Interações materiais, sociais e ambientais no aplicativo *Tem Açúcar*

Daniele de Aragão Mendonça [1]

Introdução

O objetivo deste trabalho é investigar como as experiências cognitivas e as interações sociais e materiais mediadas por uma plataforma *online* podem afetar a construção de valor afetivo acerca das relações por meio do ambiente informacional, que desdobram novas possibilidades de significação.

Como parte da contextualização dessa discussão, o ciberespaço se constitui como campo para essas interações por meio de ambiente que permite maior acesso e com possibilidades de envolvimento ativo na produção e circulação do conhecimento e da cultura. Certas experiências concretas baseadas nas mediações proporcionadas pelas plataformas *online* provocam mudanças nas relações entre as pessoas. O que leva a crer que as tecnologias de informação e comunicação (TIC's) foram determinantes na montagem dessas estratégias de comunicação (LAZZARATO; NEGRI, 2001). Nota-se que uma extensa

lista de autores da chamada cibercultura vem atentando para a influência da lógica informacional em rede no desenvolvimento de novas formas de percepção, de sociabilidade, de subjetividade.

De saída, faz-se uma abordagem acerca dos elementos materiais que participam do processo colaborativo e em especial dos objetos técnicos de nossa cultura digital. Parte-se da análise proposta pelo filósofo francês Gilbert Simondon (2015) acerca das relações homem e máquina para uma discussão das novas máquinas que integram as práticas culturais das sociedades tocadas pela informatização, bem como pela lógica em rede, inerente a esse processo. Essa análise dialoga com aspectos do mundo material abordados por Nicole Boivin (2009), os quais são questões acerca das materialidades, ou seja, aquilo que, presente nas coisas, tem a capacidade de afetar fisicamente, moldar pensamentos, emoções, relações sociais, e até mesmo corpos.

No âmbito da experiência da colaboração, ela foi tocada por vetores que a cultura digital potencializou, como por exemplo, o valor afetivo das interações, provocando outros contornos e nuances, juntamente com os estímulos providos por um aplicativo.

Esse percurso servirá de arcabouço conceitual para uma análise do *Tem Açúcar*, uma plataforma digital de empréstimos e doações entre vizinhos lançada em 10 de dezembro de 2014 sob a forma de site e mote "compartilhe coisas com seus vizinhos"[2]. Em 16 de agosto de 2016 o serviço de troca e empréstimos disponibilizado pelo site *Tem Açúcar* foi substituído por um aplicativo com novas funcionalidades. O estímulo na ocasião foi "baixe agora e toque a campainha da vizinhança inteira"[3].

Com o intuito de trazer uma base empírica para o artigo, foi aplicado um questionário *online* junto a cem pessoas contatadas pelo *WhatsApp* de 1º a três de agosto de 2017, com 57 repostas coletadas.

Antes de querer analisar a eficácia ou real significado das relações de troca e empréstimos dessa "nova mídia" apresentada pelo aplicativo *Tem Açúcar*, como materialidade, o interesse é perceber como algumas práticas e propostas encabeçadas por essa rede digital

adquirem relevância e passam a integrar outras formas de significação e conhecimento com possíveis desdobramentos nas sociedades.

Colaboração e os objetos técnicos

A análise da colaboração pela vertente das interações com a tecnologia implica, forçosamente, uma relação entre sujeitos e objetos. Deve-se notar que autores como Tapscott e Williams (2006) destacam que, antes da Internet a colaboração se dava, em geral, em pequena escala, entre parentes, amigos ou sócios. Raramente a colaboração se aproximava de uma escala de massa e quando isso ocorria era quase sempre em episódios breves de ação política, como nos protestos contra a guerra do Vietnã, por exemplo. Com o advento da Internet, em especial da chamada Internet 2.0, têm-se hoje a colaboração em massa, através da qual "bilhões de indivíduos conectados podem agora participar ativamente da inovação, da criação de riqueza e do desenvolvimento social de uma maneira que antes era apenas um sonho" (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006, p.11).

