em Hayek (1945, 1948), a figura do empreendedor aparece de uma forma prática, um *do-er*, um ser provido de conhecimento prático e que ignora as teorias e o mundo abstrato. Já em Mises (1996), a figura do empreendedor é central para que a economia flua. Seu argumento, por vezes, lembra o de Schumpeter na medida em que há a pressuposição de um mercado estável que necessita da figura do empreendedor para se renovar. No entanto, Mises (1996) argumenta que o empreendedor é a figura que se antecipa a eventos incertos – e não como a figura que inova por meio da destruição criativa (Swedberg, 2000).

Para além dessas diferenças teóricas, nossa análise vislumbra consequências concretas. Afinal, a produção de teoria não é só uma reflexão sobre como a realidade opera, mas também – e em especial nas Ciências Sociais Aplicadas – como produz uma realidade por meio da performatividade de



um discurso. Nesse sentido, o modelo que Hanlon (2014) chama de “*finders-keepers*”, propagada pela escola econômica austríaca e difundido pela noção corrente de empreendedorismo, produz um mundo onde o lucro – e no estado neoliberal, por conseguinte, a própria sobrevivência – depende de prever as instabilidades do mercado.

E, embora o erro seja peça central dessa visão de empreendedor neoliberal, sua predicação se dá com conotação negativa. Assim, o empreendedor surge como o modelo de salvação econômica e como um processo de ecologia populacional, que incorpora um darwinismo social, em que poucos acertam e são bem-sucedidos, ao passo que os que erram são reiteradamente aconselhados a tentar novamente – sem que para isso haja uma responsabilização coletiva. Como Ortega (2014) salienta, o conceito de empreendedor neoliberal tornou-se um imperativo moral.

Como Costa et al. (2011) contextualizam, a partir do Consenso de Washington, conformam-se políticas públicas neoliberais pelo mundo afora. O empreendedor adquire um papel central na economia, sendo um conceito-chave não mais disposto a raros e disruptivos integrantes da sociedade, mas, sim, a todos nós. Todos nós devemos ser *do-ers*, nos projetar em relação ao futuro.

Os autores demonstram que o empreendedorismo corrente, enquanto fenômeno que necessita atingir uma totalidade, adquire contornos morais. Para que isso ocorra, o empreendedor torna-se não mais uma forma de viver, mas a forma de viver legítima. O trabalho deve deixar de ser um meio para atingir uma boa vida e se tornar um fim em si mesmo.

No entanto, mesmo o conceito neoliberal de empreendedor, um conceito bastante amplo que abarca tanto quanto possível, parece não caber para designar o trabalho do motorista de Uber. Não basta fazer algo para ser empreendedor, caso contrário todos seriam empreendedores. O que designa o empreendedor neoliberal é a disposição de aproveitar oportunidades e se projetar em antecipação à reação do mercado. Trata-se de reagir ao mercado antes que ele faça o leilão. E, como o futuro é incerto por natureza, só a agência criativa pode dar conta desse feito.

Mas o motorista de Uber não está, de fato, apostando. Ele vai para onde lhe é designado, faz o que lhe é ordenado – sua única autonomia reside no fato de ter flexibilidade de horários. Com esses três conceitos, delineamos abaixo um esquema conceitual:



(Figura 3.3.1)

CONCEITOS DO EMPREENDEDORISMO

	Empreendedor originário	Empreendedor clássico	Empreendedor neoliberal
Autor central	Richard Cantillon (1756)	Schumpeter (1981)	Kirzner (1973, 1997)
Contexto histórico	Mercantilismo europeu, emergência da burguesia comercial na Europa.	Formação das grandes corporações, mecanização das indústrias, linha de montagem, emergência da burguesia industrial no Ocidente.	Desmonte do Estado de bem-estar social na Europa; neoliberalismo.
Características do empreendedor	Aventureiro, assume riscos (mesmo de vida), percorre distâncias, cria mercados.	Inovador, cria novas formas de produzir ou vender mesmo que destruindo meios de produção ou mercados antigos (destruidor criativo).	Apostador precário, aposta em um mercado futuro com informações insuficientes. É selecionado pelo meio conforme acertos e erros (seleção ecológica).
Quem é o empreendedor (exemplos)	Marco Polo	Henry Ford	Dono do <i>food truck</i> mais próximo.
Motorista de Uber é este empreendedor?	Não, porque não assume riscos vitais baseados na assimetria de informações.	Não, porque não cria nenhum sistema novo de produção – não “inova”.	Não, porque não aposta no mercado futuro nem é selecionado ecologicamente por isso.

