

Uberização: as quatro facetas do controle

RESUMO

Pedro Mendonça Castelo Branco

pedroararas2@gmail.com

Graduado em Gestão de Políticas
Públicas

Universidade Federal do ABC

Sidney Jard Da Silva

sidney.jard@ufabc.edu.br

Doutor em Ciência Política

Universidade Federal do ABC

A uberização do trabalho é mais uma etapa do processo de desconfiguração dos pactos sociais formados no período fordista pós-Segunda Guerra. A estratégia de construção de parceiros e não de trabalhadores possibilita a externalização de custos de capital fixo pela empresa para uma multidão de trabalhadores precários, bem como a fuga de responsabilização pelos direitos trabalhistas e previdenciários. Este artigo, construído com uma perspectiva interdisciplinar a partir da revisão bibliográfica sobre o controle nas empresas por aplicativo, analisa esse processo a partir do seu principal nome, a Uber, discutindo as várias formas de controle moduladas pela empresa, a saber: o controle da gestão do trabalho, o controle de dados, o controle da multidão e o controle de si.

PALAVRAS-CHAVE: trabalho, precarização, uberização, controle, dados.

INTRODUÇÃO

A uberização do trabalho é um fenômeno que se espalhou por diversos setores da economia: transporte de passageiros (Uber, 99 Taxi), entregas (iFood, Rappi, Loggi, Uber Eats), hotelaria (Airbnb), serviços domésticos (TaskRabbit e Parafuzo), manicures (Singu), pequenas tarefas digitais (Amazon Mechanical Turk) e etc. Nesta variedade, há um centro comum que caracteriza as empresas do trabalho uberizado: se denominam apenas como intermediadoras dos encontros entre um ofertante do serviço e um cliente, isto é, não como empregadoras responsáveis pelos serviços que oferecem, mas apenas como empresas de tecnologia que possibilitam transações por meio dos aplicativos (ABÍLIO, 2017).

Com isso, as empresas tem uma estratégia de negócios que extrai e externaliza custos de produção típicos de uma relação de trabalho formal, por exemplo, custos de contratação e os direitos assegurados na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT): treinamento, férias, licenças remuneradas, 13º salário, jornada de trabalho regular e, mais ainda, a empresa passa ao largo até mesmo da própria condição de assalariamento e as exigências de ganhos iguais ou superiores ao salário-mínimo (ABÍLIO, 2019).¹

Do ponto de vista histórico, a uberização é parte de um conjunto de mudanças no mundo do trabalho denominado de reestruturação produtiva (ALVES, 2007), isto é, mudanças no regime de acumulação fordista (BRAGA, 2017), que se configurou no pós Segunda Guerra, mas que entrou em decadência no final da década de 1970 com um complexo de políticas econômicas neoliberais que tiveram como objetivo retomar a taxa de lucro das empresas por meio da retenção dos gastos com o Estado de Bem-Estar Social, restrição dos custos trabalhistas e aumento do desemprego, criando assim um exército industrial de reserva que corroeu a força dos sindicatos e o poder de barganha dos trabalhadores (ANDERSON, 1995). Além disso, a Crise de 2008 também é um ponto histórico fundamental tanto porque a queda da taxa de juros, particularmente nos Estados Unidos, reduziu o retorno econômico de diversos ativos no mercado financeiro o que fez com que investidores realocassem seus recursos no novo mercado de plataformas (SRNICEK, 2017). Mais ainda, o próprio desemprego e a ampliação de um exército industrial de reserva na esteira da crise serviram como base da força de trabalho para as plataformas, como aponta a Organização Internacional do Trabalho a partir 2008 houve um crescimento exponencial do número de plataformas digitais de trabalho (OIT, 2021).

Na esfera do trabalho, essa mudança resultou no toyotismo como conjunto de novos arranjos produtivos mais flexíveis com traços de reificação mais interiorizados, com mecanismos de “envolvimento”, “parcerias”, “colaborações”, “individualizações”, “metas” e “competências”. Neste modelo, ao trabalhador não cabe apenas fazer o seu trabalho, mas também fiscalizar a si mesmo e aos seus colegas para garantir as metas da empresa, das quais dependem diretamente a sua remuneração (ALVES, 2007).

Paralelamente, um conjunto de novos modelos de contratação da força de trabalho mais flexíveis e desprovidos de direitos foram criados como: o trabalho intermitente, a terceirização, a pjtização e a uberização (ANTUNES, 2018). Essas novas modalidades de mediação da força de trabalho se combinam o deslocamento do centro dinâmico de absorção de mão de obra da indústria para

o setor de serviços, no Brasil entre 1994 e 2008, 70% das vagas de emprego foram criadas neste último setor (DEDECCA, ROSANDISKI, 2006).

Em síntese, entendemos a uberização como um processo de diluição dos entraves colocados à exploração da mão de obra e que se mantém dentro dos marcos da forma mercadoria do trabalho vivo (ALVES, 2007). Destacamos que se trata de um movimento dinâmico, ou seja, não é resultado de uma inevitabilidade do desenvolvimento tecnológico. Neste sentido, pode avançar ou retroceder a depender das relações de força na sociedade (ANTUNES, FILGUEIRAS, 2020; BRANCO, COMARU, JARD DA SILVA, 2020).