Esse desenvolvimento encontra lugar no ciberespaço, que se constitui como campo fértil para a colaboração por meio do acesso e com possibilidades de envolvimento ativo na produção e circulação do conhecimento e da cultura. Certas experiências concretas baseadas nas mediações proporcionadas pelas plataformas *online* provocam mudanças nas relações entre as pessoas. Como também chama a atenção, as repercussões culturais e materiais, dinamizadas pelas tecnologias de comunicação e as relações sociais dinamizadas pelos sites e redes sociais fazem parte de um processo de aprendizado dinâmico onde tudo importa para a produção de conhecimento, ou seja, a linguagem, as pessoas, os objetos técnicos e o modo como se vive.

Sob essa perspectiva, parece não ser possível dar conta das realizações cognitivas de nossa espécie fazendo referência ao que está sozinho dentro de nossas cabeças. É preciso também considerar as

funções cognitivas do mundo social e material. Quando da observação da atividade humana no "habitat natural", pelo menos três tipos interessantes de processos de distribuição cognitiva tornam-se aparentes segundo Hutchins (2000): a) os processos cognitivos podem ser distribuídos entre os membros de um grupo social; b) os processos cognitivos podem ser distribuídos no sentido de que a operação do sistema cognitivo envolve a coordenação entre a estrutura interna e externa (ambiental ou material) e; c) os processos podem ser distribuídos através do tempo, de tal maneira que os produtos de eventos anteriores podem transformar a natureza dos eventos posteriores.

Nota-se que os efeitos desses tipos de processos de distribuição são extremamente importantes para a compreensão da cognição humana. Enquanto a ciência cognitiva dominante procura eventos cognitivos na manipulação de símbolos (Newell *et al. apud* Hutchins, 2000), ou mais recentemente, padrões de ativação ao longo das matrizes de unidades de processamento (Rumelhart *et al. apud* Hutchins, 2000; McClelland *et al. apud* Hutchins, 2000) dentro de atores individuais, a cognição distribuída procura por uma mais ampla classe de eventos cognitivos e não espera que todos esses eventos sejam englobados pelas pessoas.

A cognição distribuída também segue, em certa medida, a ciência cognitiva dominante, que caracteriza os processos cognitivos em termos da propagação e transformação das representações. O que distingue a cognição distribuída de outras abordagens é o compromisso com dois princípios teóricos relacionados: o primeiro diz respeito à delimitação da unidade de análise para a cognição e o segundo refere-se à variedade de mecanismos que podem ser assumidos para participar dos processos cognitivos. Esse processo cognitivo se beneficia de outras habilidades, de maneira que saber e conhecer não é mais resolver problemas. A questão não é apenas cerebral. Aprende-se mais através das experiências e trocas com os outros. Como reforça Hutchins, as ciências cognitivas trabalham o cotidiano, as trocas, o meio, com a cultura e se articula com as tecnologias.

As tecnologias de informação e comunicação (TIC's) foram determinantes na montagem das estratégias de comunicação e na consolidação das atividades imateriais (LAZZARATO; NEGRI, 2001). Portanto, compartilhar e colaborar auxiliam tanto no desenvolvimento cognitivo quanto no cultural.

A obra seminal de Gilbert Simondon, *Surlemode d'existence des objets techniques*, lançada no final dos anos 50, irá propor uma instigante análise acerca dos objetos técnicos. Para o autor, a oposição homem/máquina, ou ainda a dualidade cultura/técnica, é falsa. Para Simondon (2015), na máquina encontra-se o humano desconhecido, uma espécie de "estrangeiro maquínico", e essa alienação é causada pelo desconhecimento da natureza e da essência da máquina, bem como pela omissão de que ela também integra a cultura. Tal abordagem, como pressuposto da cognição distribuída, será fundamental para a compreensão do processo colaborativo na cultura contemporânea.

Nos dias atuais, os objetos técnicos integram uma lógica digital. Além disso, nota-se um acoplamento homem-máquina muito mais sofisticado e potencializado. No caso das tecnologias da comunicação nota-se que um processo de convergência que integra as mídias em dispositivos móveis. Essas relações irão se permear em diversas práticas da educação ao entretenimento. Tem-se assim a construção de redes telemáticas que integram os sujeitos e modulam, muitas vezes, as ações e a própria subjetividade.

