



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

### **A Mediatização da Mobilidade: quais são as transformações do transporte urbano na era da Uber?**

### **The Mediatization of Mobility: which are the transformations of urban transport in Uber era?**

Anaís Schuler Bertoni  
Antonio Fausto Neto

**Palavras-chave:** Mediatização; Uber; Mobilidade; Inovação; Comunicação.

Há pouco tempo atrás a sociedade era permeada por meios massivos com alto poder sobre os demais campos nela presentes, os quais dominavam a centralidade das mediações. Na época, o processo comunicacional era realizado de modo linear e envolvia a passagem de informações entre ofertadores (instituições) e receptores (público em geral), característica que marcava a sociedade conhecida como sociedade dos meios.

Depois, com o surgimento de novos recursos interacionais que começam a permear o cenário comunicacional e, conseqüentemente, complexifica-lo, esse tipo de comunicação linear passou a ser transformado juntamente com o surgimento de novos processos midiáticos. Os meios não desapareceram, mas sim, perderam sua centralidade, pois os indivíduos e instituições passaram a dominar a *inteligência* e as lógicas da sociedade, as quais, encontram-se permeadas menos por processos de produção e mais por processos de comunicação bem como suas lógicas e operações.

Os circuitos comunicacionais resultantes desses novos fluxos de interações comunicacionais passam a ter a instantaneidade como característica e, a mediação, passa a ter uma característica híbrida, pois alguns se utilizam da oralidade feita a partir do contato presencial ou de formatos escritos nos mais diversos formatos, ou ainda, passam



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

a incorporar os aparatos tecnológicos, estes últimos, dotados dos mais modernos recursos interacionais que hoje fazem parte da chamada sociedade em mediação. (Braga, 2012).

Logo, a Comunicação hoje é mediada. Ela está à disposição de todos na sociedade, e não mais apenas de determinadas instituições. Ou seja, nesta época,

a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade. (Fausto Neto, 2008, p. 93).

A mediação dotada de várias lógicas e processos acelerados diversifica os modos como a sociedade interage entre si e se aplica aos mais diversos setores nela presentes. (Braga, 2012). Ela passa a ser um *processo interacional de referência* que oferece suas lógicas como modelo para o estudo dos processos sociais que envolvem, de algum modo, a mídia. (Braga, 2006). Um, dentre os vários dos setores que aparece sendo transformado por práticas mediadas, é o da mobilidade e do transporte urbano.

Dessa forma, assim como a mediação é um processo que anda em marcha acelerada (Braga, 2006), a mobilidade urbana, igualmente, cresce de modo contínuo e para todos os lados do tecido urbano das cidades. Hoje, o termo mobilidade incorpora significados que envolvem desde a ideia de transporte, de deslocamento, de tráfego até a ideia de circulação. Ela representa as formas de vida e o funcionamento da sociedade (Amar, 2011), agora mergulhados no *bios* midiático do século XXI. (Sodré, 2014).

Contudo, visto que o ritmo acelerado da sociedade hoje é fluído, cada vez mais a mobilidade é entendida como “criação de relações, de oportunidades e de sinergias, mais que como uma passagem de distâncias a uma velocidade cada vez maior”. (Amar, 2011, p. 13). Essas relações representam as transformações responsáveis por dar valor à mobilidade e podem ser traduzidas por uma série de mudanças em nível dos usos e no modo pelo qual cada um dos indivíduos vivem a sua própria mobilidade.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

---

Aliado a isso, a informação (assim como o acesso a ela) se torna componente essencial dos sistemas de transporte, operados pelos indivíduos que distribuem sua inteligência em dispositivos técnicos que operam os mais diversos tipos de aplicações e são capazes de passar a gerir, em tempo real, a sua mobilidade. (Amar, 2011).

A par dos desenvolvimentos tecnológicos, a dimensão do serviço se posiciona no primeiro nível do ofício do transportador, ao ponto de redefinir, em parte, como serviço para a pessoa móvel, a qual se enriquece de novas ofertas focadas no empoderamento do passageiro, quer dizer, sua autonomia e seus conhecimentos no uso de recursos multimidiáticos e o uso enriquecido de seu tempo móvel. (Amar, 2011, p. 15).