Fonte: Elaborada pelos autores.

O conceito de empreendedor foi ampliado ao máximo com o passar do tempo e, sem dúvida, sempre foi um conceito que legitimava novas formas de acumulação de capital. Inicialmente, parece derivar da emergência dos comerciantes que necessitavam de um conceito legitimador em contraposição à visão de que eram improdutivos. Posteriormente, o conceito passou a ser repaginado na medida em que uma nova burguesia ascendia, com a Segunda Revolução Industrial. Atualmente, o conceito se presta a legitimar o desespero precário dos que buscam renda. O empreendedor neoliberal é aquele que assume o risco cotidiano financeiro: é, por exemplo, o vendedor de cachorro-quente, que necessita imaginar onde haverá demanda e apostar no dia; é o vendedor ambulante que aposta quais produtos serão desejados.

Em um primeiro momento, é verdade, o motorista de Uber pode parecer esse empreendedor precário neoliberal, mas mesmo esse conceito amplo



ainda necessita de uma ideia de agência humana: o empreendedor assume riscos, aposta em um mercado futuro incerto. O motorista, teleguiado por um algoritmo, assim o faz? Ao que tudo indica, não. Seu trabalho é seguir o que o aplicativo ordena. Em momentos de baixa demanda, o motorista pode observar, pela plataforma, onde há demanda e se dirigir até lá. Isso não é uma agência criativa, mas um comportamento condicionado, a tal ponto que o projeto último da empresa Uber é, de fato, robotizar a frota (O’Kane, 2019).

Se o motorista de Uber não é empreendedor, como argumentamos neste artigo, temos de ter algumas categorias para compreender o que ele é, conceitualmente. Para isso, devemos separar o que, de fato, diferencia o trabalhador uberizado do trabalhador celetista moderno.

Um primeiro critério seria que o uberizado, ao contrário do celetista, necessita possuir as ferramentas de trabalho que, muitas vezes, são confundidas com os meios de produção (como o carro e o *smartphone*). Essa distinção é o que produz muitas crenças de que há um processo de empreendedorismo. No entanto, é importante notar que o meio de produção é, de fato, o aplicativo – o carro é só uma ferramenta de produção. A necessidade de ser responsável pelas ferramentas de trabalho é só mais uma faceta típica da precarização – e não uma faceta de empreender.

Um segundo critério é que o uberizado recebe, ao contrário de um trabalhador celetista, por empreitada (geralmente calculado em uma fórmula que utiliza como fatores quilômetro rodado, tempo de trabalho e tarifa dinâmica). Em outros casos que não envolvam transporte, os fatores são basicamente “peça produzida” (sendo “peça” algo mais abstrato), tempo trabalhado e tarifa dinâmica. Aqui, cabe salientar que o pagamento por empreitada não é novidade no trabalho assalariado, tendo sido utilizado até mesmo por Taylor.

Um terceiro critério é que o uberizado possui liberdade de tempo de oferta (quanto tempo trabalhará e a que horas), mas não possui liberdade quanto ao trabalho em si, respondendo a chamados de forma a sequer ter opção entre locais, tipo de pessoas, tarifa a cobrar ou qualquer outra variável. Ele pode negar o trabalho, mas isso o fará perder pontos na plataforma, diminuindo suas chamadas futuras e podendo lhe render um desligamento da plataforma. Esse é um critério importante para distinguir o uberizado do mero trabalho precário, já que isso é, de fato, uma flexibilidade que os trabalhadores uberizados costumam zelar. No entanto, isso não é um regime de produção particularmente novo, mas, na verdade, a implementação da disponibilidade da mão de obra *just-in-time* toyotista em uma escala jamais imaginada.