A colaboração em rede surge nesse movimento, numa lógica em que o amador assume novos significados, papéis e implicações. Trata-se, com efeito, de um modo de funcionamento do capitalismo que alguns autores vão chamar de "cognitivo". Tal visada impede uma compreensão romantizada e libertadora que muitos discursos profetizam, e possibilita uma visão mais crítica e rica acerca da colaboração.

Os indivíduos agora compartilham conhecimento, capacidade computacional, largura de banda e outros recursos para criar uma vasta gama de bens e serviços gratuitos e de código aberto que qualquer um pode usar ou modificar. E mais, as pessoas podem contribuir com

os "espaços digitais públicos" (*digital commons*) a um custo muito baixo para si próprias, o que torna a ação coletiva bem mais atraente (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006, p. 19). São meios, formas e práticas que de certa forma orientam as experiências cognitivas no mundo contemporâneo e reconfiguram os horizontes materiais e sensoriais que não se reduzem às habilidades representacionais.

Tem Açúcar?

O *Tem Açúcar*, uma plataforma digital de empréstimos e doações entre vizinhos, foi lançada em 10 de dezembro de 2014, inicialmente com acesso pelo site www.temacucar.com. Como fruto do sonho de sua fundadora Camila Carvalho, a jovem carioca investiu recursos próprios na contribuição em mudar o mundo, gerar uma economia financeira, aumentar a sustentabilidade e diminuir o hiperconsumo, além, de promover a aproximação entre vizinhos. Nessa ocasião, o "convite" era para as pessoas se cadastrarem no site e tornarem a vizinhança um lugar mais colaborativo e solidário, por meio do compartilhamento de coisas com seus vizinhos. E para o uso da plataforma, o usuário registrava seu nome e endereço, solicitava o produto que estaria precisando e a mesma publicava o pedido no próprio site para a vizinhança cadastrada. Os vizinhos combinam entre si as condições de empréstimo, troca ou doação ainda mediada pela tecnologia *online*, e a experiência era consolidada em "encontro *off-line"* marcado pessoalmente. Em seis dias após o seu lançamento, o site sob o mote "compartilhe coisas com seus vizinhos"[4] possuía dez mil cadastrados em sua base. Alcançando em 2015 o número de 50 mil pessoas cadastradas em todo o Brasil[5].