Nas próximas sessões deste trabalho, abordaremos cada uma das quatro formas construídas pela Uber para, a despeito da retórica de liberdade e autonomia, controlar cada etapa do processo produtivo: o controle da gestão do trabalho, o controle da multidão, o controle dos dados e o controle de si.

O CONTROLE DA GESTÃO DO TRABALHO

A Uber constrói toda a sua estratégia de negócios na máxima de que os seus trabalhadores são parceiros que podem dirigir quando e onde quiserem, assim, pode se reivindicar como uma empresa de tecnologia que opera uma plataforma de mobilidade. Em suas próprias palavras, “nós desenvolvemos um aplicativo que conecta motoristas parceiros a usuários que desejam se movimentar pelas cidades. [...] A Uber não emprega nenhum motorista e não é dona de nenhum carro” (UBER, 2019, p.5).

Porém, ao contrário da retórica de autonomia, a Uber organiza uma potente máquina de controle da gestão do trabalho para garantir a oferta do serviço no local, no momento, no valor, para quem e por quem ela quer. O controle se dá desde o início da prestação do serviço² porque a empresa determina quem pode ou não trabalhar, além de definir o tipo de serviço, no caso em análise, o serviço de viagem de passageiros (ANTUNES, FILGUEIRAS, 2020).

Mais ainda, apesar do discurso propagado pelos CEOs das plataformas de que estas novas modalidades de serviços não se tratam apenas da produção de lucro, mas do compartilhamento de valores e experiências humanitárias, a Uber não permite o contato entre motoristas e passageiros que vá além da troca de mercado³. Os trabalhadores são proibidos de manter contato após a corrida com os passageiros, podendo ser penalizados com desligamento da plataforma. Essa é uma forma da empresa impedir que motoristas agendem corridas sem serem mediadas pelo aplicativo, ou seja, uma forma de monopólio da oferta de trabalho (BARBOSA, 2019).

Outro mecanismo de controle do trabalho é a política de preços. Isso porque, não há qualquer possibilidade de negociação entre trabalhadores e a Uber, eles são unilateralmente definidos pela empresa, tanto o valor base da corrida, quanto o que será recolhido através das tarifas. O primeiro é calculado, em linhas gerais, a partir de três fatores: preço base (que varia entre as cidades), o tempo de duração do serviço e a distância percorrida⁴. O segundo é calculado, desde o início de 2020, a partir das variáveis tempo de viagem e quilômetros rodados, e pode variar de 1% a 40% do valor total das corridas, sendo que em nenhum dos casos há qualquer explicação detalhada da base de cálculo⁵. Como argumentam Rosenblat e Stark (2016), o centro do controle do trabalho passa pela assimetria

de poder e de informação entre a detentora do aplicativo e seus motoristas, que sequer sabem como funciona a sua remuneração.

Mais ainda, a política de preços assume um duplo sentido: a monopolização do mercado e o controle do tempo de trabalho. No primeiro, a Uber adota uma estratégia de “crescimento antes dos lucros”, ou seja, pratica preços artificialmente baixos nos seus primeiros anos, operando no prejuízo em muitos locais, para que com isso consiga vencer a concorrência e assuma o controle monopolístico do setor de transporte de passageiros, estratégia que é sustentada pela sua vinculação com as empresas de capitais de risco que permitem o estofamento financeiro necessário para que opere em prejuízo por algum tempo (SRNICEK, 2017).

No segundo sentido, os preços controlam o tempo de trabalho, isso porque, quanto menor o preço das corridas, maior é a necessidade de horas trabalhadas pelo motorista para que consiga sobreviver e, com isso, a empresa garante a disponibilidade de carros para seus clientes a todo momento. Assim, sem qualquer ordem direta de um patrão, os motoristas mantêm-se à disposição por muitas horas ao dia, ultrapassando muitas vezes a jornada regular de trabalho (OITAVEN, 2018), o que Antunes e Filgueiras (2020) denominam de leilão invertido onde os trabalhadores estão em concorrência permanente para executar uma tarefa⁶.

Isso posto, além de controlar o quantum de horas trabalhadas, a Uber também controla os locais e os horários aonde os motoristas dirigem, utilizando o mecanismo da tarifa dinâmica. A tarifa dinâmica é um multiplicador nos valores das corridas organizadas pelos algoritmos do aplicativo, a lógica é: quando há maior demanda ou menor oferta de motoristas em alguma região ou horário, o valor padrão da corrida se altera de acordo com um multiplicador⁷. Com isso, “em momentos em que normalmente os trabalhadores iriam preferir ficar em casa, como dias festivos, a empresa concede incentivos financeiros” (OITAVEN, 2018: 37) e garante a oferta da força de trabalho.