Finalmente, um último critério é de que o uberizado não possui uma rede de proteção social – não há recolhimento de previdência patronal, não há descanso remunerado, não há cobertura de dias de invalidez médica nem outro tipo de proteção por parte da empresa. Isso é mantido sob a lógica de que o uberizado não é um trabalhador, mas um parceiro equânime da Uber, o que é evidentemente falso.

Com base nesses critérios e na revisão do conceito de empreendedor, torna-se claro que o motorista de Uber não é empreendedor, nem pelo conceito mais amplo dos três apresentados nem mesmo pelo conceito mais legitimador dessa atual fase do capitalismo. No lugar disso, ele é um *trabalhador precário, com flexibilidade de tempo e gerência automatizada*. O que nos leva à seguinte questão: se ele é um trabalhador, a que regime de produção ele está subordinado?

4. TAYLORISMO DE ALGORITMO, TOYOTISMO TOTAL

A uberização é um taylorismo mediado por um algoritmo que substitui, ainda que parcialmente, os gerentes. Com celular e computadores, a Administração Científica pode se aprofundar em uma escala jamais imaginada pelo seu precursor. Em adição a isso, a uberização adquire contornos de toyotismo total a partir de uma massa de trabalhadores disponíveis *just-in-time* e com suas subjetividades cooptadas. Aqui, partimos da ideia de que a uberização é um fenômeno generalizável como marco de organização do trabalho (Ellmer, 2015).

Taylor (1990), ao ilustrar sua inovadora proposição da Administração Científica, traz à baila o estivador Schmidt, descrito como o ideal de *homo economicus*, acostumado a carregar caminhões com ferro de acordo com suas convicções de quais movimentos fazer e como proceder. Taylor, no entanto, percebeu – aqui, o cerne de sua proposição administrativa – que microgerenciar os movimentos humanos produziria frutos claros, já que se substituiria movimentos dispendiosos por outros mais eficientes. O carregamento de ferro deixaria de ser uma brincadeira de crianças grandes e brutas para se tornar uma operação feita por máquinas feitas de carne.

Isso, por certo, trouxe ganhos produtivos, embora aumentando o custo da gerência. Agora, o trabalho do gerente não era mais dar ordens genéricas, mas o de gerenciar de fato os movimentos dos trabalhadores, necessitando de mais supervisores. Esse novo custo também justificava a diminuição do valor por peça produzida de Schmidt que, apesar disso, ainda ganhava mais



ao fim do dia por ter produzido substancialmente mais. A diferença por peça produzida iria, de fato, para essa nova gerência dos movimentos⁴.

Observemos a mudança produtiva entre o táxi e o Uber. O primeiro remonta uma forma de trabalho pré-taylorista: há uma relativa autonomia do taxista, há uma ausência de microgerenciamento. Com o passar do tempo, empresas de táxi mundo a fora passaram a criar serviços de “tele-táxi”, ou seja, um gerenciamento (por vezes cooperativizado) do trabalho que aumentava a eficiência do táxi ao deslocar os carros para os pontos de demanda. No entanto, tal como em Taylor, isso, embora tenha aumentado eficiência, criou um custo, fazendo com que seja uma solução parcial.

Se o táxi originário demandava algum nível de agência do motorista – uma vez que ele precisava imaginar onde haveria demanda em um dado horário e estar bem informado para saber onde haveria eventos –, o motorista de Uber é reduzido a pequenos movimentos prescritos por um aplicativo. De fato, a percepção do que muitas vezes é chamado de *gig economy*, ou economia de plataforma (Moraes, Oliveira, & Accorsi, 2019), é de um taylorismo atualizado (Ellmer, 2015). A plataforma Mechanical Turk, da Amazon, é um precursor desse movimento.