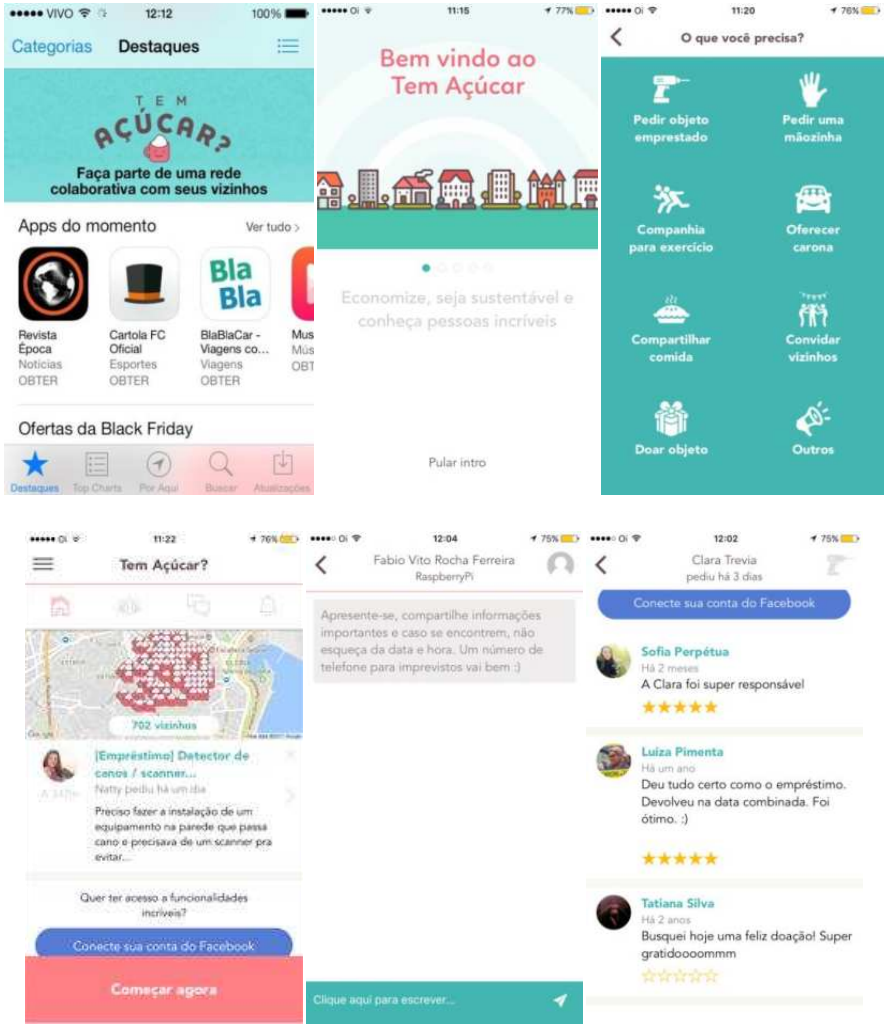
Em 16 de agosto de 2016, o serviço de trocas e empréstimos por meio do site *Tem Açúcar* foi substituído por um aplicativo gratuito com novas funcionalidades para *smartphones*, e download por meio da App Store e Google play. O estímulo na ocasião foi "baixe agora e

toque a campainha da vizinhança inteira"[6]. As principais promessas do aplicativo foram a entrega de funcionalidades como a busca por raio/ geolocalização, notificação por e-mail e/ou pelo *smartphone*, *chat* entre os envolvidos nas ofertas e demandas, a avaliação dos usuários, e a opção de reportar um pedido impróprio. Como, por exemplo, a venda ou aluguel de produtos, fazer propagandas ou anúncios, postagens com conteúdo sexual, postagens de busca de parceiros amorosos – nesse caso, o aplicativo sugere o uso do Tinder[7], postagens com oferecimento ou pedido de drogas ou medicamentos, todos proibidos desde a sua versão em site.

Uma campanha de financiamento coletivo, denominado *crowdfunding*, foi lançada em outubro de 2016 com a parceria da Benfeitoria[8], para a arrecadação de fundos para o desenvolvimento da versão 2.0 do aplicativo. Em 35 dias a campanha teve a contribuição de 400 benfeitores, e arrecadou R$ 61.562,00, ultrapassando a meta de R$ 60.638,00[9]. No final de 2016, o aplicativo tinha quase 100 mil usuários, em todos os estados brasileiros, distribuídos por 12.500 bairros, com 62% de taxa de sucesso, ou seja, o que era pedido era conseguido, e menos de 0,05% de produtos emprestados não tinham sido devolvidos[10].

A nova versão intitulada de "economize, seja sustentável e conheça pessoas incríveis" foi lançada em 18 de março de 2017 e permitiu que as vizinhanças se tornassem ainda mais colaborativas, possibilitando vários outros tipos de interação de ajudas, trocas e gentilezas entre vizinhos. Como pedir um objeto emprestado, pedir uma "mãozinha", solicitar e oferecer companhia para exercício, oferecer carona, compartilhar comida, convidar vizinhos, doar objetos, ilustrado em telas do aplicativo abaixo (FIG.1).

FIGURA 1 – Interfaces da versão 2.0 do aplicativo.



FONTE – Registro de tela do aplicativo, s/d.

Steven Johnson (2003) afirma que a cidade é a soma de milhares de interações locais, que possuem comunidades de indivíduos solucionando problemas sem que nenhum deles saiba disto. O conceito de emergência proposto pelo autor, fala das várias entidades independentes de baixo nível que criam uma organização de alto nível sem ter estratégia ou autoridade centralizada – ou seja, a colaboração, a interação dos usuários, até mesmo de forma desordenada, gera um conhecimento coletivo.