Essa forma de remuneração em que as regras parecem desafios a serem desvendados pelos motoristas, como quais os melhores horários e locais para dirigir, bem como, estratégias para atingir metas de viagens feitas que resultam em premiações é o que Scholz (2016) denomina como gameificação, ou seja, tentar transformar o trabalho em algo aparentemente divertido. Os recursos são diversos “oferta de bônus, promoções e desafios semanais; escala de pontuação variável do motorista; envio de relatório semanal personalizado, com comentários dos passageiros e com a evolução da pontuação variável” (KEMMELMEIER, 2019, p.99).

Vale notar que os mecanismos de tarifa dinâmica também são uma ferramenta para impedir articulações de reivindicação da categoria, isso porque, qualquer iniciativa de paralisação é respondida com multiplicadores nas corridas que aumentam os ganhos para aqueles que permanecem trabalhando. Além disso, há o risco de desligamento sumário, o documentário *Gig a Uberização do Trabalho* (GIG, 2019) apresenta casos de motoristas que foram desligados após organizar manifestações. A empresa controla, inclusive, as formas de reclamações dos trabalhadores com determinações expressas de endereçá-las para a gerência algorítmica (ANTUNES, FILGUEIRAS: 2020) e como apontam Rosenblat e Stark (2016): “as respostas que elas fornecem geralmente carecem de uma compreensão diferenciada do contexto ou dos desafios do trabalho, e os

motoristas precisam ser persistentes para obter as respostas que procuram nas perguntas sem uma resposta padrão” (p. 3371, tradução do autor).⁸

Por fim, o controle do trabalho também ocorre pela limitação do número de cancelamentos de viagens. O cancelamento é útil para os motoristas nas situações em que se sentem inseguros com alguma corrida. Porém, a empresa sugere uma porcentagem ideal cancelamento, que não deve ultrapassar os 10% e as “altas taxas de cancelamentos injustificados configuram uma violação aos termos e condições de adesão dos motoristas parceiros à Uber e podem levar até ao encerramento da parceria” (GERMANO, 2019, p.5)⁹. Ou seja, em síntese, trata-se de uma forma de controle pouco clara, com regras que mudam constantemente e que se assemelham com um jogo (CARDOSO et al., 2020).

O CONTROLE DA MULTIDÃO

Em um mundo em que supostamente as pessoas pararam de confiar umas nas outras, as empresas de tecnologia teriam uma resposta para retomar esses laços interpessoais: os sistemas de reputação (SLEE, 2017), isto é, métricas de avaliação mútua entre ofertantes do serviço e os usuários. Confiança, essa seria a palavra-chave para os serviços por aplicativos¹⁰.

Para as plataformas, as ferramentas de reputação abrem um novo marco no mercado em que as barreiras regulatórias se tornam desnecessárias e custosas, logo, são substituídas por uma fiscalização dos consumidores, mais barata e eficiente. Para a Uber (2018, p. 3) “ao avaliar uma viagem, você contribui para que o sistema funcione a favor da qualidade da experiência de todos e [...] para garantir um padrão de qualidade e beneficiar você e toda a comunidade”.

Porém, na prática, as avaliações são outra forma de controle e seleção da empresa. As notas dadas por cada passageiro são analisadas em conjunto e segundo a empresa “caso um motorista parceiro não consiga manter sua nota acima de um mínimo esperado, ele pode ser desativado da plataforma” (UBER, 2018a, p.2). Notas abaixo de uma linha de corte no entorno de 4,5 significa estar em risco de desligamento sumário do aplicativo (SLEE, 2017).

Neste ponto, a contribuição de Abílio (2017) é fundamental para entendermos essa nova configuração do controle pelas plataformas, isto é, a Uber não precisa mais de um modelo em que cada empregado presta contas diretamente para um superior hierárquico humano. Com isso, o gerenciamento não é mais um custo internalizado na produção, mas é repassado para a esfera do consumo como um método desenhado algorítmicamente pela Uber com o objetivo de manter alta a produtividade (e, supostamente, a qualidade) do trabalho. Isto é:

pode ser terceirizada para uma multidão de consumidores ativos e confiantes no seu papel certificador. O motorista se sabe permanentemente avaliado, é disto que depende seu acesso às “tarefas” oferecidas; o consumidor, ao mesmo tempo em que avalia, também se fia na avaliação da multidão de consumidores [...] a certificação sobre o trabalho sai da mão do Estado e de procedimentos publicamente estabelecidos e passa a se dar na relação entre gerenciamento da multidão de consumidores e o cultivo da força da marca (ABÍLIO, 2017, p. 22).

Aqui há evidente relação com a discussão feita por Deleuze (1992) da sociedade do controle modular, em que o controle é flexível, não no sentido de

menos rígido, mas sim, em se adaptar a diversos espaços e mudar continuamente para controlar as diversas esferas da vida. Essa mutação altera, inclusive, a forma de organização da força de trabalho que se expressa também na discussão até aqui apresentada sobre a Uber:

na questão dos salários: a fábrica era um corpo que levava suas forças internas a um ponto de equilíbrio, o mais alto possível para a produção e o mais baixo possível para os salários; mas numa sociedade de controle a empresa substituí a fábrica, e a empresa é uma alma, é um gás. Sem dúvidas a fábrica já conhecia o sistema de prêmios, mas a empresa se esforça mais profundamente em impor uma modulação para cada salário (DELEUZE, 1992, p. 221).