Ellmer (2015) afirma que o método taylorista se baseia na realocação do conhecimento sobre a produção, retirando dos trabalhadores e concentrando o conhecimento e, portanto, a direção do trabalho, em uma espécie de *bureau* do trabalho automatizado. Taylor decompôs o trabalho em pequenas tarefas geridas em tempo real, separando o trabalho entre aqueles que faziam o esforço físico e mental. A consequência significativa disso é a desqualificação dos trabalhadores, que perderam sua autonomia em proveito de uma maior eficiência dirigida por superiores. Esses, por sua vez, passaram a padronizar os passos e tornar atividades complexas em inúmeras atividades simples (Ellmer, 2015).

Esse processo taylorista é exatamente o que ocorre na uberização do trabalho, mas com dois agravantes. Primeiro, que a divisão do trabalho mental/físico é suprimida em prol da dualidade algoritmo e reprodução de movimentos. Segundo, que a plataforma permite que o trabalho seja completamente gravado a tal ponto que, como amplamente noticiado, a própria Uber planeja fazer carros que dirigem sozinhos, usando o comportamento dos próprios motoristas que trabalham para a empresa. Mas enquanto isso não

⁴ Taylor Schmidt carregava 12,5 toneladas de ferro por dia e passou a carregar 47 com seu método. No entanto, seu salário diário aumentou de forma não-linear: antes, cerca de 9 centavos por tonelada, depois, cerca de 4 centavos por tonelada. O salário total aumentou, o salário por peça diminuiu – a diferença iria para o custo de gerenciamento (e, presumivelmente, para o aumento do lucro).



acontece – se um dia acontecer – o problema é que o trabalhador vai se tornando um robô que responde a estímulos esperados (Spencer, 2018).

Por isso, cabe clarificar que o uberizado também não é um trabalhador autogerenciado⁵, como Abílio (2019) argumenta. De fato, o artigo da autora, ao retratar o motorista de Uber como “autogerenciado”, traz melhoras sobre o conceito do motorista como “empreendedor”, já que o gerente é também ele mesmo um funcionário empregado. O problema é que Abílio (2019) toma o fenômeno pelo valor de face ao tratar a fala, repetida a esmo, dos motoristas de que eles se autogerenciam por ter flexibilidade de horário. Ora, o motorista não se gerencia em nada além do que um taxista se gerencia e, ademais, perde qualquer autonomia sobre quais passageiros pegar, onde, quanto cobrar, quem aceitar e até que rotas tomar. A gerência é, evidentemente, do algoritmo da empresa. A função da gerência é automatizada pelo aplicativo.

A uberização consegue, também, atingir o sonho toyotista do trabalhador *just-in-time*: a jornada de trabalho é indefinida e a massa laboral trabalhadora está sempre disponível pelo imperativo econômico. Ao mesmo tempo, a remuneração do trabalhador se dá somente quando ele está, de fato, executando algum trabalho para a empresa, da mesma forma que se dá no salário por peça, como apontaram Franco e Ferraz (2019). Isso permite ao capital contar com um grande contingente de trabalhadores aptos ao trabalho e à disposição sem ter que pagar absolutamente nada por isso. A força de trabalho só é remunerada enquanto o trabalho é realizado.

Há também um aprofundamento do *trabalho sombra* que, segundo Illich (1981), trata-se do trabalho necessário para acumulação, mas que não é remunerado. Se no taylorismo o controle era uma tarefa mais restrita à gerência, e na primeira fase do toyotismo era compartilhado com os trabalhadores (Gounet, 1999), agora o controle é exercido de forma não remunerada pelo próprio cliente. A avaliação dos consumidores alimenta o algoritmo da plataforma que é programado para punir ou recompensar o trabalho analisado.