O impacto da tele presença, o conhecimento facilmente distribuído, a criatividade colaborativa são vantagens proporcionadas pelos ambientes virtuais, que jamais poderiam ser atingidos pela velha cultura da representação com seus discursos tradicionais e teorias não criticáveis. A cultura hoje está mais viva, se atualiza com facilidade.

O ponto de ruptura é a tentativa de construção de uma realidade mais justa, democrática, que integra pessoas, lugares, mas acima de tudo mentes. O autor Don Tapscott (2010), no livro *A hora da geração digital*, afirma que "os jovens da Geração Internet são colaboradores naturais" e complementa dizendo que,

> [...] eles colaboram *online* em grupos de bate-papo, jogam vídeo games com vários participantes, usam e-mail e compartilham arquivos para a escola, para o trabalho ou simplesmente para se divertir [...] Levam, para o trabalho e o mercado, uma cultura de colaboração e se sentem à vontade usando novas ferramentas on-line para se comunicar (TAPSCOTT, 2010, p.110).

Com o apoio da tecnologia, podemos pensar melhor e mais claramente – trazendo para o exemplo do *Tem Açúcar*, o advento de artefato físico possibilitou o encontro entre pessoas com visões de mundo parecidas, que utilizaram a força de engajamento e o potencial de interação da rede digital em benefício para o cidadão e o fortalecimento da comunidade.

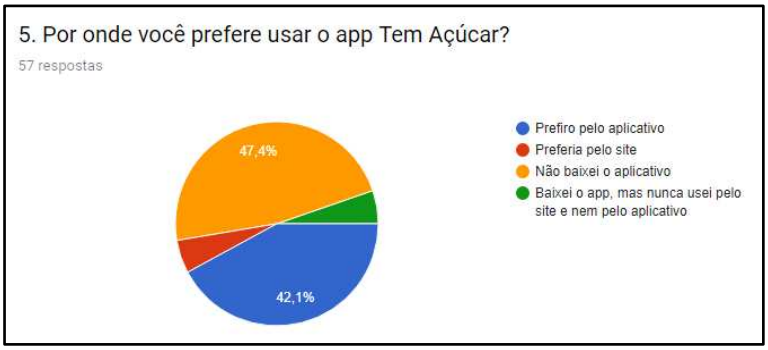
Interação como valor afetivo e algumas materialidades do aplicativo

No século XXI, segundo Tania Hoff (2015), o sujeito contemporâneo transita pelos muitos espaços e ambientes cujas práticas cotidianas comportam outros modos de ver e de ser visto, de estar e de consumir, material e simbolicamente, sejam mercadorias, as marcas, o universo urbano ou as estéticas corporais.

Foi aplicado um questionário *online* disponibilizado na ferramenta pelo Google Drive junto a 100 pessoas contatadas pelo *WhatsApp* no período de 1º a três de agosto de 2017, com 57 repostas coletadas, sendo que dessas, 22 pessoas já haviam utilizado o aplicativo. O questionário possuía 26 perguntas, as quais nem todas eram obrigatórias, algumas com opções de múltipla escolha e outras com possibilidade de respostas abertas. 33,3% dos respondentes, a maioria, estava na faixa de 35 a 44 anos, enquanto a minoria estava na faixa de 18 a 24 anos. Mais da metade declarou ser empreendedor ou profissional autônomo e a grande maioria habitava na zona sul da cidade do Rio de Janeiro, distribuídos pelos bairros Humaitá, Botafogo, Laranjeiras, Jardim Botânico e outros. 26,3% afirmaram compartilhar produtos por meio de outros sites, apps como *WhatsApp* e principalmente páginas do Facebook.

