

# Relações de comunicação entre organizações e trabalhadores no contexto da plataformização do trabalho

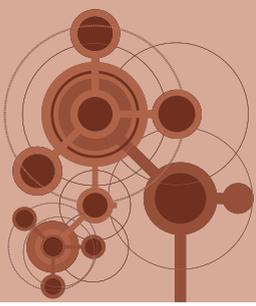
Communication relationships between organizations and workers in the context of the platformization of work

Relaciones de comunicación entre organizaciones y trabajadores en el contexto de plataformización de trabajo



## Claudia Nociolini Rebechi

- Doutora e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).
- Professora do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).
- Pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP e do CNPq e do Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Relações de Gênero e Tecnologia (GeTec-UTFPR/CNPq).
- E-mail: [claudiarebechi@utfpr.edu.br](mailto:claudiarebechi@utfpr.edu.br)



## Resumo

O objetivo deste artigo é problematizar a comunicação no contexto da plataformização do trabalho, considerando que a lógica de gestão e organização do trabalho mediado por plataformas digitais exige pensarmos e compreendermos as relações de comunicação entre organizações e trabalhadores sob um prisma próprio, que mobiliza simultaneamente velhos e novos elementos do mundo do trabalho no capitalismo contemporâneo. Em termos de método, a discussão apresentada é composta por revisão bibliográfica e dados secundários de pesquisas realizadas com trabalhadores.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO E TRABALHO • PLATAFORMIZAÇÃO • DO TRABALHO • PLATAFORMAS DIGITAIS.

## Abstract

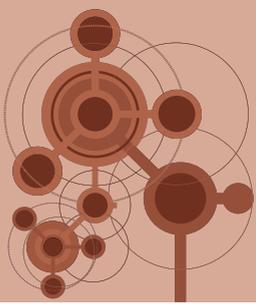
This article aims to problematize the communication in the context of the platformization of work, considering that the logic of management and organization of work mediated by digital platforms requires us to think and understand the communication relationships between organizations and workers under a particular prism, which simultaneously mobilizes old and new elements of the world of work in contemporary capitalism. In terms of method, the discussion presented comprises a literature review and secondary data from research carried out with workers.

KEYWORDS: COMMUNICATION AND WORK • PLATFORMING OF WORK • DIGITAL PLATFORMS.

## Resumen

El objetivo de este artículo es problematizar la comunicación en el contexto de la plataformización del trabajo, considerando que la lógica de gestión y organización del trabajo mediado por plataformas digitales requiere pensar y comprender las relaciones comunicacionales entre organizaciones y trabajadores desde un prisma particular, que moviliza simultáneamente viejos y nuevos elementos del mundo del trabajo en el capitalismo contemporáneo. En cuanto al método, la discusión se centra en una revisión de la literatura y datos secundarios de investigaciones realizadas con trabajadores.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN Y TRABAJO • PLATAFORMIZACIÓN • DE TRABAJO • PLATAFORMAS DIGITALES.



## INTRODUÇÃO

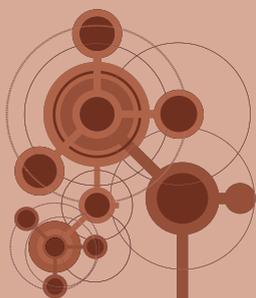
As relações de comunicação entre organizações e trabalhadores são constituídas, em grande medida, pelas lógicas de gestão e organização do trabalho desenvolvidas ao longo de momentos históricos decisivos do avanço do capitalismo. No século XX, destacaram-se o taylorismo, o fordismo e o *toyotismo*, os quais mobilizaram técnicas e princípios basilares de determinadas formas de trabalhar.

Os fundamentos do taylorismo e do fordismo são considerados edificadores das bases da Organização Científica do Trabalho, tornando-se a filosofia de racionalização do trabalho predominante durante grande parte do século passado (Desmarez, 1986). O taylorismo e o fordismo, segundo o sociólogo Ricardo Antunes (1999), criaram um modelo produtivo assumido pela indústria e pelo setor de serviços, e estabeleceu, entre outros aspectos, clara divisão de tarefas, forte hierarquização de autoridade, linha rígida de produção, produção em série e repetição de atividades na realização do trabalho dentro de um tempo reduzido. A principal ideia do sistema taylorista-fordista, conforme explica o estudioso Geraldo Augusto Pinto (2010), é de simplificação do processo e da atividade de trabalho. Os trabalhadores, nesse caso, são desestimulados a entenderem a integralidade do processo de trabalho e a desenvolverem sua ação criativa. A lógica de gestão e organização do trabalho do taylorismo e do fordismo se apresentou pouco valorizadora da especificidade humana na realização do trabalho e ignorou o ponto de vista do trabalhador diante desse processo. Isso significa que seus conhecimentos, sua interação intelectual com o trabalho e suas experiências foram menosprezados.