Neste sentido, a empresa não precisa controlar uma massa de trabalhadores e buscar a uniformização, mas controla uma diversidade deles em sua menor individualidade (“indivíduos divisíveis”) a partir do uso das novas máquinas: os computadores/plataformas, que são permeadas pelas premiações e avaliações individuais e sob a supervisão de um gerente coletivo onipresente (ABÍLIO, 2019)¹¹. Essa alteração permite, inclusive, que a empresa emule um controle despersonalizado, feito pelos algoritmos e “quando questionadas, as plataformas respondem que são os algoritmos que tudo definem, como se não fossem elas a determinarem as regras dos próprios algoritmos” (CARDOSO et. al., 2020, p. 215).

O CONTROLE DA MULTIDÃO

O que salta aos olhos em todo o controle até aqui descrito é a enorme quantidade de dados que a Uber utiliza, dados que não são só dos motoristas, mas também dos passageiros. Para Zuboff (2019), dados são a própria experiência humana em todas as suas esferas sendo extraída, armazenada e utilizada como matéria prima para a extração de excedente comportamental¹² e serem vendidos em mercados de comportamentos futuros. Os comportamentos extraídos pelas plataformas são analisados por sistemas de computação altamente especializados que os transformam em produtos algorítmicos rentáveis projetados para prever o comportamento de seus usuários.

As plataformas possuem papel central na extração de dados porque são espaços online estruturados com softwares para que, ao mesmo tempo em que se oferta um serviço (no caso da Uber, viagens para passageiros), ocorra a extração de dados dos usuários da plataforma (COULDRY, MEJIAS, 2019). Isto é, a partir das ações, dos cliques na rede e dos itinerários, as empresas armazenam dados de mais de milhões de pessoas e produzem análises que servem para delinear padrões de comportamento futuros, e, a partir disso, venda de publicidade.

Se no capitalismo industrial o trabalho tornou-se uma forma abstrata da mercadoria, no capitalismo atual há uma transformação completa “da vida humana em uma nova forma social abstrata que também está pronta para a mercantilização: os dados. Os meios para essa transformação são – para reiterar – não relações de trabalho, mas, mais amplamente, relações sociais mercantilizadas, ou, mais sucintamente, relações de dados.” (COULDRY, MEJIAS, 2019, p.8). A Uber se vale largamente dessa prática, isso porque, além de explorar o trabalho dos motoristas, a empresa também obtém retorno financeiro do enorme banco de dados que possui das viagens de milhões de usuários.

Desde 2016 a Uber tem um contrato com a Yext (empresa especializada em gerenciar dados e vender pacotes de publicidade), quando também iniciou a venda

de espaços de publicidade dentro do aplicativo destinado aos usuários durante as corridas (SUMARES, 2016). Portanto, o histórico de viagens de milhões de usuários é compartilhado com outra empresa que os processa e vende espaços publicitários na plataforma. Ou seja, a Uber é “capaz de se beneficiar por pegar uma parte de cada transação, através da publicidade, ou extraindo dados da transação que eles podem vender para terceiros” (COULDRY, MEJIAS, 2019, p. 87, tradução do autor)

Além disso, como argumenta Zuboff (2019), estas empresas não apenas monitoram e armazenam os comportamentos humanos, mas também os moldam para uma forma que seja mais fácil de serem rastreados. Os mecanismos de controle da força de trabalho também assumem essa característica do capitalismo de vigilância, isso porque, as tarifas dinâmicas, as avaliações e até mesmo o rastreamento contínuo dos trabalhadores pelo Global Position System (GPS) demonstram essa intenção de modelagem do comportamento. Essa intenção está, inclusive, expressa nas sugestões da Uber para os motoristas obterem melhores avaliações:

1. Seja sempre gentil e educado com os usuários, comunicando-se com educação e deixando-os à vontade no veículo.
2. Dirija com segurança e sempre respeite as leis de trânsito. Viagens tranquilas, eficientes e seguras aumentarão sua nota na plataforma.
3. Faça a rota mais eficiente até o destino final do usuário. Antes de iniciar a viagem, lembre-se de perguntar ao usuário se ele tem uma rota preferida.
4. Mantenha seu carro sempre limpo e em ótimas condições. Ao viajar em um carro bem cuidado, o usuário poderá lhe dar uma nota mais alta.
5. Atente-se para o perfil pessoal de cada usuário. Algumas pessoas preferem se manter em silêncio, enquanto outras gostam de conversar. Seja sempre agradável e evite temas polêmicos (UBER, 2018b, p.3).

Por último, a coleta de dados pela Uber é também um recurso valioso para a negociação de contratos com o poder público, isso porque, com a amplitude de motoristas e usuários, a empresa possui informações sobre a circulação de pessoas e automóveis pelas cidades que muitas administrações públicas não possuem (SLEE, 2017).