Ao explorar as implicações da experiência sobre a interação com as plataformas digitais, nota-se que o ato de colaborar vai além da participação em si. A sociabilidade fica evidente no engajamento gerado pelo envolvimento ao compartilhar bens de consumo por meio do aplicativo *Tem Açúcar*. Os gostos (ou seja, as preferências manifestadas ao escolher uma forma de acesso) são a afirmação prática de uma diferença inevitável dentro das práticas sociais e complexidade do sujeito como demonstrado na figura abaixo (FIG.2), fruto da pesquisa realizada para o desenvolvimento deste artigo.

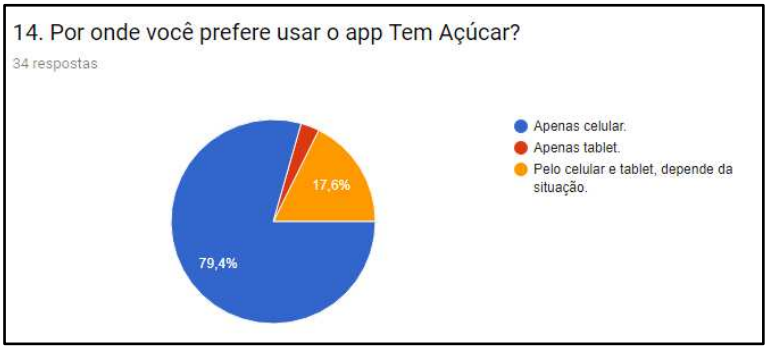
FIGURA 2 – Pergunta com resposta obrigatória sobre a preferência de uso do app.



FONTE – Respostas à pesquisa aplicada pela autora deste artigo

Ao serem perguntados novamente por onde preferiam usar o aplicativo, mas sem a obrigatoriedade de responder, e com opções diferentes de resposta evidenciando o suporte tecnológico, a preferência foi pelo celular, demonstrado na figura a seguir (FIG. 3).

FIGURA 3 – Pergunta com resposta não obrigatória sobre
a preferência de uso do app de acordo com diferentes suportes tecnológicos.



FONTE – Respostas à pesquisa aplicada pela autora deste artigo.

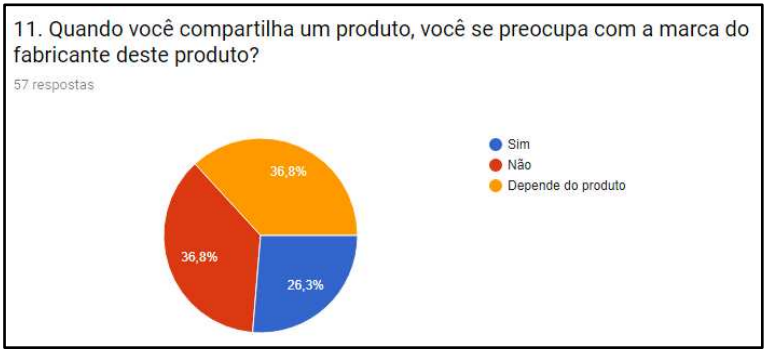
Algo que é observado no uso do aplicativo é que são estimuladas tanto as atividades mentais como as corporais. Seja pelo manuseio do aplicativo, ou seja, pela efetivação do compartilhamento que é realizado presencialmente. É dado o uso amplo de repertório de habilidades cognitivas exigidas ou produzidas, ainda que as afetações sejam diferentes de acordo com cada dispositivo por onde o aplicativo é acessado, e o aplicativo em si como tamanho de tela, peso do *smartphone*, corpo da fonte nas interfaces, quantidade digitada de caracteres, ausência de fotos dos produtos, dentre outras. São diferentes modos de se relacionar. Como analisado por Nicole Boivin (2009), é importante congregar o espaço e o material na aquisição de conhecimento e compreensão do pensamento humano e do papel da materialidade na sociedade, que pode impactar as pessoas de diferentes maneiras que não tem a ver com a comunicação de noções abstratas em si.