Nesse contexto histórico de estabelecimento e difusão dos fundamentos da Organização Científica do Trabalho (primeira metade do século XX), pode-se dizer que a comunicação ainda não tinha explicitamente uma função produtiva na gestão do trabalho em organizações – em especial, as empresariais –, tal como se verifica atualmente. Porém, em apoio à lógica de racionalização do trabalho, o uso da comunicação com base nos preceitos de relações públicas já se apresentava como uma forma conveniente de controle social das relações entre trabalhadores e o comando das empresas. O ditame da harmonização das relações entre a empresa e seus “públicos” mostrou-se adequado à ideia de ocultação das tensões sociais no ambiente de trabalho, difundida pelo discurso da racionalização (Rebecchi, 2014).

Nas últimas décadas do século XX, outra lógica de gestão e organização do trabalho, o *toyotismo*, ganhou predominância em sociedades capitalistas e industrializadas para dar conta das necessidades de um padrão produtivo mais flexível do setor de serviços em expansão à época. Os fundamentos do sistema taylorista-fordista não foram totalmente abandonados, mas, a partir dos anos 1970, em países desenvolvidos e, mais tarde, em países periféricos como o Brasil, foram assumidos dois principais eixos de mudança com o *toyotismo*, referentes ao processo de produção (gestão de estoques e de fluxos, circulação de informações, logística, mobilização de coletivos de trabalho etc.) e aos princípios orientadores da atividade de trabalho (flexibilidade, integração, coordenação, polivalência etc.) (Antunes, 1999; 2005; Coriat, 1994). Nessa nova configuração de relações produtivas, em que se observa a crescente automatização das empresas, o saber dos funcionários começava a ser alvo de interesse das gerências. Se o taylorismo e o fordismo concebiam a separação rígida entre a elaboração e a execução do trabalho, o *toyotismo*, por outro lado, incentivava os trabalhadores a interferirem no processo produtivo para que fossem mais proativos e apresentassem sugestões para aprimorar o funcionamento da empresa.

Tendo isso em vista, a comunicação começou a ganhar importância para as estratégias gerenciais em busca de maior produtividade. As exigências de cooperação e de flexibilidade do modelo de organização e gestão do trabalho *toyotista* obrigaram os trabalhadores a mobilizar de maneira intensa seus saberes e sua inteligência a favor das tarefas e das metas impostas pelas gerências. A comunicação e o acesso à informação tornaram-se elementos valiosos nessa configuração atualizada dos modos de trabalhar. Pensando nisso, a socióloga do trabalho Danièle Linhart (2007) considera que a comunicação é



mobilizada de modo a incorporar a subjetividade do trabalhador à racionalidade da empresa. Ou seja, a comunicação ganha importância em meio à tentativa de controle do engajamento e da subjetividade dos trabalhadores por parte do comando e da gerência das organizações.

Ainda sob as principais bases do *toyotismo*, um novo modelo de gestão e organização do trabalho, dependente do desenvolvimento e do uso de tecnologias da informação e da comunicação, surge ao longo das primeiras duas décadas do século XXI.

Trata-se do trabalho mediado por plataformas digitais, ou "trabalho de plataforma" (Van Doorn, 2017), e do fenômeno conhecido como plataformação do trabalho (Casilli, 2019). Estamos falando, segundo ambos os autores, de um contexto com três aspectos fundamentais. Primeiramente, ele tem se constituído por distintos tipos de trabalho, atrelados aos mais diversos negócios das empresas proprietárias de plataformas digitais, as chamadas empresas de plataforma: realização de serviços para pessoas; produção de conteúdo; classificação e gerenciamento de informações e dados. Uma segunda característica desse contexto se refere ao funcionamento das plataformas digitais, construídas sob o propósito de interligar trabalhadores (aqueles que realizam a atividade de trabalho) e clientes (aqueles que contratam e pagam pelo serviço realizado). O terceiro aspecto fundamental diz respeito às formas de controle inerentes à lógica de organização e gestão do trabalho assumidas pelas empresas de plataforma, as quais aprofundam a precarização da atividade humana de trabalho em meio à reorganização do próprio capitalismo.

Diante desse cenário, o objetivo deste artigo é problematizar a comunicação no contexto da plataformação do trabalho, considerando que a lógica de gestão e organização do trabalho mediado por plataformas exige pensarmos e compreendermos as relações de comunicação entre organizações e trabalhadores, sob um prisma próprio que mobiliza, simultaneamente, velhos e novos elementos do mundo do trabalho no capitalismo contemporâneo.

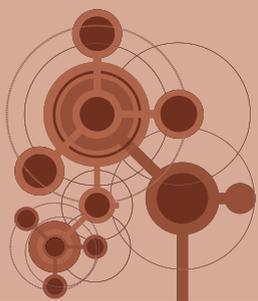
Com base em um percurso metodológico composto por revisão bibliográfica e dados secundários de pesquisas realizadas com trabalhadores, este artigo se divide em duas partes: 1. compreensão de aspectos relevantes do contexto da plataformação do trabalho e 2. discussão quanto aos usos e prescrições da comunicação, relacionados à lógica de gestão e organização do trabalho mediado por plataformas digitais.