Neste sentido, desde 2017 existe a Uber Moviment, plataforma que analisa os dados de viagem de passageiros em 49 cidades ao redor do mundo (no Brasil, a cidade de São Paulo conta com esse serviço) para prever padrões de circulação de veículos (locais com maior volume de trânsito, velocidade e tempo médio das viagens). Para a gestão urbana esse recurso é lucrativo e utilizado como ferramenta para contratos com órgãos públicos¹³. Conforme asseveram Zuboff (2019) e Couldry e Mejias (2019), o controle de dados não é uma tendência somente das empresas privadas, mas também, dos governos para o controle de sua população.

O CONTROLE DE SI

A última faceta de controle da uberização é o controle de si. Por controle de si entendemos a estratégia simbólica que faz parte do período neoliberal que transformou o mundo do trabalho e difundiu o modelo de autocontrole do trabalhador pelo engajamento subjetivo (ZARAFIAN, 2002). Ou seja, o próprio

sujeito se obriga a fazer o trabalho com a maior eficácia e aumentar sua produtividade, essa compreensão é parte do que Dardot e Laval (2016) denominam de uma nova razão de mundo. Neste sentido, guarda evidente relação com o que Foucault (2007) denomina de neoliberalismo americano, isso porque, não se trata apenas de uma técnica de governo ou uma política econômica do Estado, mas uma racionalidade que formata uma forma de ser e de pensar do indivíduo.

Para este novo sujeito neoliberal, a sociedade é uma grande empresa formada por pequenas unidades de empresas de si, indivíduos que se relacionam a partir da competição ou em relações de extração de vantagens (ou seja, mantêm as relações interpessoais enquanto são vantajosas para o seu desempenho/gozo, o que as tornam fluidas e descartáveis assim que se perde a possibilidade de ampliação dos prazeres).

Neste sentido, o próprio discurso das plataformas de reconectar laços humanitários são desconstruídos pelas práticas engendradas por esse novo sujeito. No caso da Uber, na realidade, esse discurso camufla uma relação interpessoal apenas baseada em estratégias de persuasão e de comunicação eficaz para conseguir uma boa avaliação, ou seja, com o fim de sobrevivência na plataforma, o que Rosenblat e Stark (2016) apontam como um meio que a empresa utiliza para padronizar o serviço.

Essa nova racionalidade espalha-se por toda a sociedade e incita os indivíduos a seguirem um dispositivo de gozo/desempenho, em que o manager é o tipo ideal, porque é aquele que a todo momento procura maximizar seu desempenho, enfrentar os riscos para atingir objetivos. É ele que tem poder de decisão, de resolução de problemas complexos, está preparado para suportar o estresse do trabalho cotidiano, desenvolve inteligência, mobiliza todas as suas qualidades para ter rentabilidade e ser um campeão (DARDOT, LAVAL, 2016).

o efeito procurado pelas novas práticas de fabricação e gestão do novo sujeito é fazer com que o indivíduo trabalhe para a empresa como se trabalhasse para si mesmo e, assim, eliminar qualquer sentimento de alienação e até mesmo qualquer distância entre o indivíduo e a empresa que o emprega. Ele deve trabalhar para sua própria eficácia, para a intensificação de seu esforço, como se essa conduta viesse dele próprio, como se ela lhe fosse comandada de dentro por uma ordem imperiosa de seu próprio desejo (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 327)

Na Uber, essa vinculação é garantida pela remuneração de acordo com a produtividade (retomando o salário por peça que já era apontado por Marx (2013 [1867]) como uma forma de vincular os interesses do trabalhador individual com os interesses do capital) e também pelas relações de trabalho camufladas como relações de parceria em que o sujeito como empresa entra no mercado para vender um serviço.

Ademais, a possibilidade de garantir renda e oportunidades no mundo do trabalho também são encaradas como individuais, isto é, uma noção de autoaprimoramento contínuo, visto que nada mais é garantido, mas deve ser a todo momento conquistado individualmente e não como uma tarefa coletiva do conjunto de empregados. Essa abordagem guarda profundas relações com a teoria do capital humano, em que o trabalho não é conceituado como a venda da força de trabalho daqueles desprovidos dos meios de produção, como na abordagem

marxista, mas sim, como um ativo gerador de uma renda para o indivíduo, como na crítica foucaultiana. Essa renda, por sua vez, é diretamente proporcional ao quantum de capital humano acumulado por cada indivíduo, aqui capital humano entendido como o conjunto de capacidades físicas e psicológicas, que podem ser inatas ou adquiridas (FOUCAULT, 2007).

Dessa maneira, o homo economicus é aquele que detém um capital humano do qual sua renda deriva e para aumentá-la precisa investir em atividades de valorização e capacitação de si (o quantum de capital humano) (FOUCAULT, 2007). Nesta perspectiva teórica, fica evidente a relação entre o discurso da Uber em denominar seus motoristas como parceiros para difundir entre os trabalhadores a ideia de que eles são pequenas empresas autônomas e que para terem sucesso precisam se arriscar no mercado e valorizar seu capital. Desta maneira, desarmam demandas por regulação do trabalho, bem como iniciativas associativas desses trabalhadores.