No caso dos motoristas da Uber, até o direcionamento dos motoristas para os locais de maior demanda é feito a partir de incentivos por meio da tarifa dinâmica. Assim, a uberização utiliza um sistema de estímulos positivos e negativos para realizar a gestão do trabalho, como se o trabalhador fosse

⁵ O artigo de Abílio (2009) é também problemático em outro sentido: ao usar o conceito de autogerenciamento, se fortalece um movimento teórico-político de captura do conceito de autogestão em proveito do trabalho precário. Aqui, cabe salientar, autogestão é um conceito historicamente ligado a movimentos de emancipação e libertação, como Vieta (2014) descreve em seu libelo por uma prefiguração organizacional.



um rato de laboratório. A agência criativa humana, tão necessária ao conceito de empreendedorismo, é suprimida em proveito do que Guerreiro Ramos (1981) chama de “síndrome comportamentalista”: é a supressão do agir criativo em proveito do comportamento baseado em recompensas e sanções.

Por fim, a uberização passa a exigir que, além de vender a sua força de trabalho, o trabalhador também possua tanto as competências quanto as ferramentas para seu trabalho. Assim, o *smartphone* e o carro passam agora a integrar um circuito de produção de serviços junto com as habilidades individuais, sendo responsabilidade do próprio trabalhador. É o trabalhador uberizado quem se vê na obrigação de assumir as despesas operacionais dos serviços que presta e de assumir os riscos. Como Fleming (2017) argumenta, isso gera uma massa de trabalhadores em constante endividamento, ansiedade e responsabilizados radicalmente. Acidentes, roubos ou mesmo a morte do trabalhador em serviço, são da sua inteira responsabilidade.

A cooptação da subjetividade (Bianchini, 2017), característica inequívoca do toyotismo, também ganha características próprias na uberização do trabalho. De acordo com André et al. (2019), nas entrevistas que realizaram, observaram que alguns motoristas da Uber reproduziam nas suas respostas os *slogans* da empresa, apesar de terem relatado condições precárias de trabalho como ganhos baixos e horas excessivas dirigindo. Os autores afirmam, ainda, que os motoristas acreditam que são donos do seu próprio negócio, o que demonstra que a empresa teve sucesso no envolvimento psíquico dos sujeitos. Esse relato confirma uma condição de ajustamento ao imaginário instituído pela organização, configurando a cooptação pela identificação e o sequestro pelo envolvimento total (Bianchini, 2017; Faria & Meneghetti, 2007).

Há, de fato, uma atualização do toyotismo na medida em que a cooptação da subjetividade deixa de ocorrer de forma planejada pela organização (por meio dos programas de gestão de pessoas) e passa a ocorrer de forma automatizada, já que a doação plena subjetiva se torna necessária para atingir a nota máxima do aplicativo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A uberização é um fenômeno novo e, por isso, a reflexão sobre o que significa e seus impactos ainda é incipiente. Por conta disso, a reflexão acadêmica sobre essa nova forma de organizar o trabalho parece estar ainda se situando. A contribuição deste artigo foi trazer precisão conceitual ao fenô-



meno para que se possa e, com base nisso, refletir sobre os impactos sociais em artigos futuros.

Nosso argumento é de que *o motorista de Uber é um trabalhador* – com especificidades típicas dos novos arranjos tecnológicos – e não, em nenhum conceito explorado, um “empreendedor” como muitos autores utilizam. Para concluir, contrastamos o trabalho uberizado com as concepções teóricas historicamente constituídas do que é ser empreendedor. Recorremos o percurso iniciado por Cantillon (1756) até o conceito neoliberal (Kirzner, 1997), passando pelo conceito clássico de empreendedor inovador de Schumpeter (1981). Isso foi feito com um duplo intuito: de um lado, demonstrar que, do ponto de vista conceitual, tratar o motorista de Uber como empreendedor não confere ao termo precisão. Mas, para além disso, a preocupação é de que o termo empreendedor sirva como um tampão conceitual da precariedade, conferindo legitimidade para toda relação de exploração.

Dessa forma, demonstramos que o conceito clássico de empreendedor é ligado a uma ideia de risco quase heroico de transpor espaços territoriais trazendo, a um local, produtos que ali jamais seriam produzidos. Para isso, o empreendedor originário é um aventureiro que compra produtos na expectativa de, após longas jornadas, poder vendê-los por preços que, embora não conhecidos, são esperados que produzam lucro.