## ASPECTOS RELEVANTES DO CONTEXTO DA PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO

É difícil ter uma ideia exata do número de trabalhadores e ocupações profissionais ligados às plataformas digitais no Brasil com base em estatísticas oficiais apresentadas por institutos de pesquisa. No entanto, Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva, afirmou recentemente que já existem 34 milhões de brasileiros e brasileiras realizando atividades de trabalho mediadas por plataformas digitais, com o uso de aplicativos desenvolvidos por empresas (Cunha, 2022).

Estamos tratando de uma classe trabalhadora heterogênea: motoristas, motofretistas (conhecidos também como entregadores), manicures, designers, trabalhadoras/es do setor de limpeza, cuidadoras/es, jornalistas e outros profissionais da área da comunicação, médicas/os, professoras/es etc. A depender do modelo de negócio e do setor de atuação da empresa de plataforma, diversas são as atividades de trabalho que podem ser demandadas. Tendo isso em vista, tais atividades são um aspecto importante para a classificação de plataformas digitais de trabalho.

Por exemplo, podemos observar a existência de plataformas desenvolvidas exclusivamente para mediar as atividades de trabalho de entrega, de transporte de passageiros e de trabalho de cuidado. Ao mesmo tempo, é importante observar que cada tipo de trabalho mediado por plataforma está atrelado a outros aspectos relevantes que constituem o fenômeno da



plataformização do trabalho, tais como: condições de trabalho, processos de produção, formas de controle do trabalho, conhecimento e qualificação profissional dos trabalhadores, gênero, raça e território, além de outros aspectos fundamentais de ordens econômica, política, cultural e social.

As tipologias de plataformas digitais têm sido tema de pesquisa de diversos estudiosos, em países desenvolvidos e em desenvolvimento, e diferentes propostas de classificação já foram apresentadas. A partir de uma revisão bibliográfica de algumas das propostas mais difundidas internacionalmente, Rafael Grohmann (2020) sugere três tipos de plataformas digitais de trabalho, levando em consideração a realidade brasileira: 1. plataformas que exigem uma localização específica ao trabalhador, a exemplo daquelas ligadas às atividades de entrega e de transporte de passageiros; 2. plataformas de microtrabalho ou *crowdwork*, cuja atividade de trabalho se refere, geralmente, ao treinamento de dados para alimentar a chamada Inteligência Artificial (IA); e 3. Plataformas *freelance*, *cloudwork* ou de macrotrabalho, que envolvem atividades de trabalho com as mais diversas tarefas, desde programação até passeio com animais.

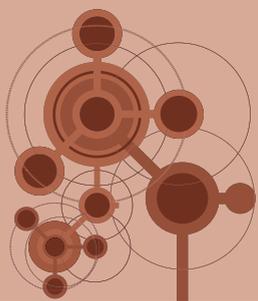
Vale dizer que as tentativas de classificação das plataformas digitais de trabalho são sempre revistas pelos estudiosos e por novas pesquisas, haja vista a atuação dinâmica das empresas que desenvolvem as plataformas, o surgimento de novas tecnologias de comunicação e informação e seus usos e as transformações contínuas do mundo do trabalho.

Também empenhada em compreender o contexto da plataformização do trabalho, a Organização Internacional do Trabalho (ILO, 2021) nos instigou com uma outra recente proposta de tipologias das plataformas digitais de trabalho: *online web-based platforms* e *location-based platforms*.

A primeira tipologia (*online web-based platforms*) refere-se às plataformas baseadas na rede, ou seja, aquelas que não exigem que os trabalhadores estejam em um local específico para a realização do trabalho demandado pelo cliente; o trabalho, nesse caso, é realizado de modo remoto. Nessa classificação estão abarcadas: 1. as plataformas de *freelancers* que oferecem atividades como tradução, serviços financeiros, serviços jurídicos, análise de dados, design etc.; 2. as plataformas baseadas em concursos, ou seja, aquelas especializadas na organização de concursos competitivos de design com os trabalhadores cadastrados, a fim de fornecer serviços e produtos criativos e artísticos, como design gráfico, aos clientes; 3. as plataformas de programação competitivas, nas quais desenvolvedores e programadores de software competem entre si, dentro de um tempo estipulado, para fornecer soluções de negócios e pesquisas relacionadas à IA, análise de dados, desenvolvimento de softwares e outras tarefas técnicas – ao final da competição, os vencedores são escolhidos pelos clientes; 4. as plataformas de microtarefas, especializadas em tarefas de curta duração, como: transcrever um vídeo curto, verificar entradas de dados, adicionar palavras-chave para classificar um produto e alimentar recursos de IA e o aprendizado de máquinas ou até mesmo tarefas relacionadas ao acesso a conteúdos (por exemplo, visitar sites para aumentar o tráfego). As empresas proprietárias dessa categoria de plataforma digital têm mais facilidade em terceirizar tarefas para trabalhadores de diferentes países a um custo reduzido e com mais rapidez do que no modelo de terceirização tradicional.