Quando perguntados sobre quais eram as cores que lembravam que o aplicativo usa em sua logomarca e telas, a maioria respondeu a cor rosa e, dentre 31 respostas diversas, que essa cor transmite leveza, doçura, amizade, amor, delicadeza, simpatia, tranquilidade, carinho, cuidado, simplicidade, universo infantil, aconchego. 19,3% sentiram falta de imagens dos produtos no aplicativo, e 36,8% disseram se importar muito com uma avaliação feita sobre elas mesmas, enquanto que 47,4% declararam valorizar muito as avaliações divulgadas no aplicativo sobre seus usuários, apesar de 64,4% terem afirmado que confiavam no aplicativo *Tem Açúcar* e apenas 4,4% declararam que não confiavam.

Como apresentado na figura abaixo (FIG. 4), 26,3% se preocupa com a marca do fabricante do produto compartilhado e 36,8% afirmaram que depende do produto. Essas respostas podem indicar que porque a maioria não conhece o aplicativo, ou nunca o utilizou, ainda não está familiarizado com essa forma de acessar produtos, ou mesmo porque para quem o utiliza, faltam materialidades como as fotos dos objetos. A explicação dada para o caso de respostas em torno de "depende do produto eu me preocupo com a marca do produto comparti-

lhado", foi que a marca de fabricação do produto pode ser uma referência de qualidade.

FIGURA 4 – Pergunta com resposta obrigatória sobre a valorização às marcas de fabricantes de produtos compartilhados.



FONTE – Respostas à pesquisa aplicada pela autora deste artigo.

Dentre as pessoas que afirmaram usar o aplicativo, 26,3% disseram ter exercitado a colaboração na criação de um ambiente propício para o empréstimo e 22,8% disseram ter praticado maior aproximação com estranhos por meio do aplicativo. Sendo que dentre as motivações de uso do aplicativo *Tem Açúcar*, foi apontado como sendo mais valorizado o "acesso a um produto ao invés de comprá-lo" com 28,8% das respostas, seguido de 26,9% "fortalecimento de laços entre vizinhos", 25% "consciência ecológica" e 19,2% "economia de dinheiro, espaço e tempo".

Percebe-se, que a experiência da colaboração que engaja por meio da plataforma *online* com a comunidade existe dentro da lógica do que Henry Jenkins chama de "economia do dom", produz valor afetivo e provoca novos contornos e nuances nas interações com a cidade.

> O conceito de economia do dom, ou da dádiva, tem sua origem na antropologia clássica, que remonta ao trabalho de 1922 de Marcel Mauss, *Ensaio sobre a dádiva* ([1922], 1990). [...] No entanto, o conceito da economia do dom tem sido adotado por teóricos digitais como uma maneira útil para explicar práticas contemporâneas, nas quais 'a economia do dom' funciona como uma analogia às trocas baseadas informal e socialmente que caracterizam alguns aspectos da ética digital (JENKINS, 2014, p.97).

Acredita-se que essa dinâmica de participação ilustra um relacionamento entre os envolvidos, desenvolvendo laços mais fortes. Por sua vez, os laços ditos mais fortes são maneiras de valorar afetivamente a relação e a interação, aqui mediada por uma plataforma digital, que afeta os envolvidos tanto em relação às experiências cognitivas quanto materiais, emergindo diferentes percepções e comportamentos.

Respostas físicas ou memórias indeléveis são resultados esperados das diferentes interações com objetos digitais. Pensar a materialidade dos objetos e a sua existência em si, pode nos ajudar a pensar em outras formas de compreendermos o mundo como parte de um processo de aprendizado dinâmico onde tudo importa para a produção de conhecimento, ou seja, a linguagem, as pessoas, os objetos técnicos e o modo como se vive.

Considerações finais

Pode-se perceber que a colaboração possui impacto na vivência das pessoas. Como é notado no exemplo do aplicativo *Tem Açúcar* que as experiências de compartilhamento em redes digitais proporcionam uma interação material num grau cada vez mais elevado. E as tecnologias de comunicação digitais ambientam possibilidades de interação e engajamento que afere valor afetivo às relações, como aqui descrito.