Já o empreendedor clássico schumpeteriano é um inovador disruptivo que cria novas formas de produzir ou novos produtos destruindo antigas formas. Nesse sentido, é possível dizer que a empresa Uber é empreendedora; jamais que o motorista também seja.

Finalmente, no conceito neoliberal e corrente, o empreendedor é entendido como alguém que, por meio da tentativa e erro, se antecipa a movimentos do mercado. A lógica nesse conceito é que há uma espécie de ecologia populacional que selecionará os empreendedores que sabem se antecipar corretamente e descartar os que erram. Sob esse conceito, é até possível dizer que o taxista autônomo seja um empreendedor, já que precisa se antecipar aos locais de movimento e buscar mercados incertos. Há, nesse conceito neoliberal, um “toque” de criatividade e inventividade, embora restrita a pequenos movimentos antecipadores das demandas do mercado. No entanto, espera-se que o motorista de Uber siga as demandas do aplicativo ao invés de ser inventivo – na verdade, o aplicativo recompensa quem segue suas demandas por meio da tarifa dinâmica e do sistema de pontuação.

Assim, podemos afirmar que o motorista de Uber não é, em entendimento histórico ou teórico algum, um “empreendedor”. Alertamos que outras proposições conceituais como “autogerenciado subordinado” (Abílio, 2019) também são pouco fidedignas ao fenômeno. Embora tal conceito



reconheça a subordinação, parece crer que a gestão do trabalho é feita pelo próprio motorista, o que é claramente um engano. Uma pista de que esses conceitos que supõem agência humana criativa não se aplicam é o projeto da própria Uber de automatizar os automóveis totalmente. No lugar da agência humana, o que se espera é justamente o comportamento, tal como Guerreiro Ramos (1981) diagnosticou como típico da modernidade.

Com essas variáveis podemos inferir que o uberizado não só não é um empreendedor como, de fato, é um *trabalhador precarizado com facilidades flexíveis*. Mas note-se que para além do uso de suas ferramentas e da ausência de assistência, há duas variáveis a serem exploradas: a microgestão do seu trabalho feita por meio do algoritmo e a disponibilidade de trabalhadores e da plataforma *just-in-time*.

O primeiro remonta o taylorismo gerenciado por um algoritmo, em vez de um gerente ou supervisor, que automatiza o trabalho antes humano. O segundo é típico de um toyotismo aprofundado, de um sonho de cooptação da subjetividade plena (Bianchini, 2017; Faria & Meneghetti, 2007).

Finalmente, cabe uma questão explorada marginalmente neste trabalho como possibilidades de trabalhos futuros: como a conceituação imprecisa de empreendedor facilita a legitimação da exploração do trabalho precário? Parece-nos que tal imprecisão não é somente um erro conceitual, mas também uma disputa de significado com vistas a legitimação da exploração.

THE UBER DRIVER IS NOT AN ENTREPRENEUR

ABSTRACT

Purpose: To analyze the conceptual relationship between entrepreneurship and the Uber driver since the company is the pinnacle of a new way of organizing work. It is argued here that, contrary to what is used in numerous articles and in the media, the Uber driver is not an “entrepreneur” but a precarious worker with flexible facilities.

Originality/value: With the emergence of a new type of employment contract that is referenced in the labor relations of the company Uber, it becomes necessary to discuss the impacts of this new organization of labor. The conceptual discussion about the framework of the Uber driver is still incipient in the field. The research contributes to a better understanding of the discourse that the worker understood as an entrepreneur legitimizes exploitation.

Design/methodology/approach: This is a theoretical-analytical article. Historical and theoretical literature was used to weave how the concept of entrepreneurship emerges historically and changes over time. Also, Uberized labor is compared to Taylorism and Toyotism.

Findings: It demonstrates how the Uber driver cannot be considered an entrepreneur in any of the historical concepts. It is also demonstrated that the driver is a precarious employee, with flexible time and automated management, incorporating elements of the work organization of both Taylorism and Toyotism.