O segundo tipo de plataforma digital de trabalho (*location-based platforms*) sugerido pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) (International Labour Organization, 2021) engloba aquelas plataformas que oferecem atividades de trabalho totalmente dependentes da localização dos trabalhadores. Nesse caso, a classificação relaciona-se diretamente às plataformas que oferecem atividades de transporte de passageiros, de entrega de produtos e mercadorias e de serviços domésticos.

Vale notar que as *location-based platforms* são as mais conhecidas e estudadas no Brasil, principalmente por serem pioneiras no país, oferecendo serviços de entrega de produtos e mercadorias e de transporte de passageiros; atividades de alta demanda pelos consumidores brasileiros; por fim, as empresas proprietárias desse tipo de plataforma de trabalho são as que mais investem na divulgação de sua marca no país, do ponto de vista mercadológico e institucional, em comparação a outras possíveis categorias de plataformas.



Outra característica que faz desse tipo de plataforma muito conhecida diz respeito às precárias condições de trabalho às quais os trabalhadores são submetidos. Excessivas jornadas de trabalho, baixa remuneração, adoecimento físico e mental, desrespeito aos direitos regulamentados pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e falta de suporte da empresa de plataforma para a resolução de problemas enfrentados cotidianamente pelos trabalhadores são alguns dos componentes da precarização do trabalho mediado pelas plataformas digitais. Pesquisas brasileiras recentes têm exposto essas questões, a exemplo da pesquisa conduzida em 2020 pelo Grupo de Trabalho Digital (Abílio et al., 2020), no âmbito da Rede de Estudos e Monitoramento Interdisciplinar da Reforma Trabalhista (Remir); e da pesquisa realizada em 2021 por pesquisadores do Observatório Social do Brasil, ligado à Universidade de Brasília (UnB) e à Universidade Federal da Paraíba (UFPB), dentro de um projeto de cooperação entre a Central Única dos Trabalhadores (CUT) e a OIT (Condições..., 2021).

Outra investigação em andamento que tem levantado dados importantes para a compreensão do contexto da plataformização do trabalho em vários países do mundo, inclusive no Brasil (Rebechi; Figaro; Salvagni; Marques, 2021), é a pesquisa do projeto Fairwork (2020; 2022), cuja coordenação geral é de responsabilidade da Universidade de Oxford. Seu principal propósito é levantar e analisar informações que possam pressionar as empresas de plataforma a melhorarem as condições gerais de trabalho mediado por plataformas digitais. Nesse sentido, o projeto Fairwork está baseado em cinco princípios do trabalho justo, considerando inicialmente os parâmetros estabelecidos pela OIT: remuneração justa, contratos justos, representação justa, condições justas e gestão justa.

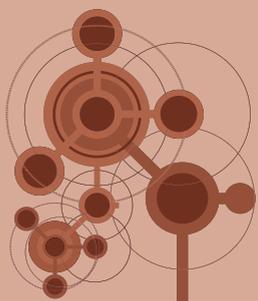
A implementação da plataformização do trabalho no Brasil está atrelada ao processo mais conhecido como *uberização* do trabalho, no qual, conforme argumenta Antunes (2020, p.11): “as relações de trabalho são crescentemente individualizadas e invisibilizadas, assumindo, assim, a aparência de ‘prestação de serviços’ na era digital e obliterando as relações de assalariamento e de exploração do trabalho”. As empresas de plataforma se aproveitam da configuração do mundo do trabalho brasileiro, marcado há décadas pela expansão da informalização do trabalho, do trabalho terceirizado, da flexibilização das leis trabalhistas, do alto nível de desemprego e por profundas desigualdades sociais e econômicas que fazem parte da vida de grande parte da população brasileira.

Tendo isso em vista, a estudiosa Ludmila Costhek Abílio (2020, p.113) explica que o fenômeno da *uberização* do trabalho não pode ser compreendido exclusivamente a partir “das inovações tecnológicas que hoje culminam nas plataformas digitais como um poderoso instrumento de reorganização do trabalho”, mas também como parte integrante de transformações impulsionadas por formas de organização do trabalho que já estavam em desenvolvimento anteriormente, a exemplo do *toyotismo*. A autora explica que a dispersão do trabalho e a centralização do controle – elementos centrais da lógica de gestão e organização do trabalho *toyotista* – também são aspectos importantes na constituição da lógica do trabalho mediado por plataformas digitais.