A análise aqui presente aponta *insights* iniciais que norteiam um longo caminho a ser desbravado em direção a possíveis mudanças em

andamento e formas de valorar as relações mediadas por plataformas digitais. Se o valor afetivo não é medido em moedas, de certa forma seu valor intangível pode ser fonte de riqueza mensurada diferentemente daquela que corresponde ao valor de mercado no sistema capitalista de produção. E resultará na hipótese que norteia o artigo que é a de que há uma mudança de valor em relação às marcas dos bens de consumo quando a relação com a mesma é mediada por plataformas digitais.

As formas de atuação demonstradas são as ferramentas *online* e ações *offline*, estimulando o compartilhamento de conhecimento, talento e tecnologia na abertura comportamental de novas experiências. Trata-se de uma leitura de mundo como membro de um grupo, que de certa forma se submete ao conjunto de regras e materialidades estipuladas pelo aplicativo, que resultam numa espécie de compromisso com um "novo fazer" do grupo.

Referências

BOIVIN, N. *Material cultures, material minds*: the impact of things on human-thought, society and evolution. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

HOFF, Tânia. Consumo e biossociabilidade: regimes de visibilidade do corpo diferente. In: SIQUEIRA, D.C.O. (Org.). *A construção social das emoções*: corpo e produção de sentidos na comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 139-152.

HUTCHINS, Edwin. *Distributed Cognition*. 2000. Disponível em: http://files.meetup.com/410989/DistributedCognition.pdf.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.

JOHNSON, Steven. *Emergência*: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2003.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antônio. *Trabalho imaterial*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

SIMONDON, Gilbert. *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris: Aubier, 2015.

TAPSCOTT, Don. *A hora da geração digital*. Rio de Janeiro: Agir Editora, 2010.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. *Wikonomics*: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2006.

---

[1] Professora da FCS/UERJ e do IED-Rio. Mestre (UERJ), especialista em Marketing (PUC-Rio) e graduada em Comunicação Social (UFRJ). Participa do grupo de pesquisa CiberCog/UERJ. E-mail: daniele_aragao@yahoo.com.

[2] Texto divulgado no perfil no Facebook de Camila Carvalho, fundadora do *Tem Açúcar*, Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10152554573049537&set=a.10150611521244537.385326.624544536&type=3&theater. Acesso em 29/07/2017.

[3] Dados fornecidos por e-mail hello@temacucar.com em 16/08/2016.

[4] Texto divulgado no perfil de Camila Carvalho, fundadora do Tem Açúcar, no Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10152554573049537&set=a.10150611521244537.385326.624544536&type=3&theater. Acesso em 29/07/2017.

[5]Dado divulgado na página no Facebook do Tem Açúcar em 22 de setembro de 2015.

[6] Dados fornecidos por e-mail hello@temacucar.com em 16/08/2016.

[7] O *Tinder* é uma rede social para quem deseja conhecer pessoas. Disponível em https://www.tinder.com/app/login. Acesso em 20/07/2017.

[8] Benfeitoria é uma plataforma de mobilização de recursos para projetos de impacto cultural, social, econômico e ambiental.

[9] Dados divulgados no site da Benfeitoria. Disponível em https://benfeitoria.com/temacucar. Acesso em 20/07/2017.

[10]Dados divulgados em vídeo do TED no You Tube. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=hG98AE6qgKY. Acesso em 20/07/2017.

Resumo
O artigo trabalha a ideia de colaboração no âmbito dos estudos das interações materiais, sociais e ambientais. Trata-se, mais especificamente, de explorar os aspectos materiais do aplicativo Tem Açúcar, os quais podem favorecer o êxito do consumo colaborativo, notando o impacto no possível deslocamento de valor das marcas de produtos (bens de consumo) por meio dessas relações. A hipótese que norteia o artigo é a de que há uma mudança de valor em relação às marcas dos bens de consumo quando a relação com a mesma é mediada por plataformas digitais. O artigo faz uma análise do aplicativo *Tem Açúcar*, utilizando autores que transitam entre os estudos da colaboração em rede, materialidades, cibercultura e cognição. A aplicação de questionário *online* foi instrumento adotado e de procedimento metodológico para a realização desta pesquisa.

Palavras-chave
Consumo colaborativo, valor afetivo, materialidades, *Tem Açúcar*.