KEYWORDS

Entrepreneur. Uber. Uberization. Precarization of labor. Work flexibility.

REFERÊNCIAS

- Abílio, L. C. (2019). Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. *Psicoperspectivas*, 18(3), 41–51. doi:10.5027/psicoperspectivas-Vol18-Issue3-fulltext-1674
- Abílio, L., & Machado, R. (2017). Uberização traz ao debate a relação entre precarização do trabalho e tecnologia. *IHU On-Line*, (503), 20–28.
- André, R. G., Silva, R. O. da, & Nascimento, R. P. (2019). “Precário não é, mas acho que é escravo”: Análise do trabalho dos motoristas da Uber sob precarização. *READM*, 18(1), 7–34.
- Bianquis, G. (2016). Le chauffeur Uber, entrepreneur précaire ? *Regards croisés sur l'économie*, 2(19), 155–159. doi:10.3917/rce.019.0155
- Bakker, B., & Salgado, J. (2016). “Quando a crise faz o empreendedor”: Desemprego e empreendedorismo no jornal O Estado de S. Paulo. *Revista de Comunicação e Cultura*, 15(2), 590–608. doi:10.9771/1809-9386 contemporanea.v15i2.17858
- Bianchini, C. (2017). *Por que as portas fecham? Do capital às demissões em massa* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil).
- Cantillon, R. (1756). *Essai sur la nature du commerce en général: Traduit de l'anglois*. Paris: Chez Fletcher Gyles.



- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58(2), 327–348. doi:10.1016/j.jebo.2004.05.007
- Costa, A. M., Barros, D. F., & Carvalho, J. L. F. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 179–197. doi:10.1590/S1415-65552011000200002
- Drucker, P. F. (1987). *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Editora Pioneira.
- Ellmer, M. (2015). The digital division of labor: Socially constructed design patterns of Amazon Mechanical Turk and the governing of human computation labor. *Momentum Quarterly*, 4(3), 174–186.
- Faria, J. H., & Meneghetti, F. K. (2007). O sequestro da subjetividade. In J. H. Faria (Ed.). *Análise crítica das teorias e práticas organizacionais* (pp. 45–67). São Paulo: Atlas.
- Fleming, P. (2017). The human capital hoax: Work, debt and insecurity in the era of Uberization. *Organization Studies*, 38(5), 691–709. doi:10.1177/0270170840616686129
- Fontes, V. (2017). Capitalismo em tempos de uberização: Do emprego ao trabalho. *Revista do NIEP-Marx*, 5(8), 45–67.
- Franco, D. S., & Ferraz, D. L. da S. (2019). Uberização do trabalho e acumulação capitalista. *Cadernos EBAPE.BR*, 17, 844–856. doi:10.1590/1679-395176936
- Gounet, T. (1999). *Fordismo e toyotismo na civilização do automóvel*. São Paulo: Boitempo.
- Guerreiro Ramos, A. (1981). *A nova ciência das organizações: Uma reconceitualização da riqueza das nações*. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas.
- Illich, I. (1981). Shadow Work. In I. Illich. *Shadow Work*. New York: Marion Boyars Publishers.
- Jones, C., & Spicer, A. (2009). *Unmasking the entrepreneur*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hanlon, G. (2014). The entrepreneurial function and the capture of value: Using Kirzner to understand contemporary capitalism. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 14(2), 177–195.
- Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *American Economic Review*, 35(4), 519–530.