## PROBLEMATIZAÇÕES DE COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO DA PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO

Os estudiosos Mark Graham e Mohammad Amir Anwar (2020) lembram que, tradicionalmente, o trabalho tem sido relacionado a um local específico, pois a maior parte das suas atividades – até então, conhecidas e realizadas em sociedades industriais e capitalistas – requeriam “que os trabalhadores estivessem fisicamente próximos ao objeto ou ao resultado de seu trabalho” (Graham; Anwar, 2020, p.47).

O trabalho nas fábricas, nos escritórios comerciais, nas escolas e o trabalho doméstico são alguns dos exemplos que nos remetem a um local determinado. No entanto, o avanço no desenvolvimento e nos usos de tecnologias da comunicação e da informação nos processos produtivos alteraram em grande medida essa relação entre trabalho e local/lugar.



Conforme já indicamos anteriormente, o trabalho mediado por plataformas digitais pode ser realizado com a exigência de o trabalhador estar em um local específico ou não. O trabalho do motorista e do entregador, que utilizam aplicativos e dependem das plataformas para conseguir uma “corrida”, é baseado em um lugar específico tal como uma cidade ou um bairro.

Por outro lado, um trabalhador brasileiro *freelancer* da área de design, por exemplo, pode ter seu serviço contratado por uma agência de comunicação em Nova York, a partir do gerenciamento algorítmico de uma plataforma digital, à qual o trabalhador se vinculou, colocando sua força de trabalho à disposição. Graham e Anwar (2020, p.49) resumem bem essa situação ao afirmarem que “para muitos tipos de trabalho de serviços, a geografia tornou-se menos aderente”.

É claro que o/a trabalhador/a sempre está em algum lugar para realizar a sua atividade de trabalho, mas não necessariamente estará nas dependências físicas de uma organização ou empresa. Ele/a pode realizar seu trabalho mediado por uma plataforma em sua própria residência ou em qualquer outro local que desejar e/ou em que tiver condições e instrumentos apropriados para realizar as tarefas exigidas.

Isso significa que as relações de comunicação entre organizações e trabalhadores também se modificaram, colocando em xeque, inclusive, a própria definição originária de *comunicação interna*, ainda frequentemente assumida por alguns estudiosos e profissionais interessados no tema. Trata-se de uma denominação inicialmente criada para tentar sistematizar como se configuram as relações comunicacionais das organizações com os indivíduos que atuam no seu espaço físico. A delimitação espacial é propositadamente instituída nessa categorização por meio da palavra “interna”, que nos remete à ideia daquilo que está dentro de algo. Desse modo, presume-se que a intenção seria tentar entender e explicar como se dão os processos comunicacionais envolvendo a organização e aqueles que exercem atividades no seu interior, especialmente seus empregados.

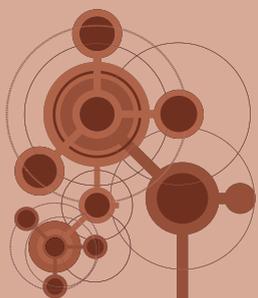
Vale lembrar que Torquato (1986, p.50), na segunda metade do século XX, já tratava a comunicação por meio de duas categorias: comunicação interna e comunicação externa, entendendo que a primeira “é integrada pelas comunicações que se processam no interior do sistema organizacional”, ou seja: “são as comunicações elaboradas para o construto da consciência coletiva, no sentido etimológico do termo, que servem para edificar as decisões do ambiente interno, e que se destinam aos que trabalham na organização”.

Considerando os aspectos do trabalho mediado por plataformas digitais aqui explicados, a terminologia comunicação interna e seu significado original são passíveis de questionamento, não sendo pertinentes para uma compreensão adequada sobre as relações de comunicação entre trabalhadores e empresas de plataforma.

No contexto da platformização do trabalho, onde seria o *ambiente interno* dessas organizações? O motorista trabalha dentro de um carro e depende das instruções de um aplicativo; o entregador trabalha dirigindo uma motocicleta ou uma bicicleta e também precisa se basear nas orientações dadas pelo aplicativo para realizar a sua tarefa; o *freelancer* de design que mora no Brasil, trabalha na sua casa ou em algum espaço de coworking e provavelmente nunca vai estar nas dependências físicas da agência nova-iorquina que contratou seu serviço.

Inclusive, a proximidade física entre trabalhadores e chefias não é necessária para a organização e o gerenciamento do trabalho mediado por plataformas digitais, seja ele vinculado às *online web-based platforms* ou às *location-based platforms*.

Abílio (2020b) explica que o controle e a subordinação do trabalho no contexto da uberização estão submetidos a um gerenciamento algorítmico comandado pelas empresas proprietárias das plataformas digitais. Combinações diversas de algoritmos determinam as tarefas dos trabalhadores, seu tempo de realização, sua remuneração e sua avaliação, por exemplo. Ou seja, determinadas atividades de organização e gestão do trabalho que tradicionalmente têm sido realizadas por gerentes



nas empresas foram automatizadas. Ao mesmo tempo, a pesquisadora argumenta que a forma de controle, gerenciamento e organização do trabalho atualmente em curso não pode ser compreendida como simplesmente um resultado das inovações tecnológicas vinculadas às plataformas digitais (Abílio, 2020b).