Uma das transformações que se apresenta em curso nessa sociedade midiatizada aplicada, igualmente, na mobilidade, diz respeito aos modos de deslocamento. Ou seja, nesse contexto surgem novos jeitos de inovar que envolvem todos os conceitos dos diferentes modos de transporte, sejam eles públicos, privados ou individuais. Mais precisamente, estes novos modos são *mutações genéticas*, ou cruzamentos, que abrem as portas para um amplo campo de inovação que originam, inclusive, novas modalidades de transporte. Esta crescente diversidade valoriza um ponto notável da evolução que se apresenta em curso: o indivíduo, que é a pessoa móvel, que estende seu corpo até os dispositivos com inúmeras aplicações e serviços móveis. O indivíduo passa a ser uma espécie de “caminhante hipermoderno [...] sensível e inteligente, da infraestrutura complexa da cidade sustentável”. (Amar, 2011, p. 17).

A inovação, por sua vez, é vista na forma do surgimento de novas sinergias (*reiligancias*), que caracterizam o paradigma da mobilidade no plano prático dos usos, além de inspirar, igualmente, as novas formas de otimização e de inovação. Neste cenário, mudanças sobre o tempo de espera, a noção de lugar, a relação com o corpo, com os outros e com a própria tecnologia (Amar, 2011), entram em cena, dando espaço para uma



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

evolução profunda caracterizada pela dinamicidade dos tempos, que possuem, uma forte característica comunicacional a ser explorada.

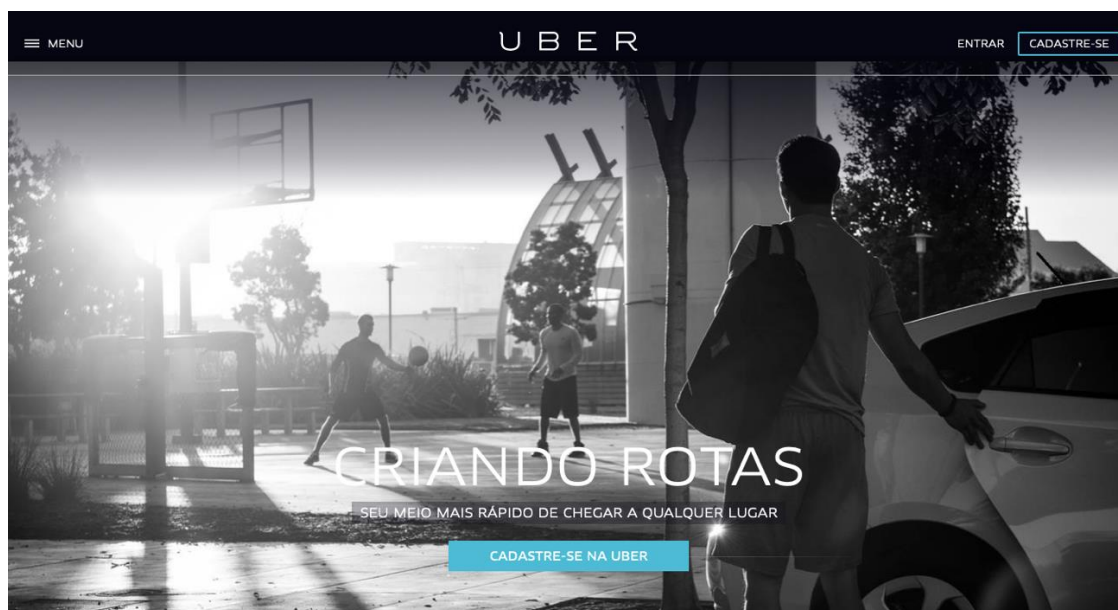
Tendo isso em vista, portanto, este trabalho busca compreender quais transformações ocorreram nas práticas de mobilidade e transporte urbano quando elas foram permeadas intensa e extensamente por processos de mediatização. A exploração do assunto surge a partir do aparecimento de processos de inovação na mobilidade que permitem a otimização do serviço, bem como do processo de deslocamento, os quais privilegiam, principalmente, o desenvolvimento de interfaces (e softwares) e a hibridização modal. Ou seja, alternativas de mobilidade que ultrapassam as modalidades clássicas presentes em praticamente todas as cidades em nível mundial e afetam, também, os modos de comunicação neste contexto.