- Hayek, F. A. (1948) *Individualism and economic order*. London: Chicago University Press.
- Hoselitz, B. F. (1951). The early history of entrepreneurial theory. *Explorations in Economic History*, 3(4), 193.
- Kirzner, I. M. (1973). Producer, entrepreneur and the right to property. *Symposium on the origins and development of property rights*, Institute of Humane Studies, San Francisco, CA, January, 1973.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Lobel, F., Pamplona, N., Oliveira, F., & Dall’Agnol, L. (2019, maio). Preços de corrida em SP sobem em dia de paralisação global de motoristas de Uber. *Folha de S.Paulo*. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/05/precos-de-corrída-em-sp-sobem-em-dia-de-paralisacao-global-de-motoristas-de-uber.shtml>
- Mises, L. von. (1996). *Human action: A treatise on economics* (Vol. 2). Indianapolis: Liberty Fund.
- Moraes, R. B. S., Oliveira, M. A. G., & Accorsi, A. (2019). Uberização do trabalho: A percepção dos motoristas de transporte particular por aplicativo. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, 6(3), 647–681. doi:10.21583/2447-4851.rbeo.2019.v6n3.216
- Murphy, A. E. (1986). *Richard Cantillon: Entrepreneur and economist*. Oxford: Oxford University Press.
- Nascimento, L. F. (2016). O caso Uber no Brasil: Um ensaio de sociologia digital. *Critical Reviews on Latin American Research*, 5(1), 88–90.
- O’Kane, S. (2019, Junho). Uber debuts a new self-driving car with more fail-safes. *The Verge*. Recuperado de <https://www.theverge.com/2019/6/12/18662626/uber-volvo-self-driving-car-safety-autonomous-factory-level>
- Ortega, S. (2014). La política en manos de los empresarios: El imparabile ascenso de la ideología del emprendedor. *Revista Papeles de relaciones Ecosociales y cambio global*, 127, 29–43.
- Padilha, F., Stein, A., & Lemos, C. (2017). Inovação e empreendedorismo. *Revista Eletrônica em Gestão e Tecnologia*, 3(1).
- Polo, M. (1996). *O livro das maravilhas: A descrição do mundo*. Porto Alegre: L&PM.
- Pelegi, A. (2019, fevereiro). Justiça do Trabalho de BH reconhece vínculo de emprego entre Uber e motorista. *Diário do Transporte*. Recuperado de <https://diariodotransporte.com.br/2019/02/04/justica-do-trabalho-de-bh-reconhece-vinculo-de-emprego-entre-uber-e-motorista/>

- Schumpeter, J. A. (1981). *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Slee, T. (2017). *Uberização: A nova onda do trabalho precarizado*. São Paulo: Elefante.
- Spencer, D. A. (2018). Fear and hope in an age of mass automation: Debating the future of work. *New Technology, Work and Employment*, 33(1), 1–12. doi:10.1111/ntwe.12105
- Swedberg, R. (2000). The social science view of entrepreneurship: Introduction and practical applications. *Entrepreneurship: The Social Science View*, 7–44. Recuperado de <http://people.soc.cornell.edu/swedberg/2000%20The%20Social%20Science%20View.pdf>
- Taylor, F. W. (1990). *Princípios de Administração Científica* (8a ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- Vieta, M. (2014). The stream of self-determination and autogestión: Pre-figuring alternative economic realities. *Ephemera*, 20(4), 781–809.
- Walras, L. (1996). *Compêndio dos elementos de economia política pura*. São Paulo: Nova Cultural.

NOTAS DOS AUTORES

Lucas Casagrande, doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Martín A. M. Zamora, mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), UFRGS; Carlos F. T. Oviedo, doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), UFRGS.

Lucas Casagrande é agora professor do Departamento de Ciências Administrativas (DCA) da UFRGS; Martín A. M. Zamora é agora doutorando do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da UFRGS; Carlos F. T. Oviedo é agora egresso do PPGA-UFRGS.

Correspondências sobre este artigo devem ser enviadas para Lucas Casagrande, Rua Washington Luiz, 855, 442, Centro Histórico, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil, CEP 90010-460.

E-mail: lucas.casagrande@ufrgs.br

CORPO EDITORIAL

Editor-chefe
Gilberto Perez

Editora Associada
Simone Costa Nunes

Suporte Técnico
Vitória Batista Santos Silva

PRODUÇÃO EDITORIAL

Coordenação Editorial
Jéssica Dametta

Preparação de originais
Irina Migliari

Revisão
Silvana Gouvea

Diagramação
Emap

Projeto Gráfico
Libro