Em complemento ao que já indicamos antes sobre a ideia de uberização (que, de algum modo, ajuda a entendermos o contexto de plataformação do trabalho, sobretudo em países periféricos como o Brasil), a questão sobre a transferência de parte da administração do trabalho para os próprios trabalhadores (Abílio, 2020a) também é importante para compreendermos o trabalho mediado por plataformas digitais. Nesse caso, o gerenciamento do trabalho pelo trabalhador, segundo a pesquisadora, significa assumir os riscos e os custos da realização das atividades de trabalho e, mais do que isso, a responsabilidade pela administração da própria produtividade: “longe da figura de um empreendedor, o que vemos em ato, na uberização, é a consolidação do trabalhador como um autogerente inteiramente subordinado” (Abílio, 2020a, p.123). O controle do processo e do resultado do trabalho, ao mesmo tempo, está permanentemente sob a vigilância da empresa de plataforma.

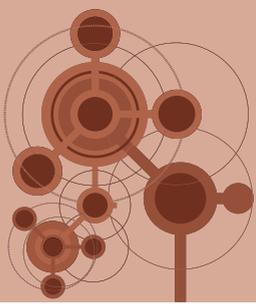
A comunicação nesse processo de controle, organização e gerenciamento do trabalho mediado por plataformas digitais é mobilizada, em grande medida, para constituir e difundir prescrições que guiam a realização das tarefas, os comportamentos dos trabalhadores e suas formas de compreender o trabalho. Como exemplo disso, sabe-se que as narrativas das plataformas digitais de trabalho procuram convencer o/a trabalhador/a de que ele/a não é alguém que trabalha para a empresa, mas sim um/a *parceiro/a* dela. De acordo com essa lógica, a empresa coloca-se somente no papel de uma provedora dos meios de realização dos serviços oferecidos por terceiros a partir das plataformas digitais e dos aplicativos criados por elas. Autonomia e flexibilidade ao trabalhador para a realização de seu trabalho são promessas fundadoras dos discursos das empresas de plataforma. Porém, não é necessariamente isso que se observa nas relações entre as empresas e os trabalhadores.

Vale e Rebechi (2021) mostraram isso em seu estudo sobre as prescrições difundidas por uma determinada plataforma digital de contratação de trabalho doméstico de diaristas, indicando que são muitas as exigências às trabalhadoras, como: proibição do uso do celular durante o trabalho, exceto para consultar o suporte do aplicativo vinculado à plataforma digital (a orientação da empresa, aliás, é que a trabalhadora olhe o aplicativo ao menos quatro vezes durante o dia de trabalho); permissão de apenas um atraso com mais de 15 minutos e dois atrasos de até 15 minutos por mês, com cobrança de taxas das trabalhadoras se houver outros atrasos; proibição à profissional de ir embora antes do tempo contratado, mesmo que ela já tenha terminado as tarefas anteriormente acordadas com o cliente.

As relações de comunicação entre as empresas de plataforma, suas plataformas digitais e os trabalhadores também são marcadas pelo monopólio de informações e pelo poder que essas organizações têm sobre o processo de trabalho, causando o que Rosenblat e Stark (2016) chamam de *assimetria de informação* na gestão algorítmica do trabalho. Sob essa égide, as empresas de plataforma não se empenham em estabelecer e manter formas de comunicação com os trabalhadores, dificultando que consigam informações necessárias e suficientes para a realização de sua atividade e de suas tarefas. A autonomia dos trabalhadores na gestão de seu próprio trabalho, portanto, fica reduzida (Rebechi; Baptistella, 2022).

A pesquisa de mestrado de Camilla Baptistella (2021), realizada com trabalhadores da região sul do Brasil que, à época, trabalhavam com entregas de mercadorias e produtos sob o comando da plataforma iFood, evidenciou uma relação precária de comunicação entre a empresa e os trabalhadores. Os depoimentos dos trabalhadores entrevistados revelaram que o chat disponibilizado pela plataforma durante a realização de uma entrega e a possibilidade de abertura de uma chamada pelo aplicativo eram as únicas formas factíveis de interagir com a empresa.

A falta de interação com seres humanos representantes da empresa prejudica muito a realização concreta e cotidiana do trabalho, conforme explicado pelos trabalhadores entrevistados na pesquisa. A automatização da interlocução no processo



de trabalho plataformizado, com base no uso de um aplicativo, muitas vezes impossibilita que os entregadores consigam expressar suas dificuldades e receber orientações adequadas da empresa para a solução de problemas que surgem durante a realização da atividade de entrega. Ou seja, o fator humano das relações de comunicação se mostra fundamental para os trabalhadores. Eles conseguem compreender, de algum modo, que interlocução com a empresa de plataforma seria mais adequada se pudessem interagir com pessoas e não com dispositivos e recursos tecnológicos que oferecem respostas automáticas às suas dúvidas no trabalho.