Nesse sentido, a fim de explorar a discussão sobre as transformações na mobilidade a partir da sociedade em mediatização de maneira mais pontual e tentativa, busca-se analisar tal questão a partir da análise dos discursos proferidos pela empresa norte-americana Uber, que estavam presentes em seu website veiculado, aproximadamente, durante os meses de março de 2014 e novembro de 2015, momento em que a Uber começou a ofertar seus serviços de mobilidade no Brasil. Uma das imagens contendo tais discursos é apresentada abaixo pela Figura 1.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Figura 1 - Discursos da Uber em seu website



Fonte: Uber (2015)

É importante explicar que a Uber é uma *startup* californiana que começou a operar no Brasil em maio de 2014, na cidade do Rio de Janeiro, trazendo na bagagem um novo conceito para o transporte individual de passageiros. Após, foi ampliando suas operações para outras capitais importantes como São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre, ainda em 2015. A empresa desenvolveu um aplicativo para plataformas mobile que tem como objetivo principal conectar passageiros a motoristas particulares, oportunizando renda para estes últimos, sem qualquer vínculo com a empresa, além de prometer a melhora do trânsito nas cidades onde opera. Segundo a Uber, ela faz tudo isso por meio da promessa do acionamento de um único botão. (Prochno, 2018).

Com o início das operações da Uber em território nacional, começou-se a notar a propagação de mensagens que retratavam barreiras para a operação legal do aplicativo, as quais envolvem agentes dos campos público e privado, além de uma acirrada e tensa



## III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

---

relação com os serviços clássicos de transporte individual de passageiros, os táxis e uma grande discussão sobre a precarização do trabalho por meio do desenvolvimento de elos frágeis (Sennett, 2005) que vem sendo chamada de uberização.

Porém, a empresa sempre defendeu a ideia de que sua oferta é embasada em tecnologia e não em um serviço de transporte. Contudo, independentemente do que diz a Uber, interessa aqui discutir os pontos de tensionamento a partir de uma transformação na mobilidade causados pelo uso do aplicativo por grande parte da sociedade, que acompanha uma série de indícios comunicacionais, tais como: o pagamento on-line, que desmaterializa a moeda; a gestão da mobilidade em tempo real; o atendimento prestado pelos motoristas e o treinamento ofertado pela empresa para eles, dentre tantas outras características. Ou seja, uma série de circuitos e de feedbacks complexos que possuem lógicas midiáticas a partir do dispositivo sócio-técnico discursivo da Uber.

Assim, de modo a tornar possível o aprofundamento da discussão em torno do tema aqui proposto, busca-se refletir sobre a ambiência da mediação e suas consequências, especialmente quando esta ambiência mediada impacta sobre o segmento de transportes, os quais envolvem a mudança de lógicas de mídia e processos sociais por lógicas de mediação, neste caso, na mobilidade (Braga, 2015).

Dessa forma, tendo em vista os diversos circuitos gerados a partir da difusão e da adoção do aplicativo, nos dias de hoje devidamente legalizado e legitimado pelo Poder Público, pelos órgãos de regulação dos transportes e pela sociedade em geral, pelo menos nas cidades onde a empresa opera, discute-se sobre o processo de mediação na mobilidade e nos transportes, trazendo conceitos embasados a partir da linha epistemológica de Eliseo Verón (2013) e demais pesquisadores latino-americanos.

Ressalta-se que o artigo busca, da mesma forma, discutir questões relacionadas com a inovação na mobilidade. Porém, a partir de uma perspectiva que se enquadra em uma matriz comunicacional. Para isso, o trabalho procura apresentar uma linha histórica que perpassa por diferentes momentos do cenário da inovação desenvolvida desde o



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

período da sociedade dos meios até a sociedade em mediatização para ser possível, posteriormente, discutir sobre as transformações da mobilidade dentro do contexto da sociedade em mediatização.

### Referências bibliográficas

AMAR, Geroges. **Homo mobilis**: la nueva era de la movilidad. Buenos Aires: La Crujía, 2011.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (org.). **Mediação & mediatização**. Salvador/Brasília: EDUFBA/Compós, 2012.

BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da mediatização? In: FAUSTO NETO, Antônio et. al. **Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosario: UNR Editora, 2015. Livro Eletrônico.

BRAGA, José Luiz. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS, 15., 2006, Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: Universidade Estadual Paulista, 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/jakCyB>>. Acesso em 23 jul. 2017.

FAUSTO NETO, Antonio. **Fragments de uma analítica da mediatização**. Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

PROCHNO, Pedro. Fatos e Dados sobre a Uber. **Uber Newsroom**, São Paulo, 12 abril 2018. Disponível em: <<https://goo.gl/QPFCGz>>. Acesso em: 18 mai. 2018.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. 5ed. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

UBER. **Uber**, São Francisco, 2015. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR>>. Acesso em: 6 nov. 2015.



## III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

---

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Revista Diálogos de la Comunicación**, Lima, n.48, p. 9-17, 1997.