Contudo, se os estímulos são para que o desempenho seja sempre maximizado e o gozo é sempre no além, inclusive, o consumo individual passa a ser enquadrado por um padrão normativo/valorativo determinado pelo mercado, por exemplo, em o que é valorado como mero consumo e o que é valorado como um investimento com capacidade de aumentar seu capital humano no futuro, isto é, uma distinção difusa entre o que é consumo e o que é investimento (LÓPEZ-RUIZ, 2009). Há uma nova relação entre o presente e o futuro e o resultado inexorável para a grande maioria desses sujeitos é a frustração. Isso porque, ao naturalizar os riscos e as fragilidades sociais em termos exclusivamente individuais e não coletivos/estruturais, a Uber, a partir dessa nova racionalidade econômica, faz recair todas as dificuldades enfrentadas pelos indivíduos em seus próprios ombros.

Neste ponto, Dardot e Laval (2016) destacam sentimentos como: o sofrimento no trabalho (pelo excesso de tarefas não realizadas e a sensação de impotência); a corrosão da personalidade, pela imprevisibilidade da vida; a desmoralização pela ausência de vínculos coletivos; a depressão generalizada ao não se tornar um “campeão”; e a dessimbolização ao se relacionar com outros indivíduos como mercadorias que são descartáveis após o gozo.

Em síntese, toda a lógica do discurso da Uber e sua estratégia de remuneração dialogam diretamente com uma nova racionalidade neoliberal que imputa ao motorista ser o único responsável pelos seus erros e acertos, ganhos e derrotas, bem como torna o destino de cada indivíduo supostamente resultado único de suas ações e de sua capacidade de valorização do seu capital humano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O centro da nossa argumentação foi desenvolvido em quatro sessões sobre as facetas do controle da Uber, a saber: o controle da gestão do trabalho, o controle da multidão, o controle dos dados e o controle de si. Nesta última sessão, destacamos as intersecções entre essas diversas formas de controle, isso porque, essas quatro facetas não operam sozinhas, mas em conjunto no controle dos motoristas de aplicativo.

Em primeiro lugar, a gestão da força de trabalho (a partir de tarifas dinâmicas, da política de preços e das metas) são instrumentos que estimulam que o

motorista fique por horas atrás do volante, porém, isso é impulsionado pela construção simbólica da nova racionalidade neoliberal que impele ao controle de si como valor e que, conseqüentemente, legitima os riscos e o trabalho até a exaustão, porque é preciso a todo momento aumentar o desempenho e tentar ser o melhor.

Por outro lado, se o controle da multidão sustenta o sobre-trabalho pela sensação de estar sendo constantemente avaliado por consumidores vigilantes, o que retroalimenta o medo, a pressão psicológica e as barreiras à organização do trabalho; este controle, por sua vez, só é possível porque há uma intermediação tecnológica da plataforma que captura, armazena e processa uma enormidade de dados de avaliações de motoristas e passageiros.

Da mesma forma, a enormidade de dados sobre a mobilidade urbana de diversas cidades no mundo que depois podem ser comercializados com o poder público só existe porque há um conjunto de trabalhadores que dia e noite trafegam todos os cantos dessas cidades e são rastreados pelos sistemas de GPS da plataforma.

Em síntese, o que se procurou demonstrar neste artigo é que, a despeito da retórica de autonomia, a Uber como principal representante do trabalho uberizado é, na realidade, uma potente máquina de controle que vai para além das fronteiras da gestão do trabalho e atinge os comportamentos dos indivíduos e a própria subjetividade dos motoristas.

Uberization: the four facets of control

ABSTRACT

The uberization of work is another step in the process of deconfiguration of social pacts set up in the post-World War II Fordist period. The strategy of building partners rather than workers makes it possible for the company to outsource fixed capital costs to a multitude of precarious workers, as well as to escape responsibility for labor and social security rights. This article, built with an interdisciplinary perspective based on a bibliographical review on about control in application companies, analyzes this process based on its main name, Uber, discussing the various forms of control modulated by the company, namely: the control of work management, data control, crowd control and self-control.

KEYWORDS: labor, precarization, uberization, control, data.

NOTAS

NOTAS

¹ No Brasil, a Uber já está em mais de 100 cidades e com 600 mil “motoristas parceiros” (UBER, 2019). Pesquisa realizada pela Análise Econômica Consultoria aponta que, em maio de 2020, os trabalhadores de aplicativos somavam em torno de 4,7 milhões em todo o país (15% do mercado informal de trabalho).

² Como demonstram Franco e Ferraz (2018), a partir de Marx, a prestação de um serviço também é uma mercadoria. Neste sentido, a fórmula de produção do valor não é a mesma de uma produção industrial, isso porque, a fase M' é suspensa, dado que o consumo desta mercadoria é concomitante ao processo de produção (D-M-P-D') (FRANCO; FERRAZ, 2018).

³ Rachel Botsman, uma das principais vozes das plataformas, afirmou em um Ted Talk que: “em seu âmago, trata-se de empoderamento. Trata-se de empoderar as pessoas para que façam conexões significativas, conexões que estão nos habilitando a redescobrir atributos humanos que perdemos em algum lugar ao longo do caminho (BOTSMAN, 2012)”. A realidade de controle descrita nesse trabalho apresenta um quadro completamente distinto do pintado pela autora.