É importante destacar que a pesquisa empírica desenvolvida por Baptistella (2021) indicou, também, que os entregadores encontraram no site Reclame Aqui<sup>1</sup> uma forma de se comunicar com a plataforma iFood a fim de conseguirem, mesmo que parcialmente, a interlocução necessária, que não é provida pelos meios de comunicação oficiais da empresa. Os trabalhadores explicaram que, quando utilizam o site, apresentando insatisfações sobre a plataforma, algum representante da empresa entra em contato com eles. Em suma, os resultados dessa pesquisa ajudam na compreensão sobre a assimetria das relações de comunicação no contexto do trabalho mediado por plataformas digitais (Rebechi; Baptistella, 2022).

As investigações do projeto Fairwork em vários países também têm evidenciado relações de comunicação no trabalho que não atendem às necessidades e aos interesses dos trabalhadores vinculados às plataformas digitais. No caso do Brasil, a equipe tem mostrado que “há insatisfações dos trabalhadores no que diz respeito ao suporte que a empresa oferece no caso de necessidade de resolução rápida de problemas com a atividade de trabalho” (Rebechi; Figaro; Salvagni; Marques, 2021, p.9). Os trabalhadores entrevistados reclamam do pouco e infrutífero contato direto com a empresa de plataforma, e canais de comunicação como o 0800, chats via aplicativo e os atendimentos presenciais nos reduzidos escritórios comerciais<sup>2</sup> não os ajudam.

O princípio de gestão justa mobilizado pela proposta do projeto exige que as empresas de plataforma estabeleçam formas e canais de comunicação para que os trabalhadores sejam ouvidos e, inclusive, possam questionar e apelar no que diz respeito às decisões por parte da empresa que os prejudiquem, como punições disciplinares e bloqueios de acesso ao aplicativo (Fairwork, 2020; 2022). No entanto, o que se tem percebido, em geral, é que os trabalhadores dificilmente conseguem ter suas explicações e argumentos ouvidos e discutidos a fim de obter uma compreensão das decisões tomadas pelas empresas de plataforma que interferem no seu trabalho. Além disso, eles não têm acesso aos dados que embasam o gerenciamento algorítmico do seu trabalho, tornando-os ainda mais subordinados à lógica de exploração do trabalho mediado por plataformas digitais.

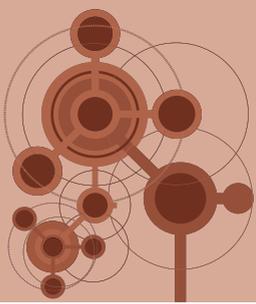
## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do desenvolvimento deste artigo procuramos tratar, mesmo que de modo inicial, da comunicação e seus usos no contexto da plataformização do trabalho, levando em consideração a lógica de controle, organização e gestão do trabalho mobilizada pelas empresas de plataforma e suas plataformas digitais. Trata-se de uma discussão que pretende contribuir para refletirmos criticamente sobre as relações de comunicação entre organizações e trabalhadores no cenário do capitalismo contemporâneo.

Nos apoiamos em dados secundários de pesquisas com trabalhadores e em bibliografias que, recentemente, têm participado do debate crítico sobre comunicação e trabalho em diálogo com questões de tecnologia e sociedade. Esses estudos demonstram que a tecnologia e seus usos na organização e gestão do trabalho não são neutros, embora as empresas de plataforma queiram convencer a todos do contrário por meio de seus discursos e estratégias de comunicação.

<sup>1</sup> Disponível em: <https://bit.ly/3GeE8uw>. Acesso em: 24 maio 2022.

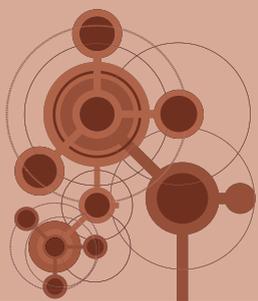
<sup>2</sup> Vale dizer que o atendimento presencial nos escritórios comerciais das empresas de plataforma foi interrompido no Brasil durante boa parte da pandemia da covid-19.



Vale ressaltar que também é necessário estudarmos a comunicação e seus usos nas formas de organização dos trabalhadores vinculados às plataformas digitais. Rafael Grohmann (2021) tem chamado a atenção para a importância da comunicação nas formações coletivas e associações de trabalhadores, sindicatos e, em especial, nas cooperativas de plataforma. As resistências articuladas pelos trabalhadores às formas de controle e opressão nas relações de trabalho sempre existiram, desde o surgimento do processo de industrialização, e se renovam continuamente, como é possível observar com o processo de plataformação do trabalho. Entretanto, se muitas são as formas de tentar controlar o trabalho, criadas e renovadas pelo capitalismo, muitas e variadas também são as formas de resistência pensadas e colocadas em prática pelos trabalhadores, seja individual ou coletivamente.

## REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, Ludmila Costhek *et al.* Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a covid-19. *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano*, Campinas, v.3, p.1-21, 2020.
- ABÍLIO, Ludmila Costhek. Uberização: a era do trabalhador just-in-time? *Estudos Avançados*, São Paulo, v.34, n.98, p.111-126, 2020b.
- ABÍLIO, Ludmila Costhek. Uberização: gerenciamento e controle dos trabalhadores *just-in-time*. In: ANTUNES, Ricardo (org.). *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. São Paulo: Boitempo, 2020a. p.111-124.
- ANTUNES, Ricardo. *O caracol e sua concha*: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2005.
- ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho*: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 1999.
- ANTUNES, Ricardo. Trabalho intermitente e uberização do trabalho no limiar da indústria 4.0. In: ANTUNES, Ricardo (org.). *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. São Paulo: Boitempo, 2020. p.11-22.
- BAPTISTELLA, Camilla V. *Pra quem tem fome*: vigilância e controle algorítmicos no processo de trabalho de um aplicativo de entrega em Curitiba. 2021. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2021.
- CASILLI, Antonio. *En attendant les robots*: enquête sur le travail du clic. Paris: Seuil, 2019.
- CONDIÇÕES de trabalho, direitos e diálogo social para trabalhadoras e trabalhadores do setor de entrega por aplicativo em Brasília e Recife. São Paulo: Central Única dos Trabalhadores, 2021.
- CORIAT, Benjamin. *Pensar pelo avesso*: o modelo japonês de trabalho e organização. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ: Revan, 1994.
- CUNHA, Joana. O que segura entregador de app em casa é preço da gasolina e não ômicron, diz especialista. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 15 jan. 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3Gf5Abl>. Acesso em: 8 maio 2022.
- DESMAREZ, Pierre. *La sociologie industrielle aux États-Unis*. Paris: Armand Colin, 1986.
- FAIRWORK. *Fairwork Brasil 2021*: por trabalho decente na economia de plataformas. Porto Alegre: Fairwork, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3a6JGv0>. Acesso em: 8 maio 2022.



FAIRWORK. *Relatório anual Fairwork 2020*. Oxford: Fairwork, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3lGeo00>. Acesso em: 9 abr. 2021.

GRAHAM, Mark; ANWAR, Amir M. Trabalho digital. In: ANTUNES, Ricardo (org.). *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. São Paulo: Boitempo, 2020. p.47-58.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: características e alternativas. In: ANTUNES, Ricardo (org.). *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. São Paulo: Boitempo, 2020. p.93-110.

GROHMANN, Rafael. Trabalho digital: o papel organizador da comunicação. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v.18, n.51, p.166-185, 2021.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. *World employment and social outlook 2021: the role of digital labour platforms in transforming the world of work*. Geneva: ILO, 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3PCght3>. Acesso em: 23 jan. 2022.

LINHART, Danièle. *A desmedida do capital*. São Paulo: Boitempo, 2007.

PINTO, Geraldo A. *A organização do trabalho no século 20: taylorismo, fordismo e toyotismo*. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

REBECHI, Claudia N. *Prescrições de comunicação e racionalização do trabalho: os ditames de relações públicas em diálogo com o discurso do IDORT (anos 1930-1960)*. 2014. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

REBECHI, Claudia N.; BAPTISTELLA, Camilla. O trabalho mediado por plataformas digitais e assimetrias nas relações de comunicação. *Katálysis*, Florianópolis, v.25, n.1, p.83-92, 2022.

REBECHI, Claudia N.; FIGARO, Roseli; SALVAGNI, Julice; MARQUES, Ana F. Controvérsias entre os princípios do trabalho justo e a uberização do trabalho de entregadores no contexto da pandemia de covid-19. In: ENCONTRO NACIONAL DA ABET, 17., 2021, Uberlândia. *Anais [...]*. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2021.

ROSENBLAT, Alex; STARK, Luke. Algorithmic labor and information asymmetries: a case study of Uber's drivers. *International Journal of Communication*, Los Angeles, v.10, p.3758-3784, 2016.

TORQUATO, Gaudêncio. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas*. 2.ed. São Paulo: Summus, 1986.

VALE, Gabriel; REBECHI, Claudia N. Uberização do trabalho doméstico remunerado: formas prescritivas de trabalho na plataforma Donamaid. In: ENCONTRO NACIONAL DA ABET, 17., 2021, Uberlândia. *Anais [...]*. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2021.

VAN DOORN, Niels. Platform labor: on the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the 'on-demand' economy. *Information, Communication & Society*, [S.l.] v.20, n.6, p.898-914, 2017.