⁴ A Uber disponibiliza uma calculadora que estima o preço da viagem, mas, sem informar exatamente a base de cálculo. Disponível em: <<https://www.uber.com/br/pt-br/price-estimate/>>. Acesso em: 18/03/2021.

⁵ A apresentação da empresa sobre o formato de cálculo da tarifa pode ser vista no site da empresa. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/entenda-taxa-servico/>>. Acesso em: 18/03/2021.

⁶ Esse cenário é confirmado em survey realizado por Moraes, Oliveira e Acorsi (2019) com 100 motoristas de São Paulo que apontou que 51% deles dirigiam mais de 8 horas por dia e 73% dirigiam mais de 5 dias por semana.

⁷ Para a Uber, ela apenas calcula demandas reais do mercado, todavia, há inúmeros relatos de motoristas que receberam mensagens incentivando o trabalho no futuro (por exemplo, um final de semana que terá grandes eventos em uma cidade). Isso indica que a empresa não só retrata a realidade, mas também atua como controle da força de trabalho futura (ROSENBLAR; STARK, 2016).

⁸ Gerência que é completamente algorítmica, ou seja, o trabalhador não leva sua demanda a uma pessoa, mas na verdade a um sistema de informação que o responde a partir de respostas padrões que é programado para dar.

⁹ As taxas de cancelamentos são calculadas sobre a relação entre número de viagens canceladas/número de viagens aceitas nos últimos 30 dias. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/como-funciona-taxa-aceitacao-cancelamento/>>. Acesso em: 18/03/2021.

¹⁰ No caso da Uber passageiro e motorista ao final de uma viagem podem avaliar um ao outro com notas que variam de 0 a 5.

¹¹ Como apontam Huws, Spencer e Joyce (2016), essa nova conformação do controle gera, inclusive, impactos na saúde destes trabalhadores.

¹² Para Zuboff (2019, p. 82) o excedente comportamental é a base para uma nova forma de capitalismo: o capitalismo de vigilância. Isto é, empresas com o pioneirismo da Google passaram a captar, formar banco de dados e analisar o comportamento humano diretamente nas redes ou com o seu intermédio que são a base de um mercado de marketing digital, ou seja, com essas informações detalhadas do comportamento de um indivíduo ou de grupos as empresas como a

Google passam a vender anúncios parametrizados para pessoas que tenham maior chance de comprar aquele produto.

¹³ Relatório do Instituto de Engenheiros de Transportes (ITE) aponta que a Uber Moviment já foi contratada por cidades como Cincinnati e Seattle (ITE, 2019).

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, L. C. Uberização traz ao debate a relação entre precarização do trabalho e tecnologia. In: MACHADO, R. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, n. 503, ano XVII, p. 20-27, 2017.

ABILIO, L. C. Uberização: do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, vol. 18, nº 3, 2019.

ALVES, G. **Dimensões da Reestruturação Produtiva: ensaios de sociologia do trabalho**. Práxis, Londrina, 2.ed. 2007.

ANDERSON, P. Balanço do neoliberalismo. In: SADER, E & GENTILI, P. (orgs.) **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, p. 9-23, 1995.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. Boitempo Editorial, São Paulo, 1.ed. 2018.

ANTUNES, R; FILGUEIRAS, V. Plataformas digitais, Uberização do trabalho e regulação no Capitalismo contemporâneo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 27-43, abr./jul. 2020.

BARBOSA, H. B. **Relações de trabalho e novas tecnologias: um estudo sobre os motoristas do aplicativo Uber em João Pessoa**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

BOTSMAN, R. **The currency of the new economy is trust**. Palestra proferida no TEDGlobal 2012, Edinburgh (Escócia), junho 2012. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust>. Acesso em: 21/08/2019.

BRANCO, P. M. C.; COMARU, F. A.; JARD DA SILVA, S. Uberização e Covid-19: esgarçando as contradições do trabalho no século XXI. **Norus - Novos Rumos Sociológicos**, 8, p. 116-135, 2020.

BRAGA, R. **A Rebelia do Precariado**. Boitempo Editorial: São Paulo, 2017.

CARDOSO, A.C.M. *et al.* O trabalho nas plataformas digitais: narrativas contrapostas de autonomia, subordinação, liberdade e dependência. **Revista Valore**, Volta Redonda, 5 (edição especial), p.206-230, 2020.

COULDRY, N; MEJIAS, U. A. Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject. **Television & New Media**, 20(4), p. 336-349, 2019.

DARDOT, P; LAVAL, C. A fábrica do sujeito neoliberal. In ____ **A Nova Razão de Mundo**. São Paulo, Boitempo, p. pp. 321-376, 2016.

DEDECCA, C. S.; ROSANDISKI, E. N. Recuperação econômica e a geração de empregos formais. **Parcerias Estratégicas**, v. 11, n. 22, 2006.

DELEUZE, G. **Conversações, 1972-1990**. São Paulo: Ed. 34, 1992.

FRANCO, D. S.; FERRAZ, D. L. S. Uberização do trabalho e acumulação capitalista. **Cad. EBAPE.BR**, v. 17, Edição Especial, Rio de Janeiro, nov, p. 844-856, 2019.

FOUCAULT, M. Classe del 14 de Febrero de 1979 e Classe del 14 de Marzo de 1979. In_ **Nacimiento de la Biopolítica**: curso em el Collège de France (1978-1979). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, p. 155-187, 2007.

GE, Y. *et. Al.* Racial and Gender Discrimination in Transportation Network Companies. **Working Paper**, v. 22776. National Bureau Of Economic Research. Cambridge, 2016.

GERMANO, F. Apps punem motorista que cancela corrida quando vê o passageiro? **Tilt Uol**, 23/05/2019 – Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/05/23/o-motorista-pode-cancelar-entenda-as-regras-das-corridas-nos-apps.htm>>. Acesso em: 22/06/2020.

GIG – A uberização do trabalho. Direção: Carlos Juliano Barros, Caue Angeli, Maurício Monteiro Filho. Produção de Carlos Juliano Barros. Brasil, 2019.

ITE – Institute of Transportation Engineers-. **A Case Study on Speed Data using Uber Movement Speeds**. Nova York, 2019.

LÓPEZ-RUIZ, O. O consumo como investimento: a teoria do capital humano e o capital humano como *ethos*. **Mediações**, Londrina, v. 14, n. 02, p. 217-230, jul. / dez. 2009. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/4515/3843>>. Acesso em 24/01/2023.

HUWS, U.; SPENCER, N. H.; JOYCE, S. **Crowdwork in Europe. Preliminary results from a survey in the UK, Sweden, Germany, Austria and the Netherlands**. First draft report to FEPS/UNI-Europa from Hertfordshire Business School. December, 2016.

KEMMELMEIER, C. S. Plataformas digitais de trabalho on demand e direito à saúde. In: FELICIANO, G. G; G, MISKULIN A. P. S. C. **Infoproletários e a Uberização do Trabalho**. LTr, São Paulo, 2019.

MARX, K. O salário por peça. In_ **O Capital, Livro 1**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013 [1867].

MORAES, R. B. S.; OLIVEIRA, M. A. G.; ACCORSI, A. Uberização Do Trabalho: A Percepção Dos Motoristas De Transporte Particular Por Aplicativo. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**, 6 (03), p. 647-81, 2019.

OITAVEN, J. C. C. **Empresas de transporte, plataformas digitais e a relação de emprego: um estudo do trabalho subordinado sob aplicativos.** Brasília: Ministério Público do Trabalho, 2018.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. **Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo 2021: El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo.** Oficina Internacional del Trabajo – Ginebra, 2021

ROSENBLAT, A.; STARK, L. Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers. **International Journal of Communication**, [S.l.], v. 10, p. 27, jul. 2016.

SCHOLZ, T. **Uberworked and underpaid.** Cambridge: Polity Press, 2016.

SLEE, T. **Uberização: a nova onda do trabalho precário.** São Paulo: Editora Elefante, 2017.

SRNICEK, N. **Platform Capitalism.** Cambridge: Polity Press, 2017.

SUMARES, G. Uber poderá mostrar propagandas a usuários durante as viagens. **Olhar Digital**, 30/09/2016. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/uber-podera-mostrar-propagandas-a-usuarios-durante-as-viagens/62644>>. Acesso em 18/06/2020.

UBER. Faça viagens pela Uber no caminho até seu destino. **UBER blog**, 27/06/2017. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/faca-viagens-pela-uber-caminho-ate-seu-destino/>>. Acesso em 21/01/2020.

UBER. Sistema de Avaliações Uber: como as estrelas, notas e elogios ajudam a manter a qualidade da Uber. **UBER blog**, 09/11/2018a. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/sistema-de-avaliacoes-uber/>>. Acesso em 19/06/2020.

UBER. Sua nota vale mais do que 5 estrelas? Confira as vantagens do Clube 6 Estrelas da Uber. **Uber blog**, 24/10/2018b. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/sua-nota-vale-mais-do-que-5-estrelas-confira-as-vantagens-do-clube-6-estrelas-da-uber/>>. Acesso em: 17/07/2020.

UBER. Fatos e dados sobre a UBER. **Uber Newsroom**, 01/05/2019. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>>. Acesso em 12/06/2019.

ZARAFIAN, P. Engajamento subjetivo, disciplina e controle. **Novos Estudos Cebrap**, v. 64, São Paulo, 2002.

ZUBOFF, S. **The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power.** Profile Books, 2019.

Recebido: 24/10/2021

Aprovado: 21/03/2023

DOI: 10.3895/rts.v19n56.14849

Como citar:

BRANCO, P. M. C.; DA SILVA, S. J. Uberização: as quatro facetas do controle. **Rev. Technol. Soc.**, Curitiba, v. 19, n. 56, p.303-318, abr./jun., 2023. Disponível em: <https://periodicos.utfr.edu.br/arts/article/view/14849>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

