

## **Trabalho Digital: o papel organizador da comunicação**

---

### **Digital Labor: the organizing role of communication**

---

Rafael Grohmann<sup>1</sup>

**Resumo:** *O artigo lança bases teóricas para entender a área de trabalho digital desde a comunicação. Para isso, discute o processo de plataformação do trabalho para além da chamada “uberização” e com clivagens de raça, gênero, frações de classe e território. Considera as plataformas como meios de produção e comunicação, com lógicas de interações e processos produtivos desde suas arquiteturas. Assim, trata do papel da comunicação como organizadora do trabalho digital tanto no controle e gestão do trabalho nas plataformas quanto nas possibilidades de organização dos trabalhadores, seja em associações, sindicatos, cooperativas de plataformas ou arranjos mais informais.*

**Palavras-chave:** *Trabalho digital; plataformação do trabalho; organização de trabalhadores em plataformas.*

**Abstract:** *The paper aims to theorize on digital labor from communication point of view. Thus, it discusses the platformization of labor beyond the so-called “uberization” and with race, gender, class and territory perspectives. It considers platforms as means of production and communication, with logics of interactions and productive processes since their designs. The article discusses, then, the role of communication as an organizer of digital labor both in the control and management of work on platforms and in the possibilities of organizing workers, whether in associations, unions, platform cooperatives or more informal arrangements.*

**Keywords:** *Digital labor; platformization of labor; workers’ organization in platforms.*

1 Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). São Leopoldo, RS, Brasil.  
<https://orcid.org/0000-0003-1063-8668>. E-mail: [rafael-ng@uol.com.br](mailto:rafael-ng@uol.com.br)

## Introdução

Desde o início da década de 2010, vários pesquisadores têm debatido as interfaces entre tecnologias digitais e mundo do trabalho a partir da alcunha “trabalho digital”. Um marco é a publicação da coletânea *Digital Labor*, por Scholz (2012). Podemos dizer que entre 2012 e 2016 houve uma primeira fase de estudos sobre trabalho digital, como os de Fuchs (2014) e Huws (2014), com predomínio da discussão sobre trabalho gratuito/não pago (*free labor*) dos usuários nas plataformas digitais<sup>2</sup>.

A partir de 2016, com a ascensão de plataformas de trabalho como Uber ao redor do mundo, os debates se deslocam para a chamada “uberização do trabalho”, envolvendo temas como capitalismo e cooperativismo de plataforma, trabalho humano e inteligência artificial, dataficação e trabalho, regulação do trabalho em plataformas. Alguns exemplos são as pesquisas de Casilli (2019), Gray e Suri (2019), Roberts (2019) e Cant (2019).

Trabalho digital refere-se a uma área de estudos e não a um conceito, pois a atividade de trabalho é sempre humana. Como um guarda-chuva, abarca pesquisas de diversos campos, como sociologia, direito, economia, geografia, psicologia, urbanismo e ciência da informação, além da comunicação. Mas o que todas essas discussões têm a ver com comunicação? O que há de comunicacional no trabalho digital?

O tema do trabalho aparece muitas vezes como matéria estrangeira na área, principalmente quando as pesquisas não tratam especificamente do trabalho dos comunicadores, a despeito dos esforços de Mosco (2011) e Figaro (2018), por exemplo, que mostram as inter-relações entre processos de trabalho e comunicação. Compreendemos a comunicação como um lugar de articulação e reorganização de saberes (SODRÉ, 2014), um local de encontro e “comum epistemológico”, no sentido de abarcar não somente um “desentranhar o comunicacional” dos objetos, mas todas as suas “impurezas” e rebarbas vindas de outros espaços epistêmicos.

2 Com o qual concordamos com os argumentos de Huws (2014), tal qual explicitamos em Grohmann (2016).

ARTIGO

Isso porque, em vez de definir *a priori* o que seria específica e estritamente comunicacional, interessaria à comunicação – no que se refere especificamente à questão do trabalho – não somente o trabalho dos profissionais de comunicação ou os processos comunicacionais no mundo do trabalho, mas “tudo o que vem junto” com isso, tais como controle e gerenciamento do trabalho, organização coletiva dos trabalhadores, identidade, regulação do trabalho em plataformas digitais, entre outros.

Saber dessas “impurezas” epistemológicas, porém, não isenta de pensar que a comunicação<sup>3</sup> ocupa um papel nos processos que envolvem a área de trabalho digital, sendo este o objetivo do presente artigo<sup>4</sup>, no sentido de lançar bases teóricas para uma agenda de pesquisa sobre o tema na área. Consideramos que a comunicação atua como organizadora do trabalho a partir do processo de plataformização do trabalho – para além da chamada “uberização” – e da compreensão das plataformas como meios de produção e comunicação, com lógicas entranhadas em suas infraestruturas digitais. O texto, então, analisa o papel da comunicação tanto no controle e na gestão do trabalho quanto nas possibilidades de organização coletiva dos trabalhadores, seja em sindicatos e associações ou no cooperativismo de plataforma, ou ainda em interações informais, como coletividades emergentes.

## Plataformização do trabalho

Plataformas são infraestruturas digitais alimentadas por dados, organizadas por algoritmos e formalizadas por relações de propriedade (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; SRNICEK, 2016). Assim como quaisquer tecnologias, apresentam valores e normas inscritas em seus desenhos e interfaces, podendo apresentar mecanismos de discriminação

3 Em pesquisa no Google Acadêmico (dezembro/2019) por digital labor e digital labour, o periódico que mais vezes aparece entre os dez mais citados é da comunicação: New Media & Society, com quatro menções.

4 Este é um artigo teórico à luz de pesquisa empírica – realizada entre setembro de 2019 e fevereiro de 2020 – em incursões do pesquisador na plataforma Discord (especificamente nos canais Means.TV, Co-op Mode e Game Workers Unite), em páginas de Facebook de associações e sindicatos e entrevistas com sindicatos e cooperativas de plataformas.

de raça, gênero e classe (NOBLE, 2018). Enquanto infraestruturas digitais, são, portanto, meios e infraestruturas de comunicação (COULDRY, 2019).

Há materialidades que envolvem as plataformas, no sentido de que dependem da extração de recursos naturais e físicos e são transformadas em artefatos por meio de cadeias de produção (MURDOCK, 2018). Essas materialidades das plataformas servem para pensá-las tanto em relação a processos de trabalho e ao meio ambiente quanto às próprias interfaces das plataformas – enquanto *medium* – no que tange a possibilidades e limites (ou *affordances*) que se inscrevem em suas arquiteturas. As infraestruturas das plataformas são condições básicas para o cenário do trabalho digital, “providenciando as bases técnicas para novas organizações do trabalho” (WOODCOCK; GRAHAM, 2019, p. 20). Isso significa compreender circuitos de trabalho em seus diferentes momentos e articulações.

O contexto atual das relações entre trabalho e tecnologias digitais é marcado pela plataformização do trabalho, entendida como a crescente dependência de plataformas digitais para exercer atividades de trabalho. Em texto anterior (GROHMANN, 2020b), discutimos os mecanismos da plataformização que afetam o mundo do trabalho. De modo panorâmico, há dimensões contextuais que envolvem a financeirização e o rentismo – “a internet dos senhores de terra” (SADOWSKI, 2020), a extração de dados e a dataficação, e a racionalidade empreendedora neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016), como sustentáculos deste processo. Com isso, ressaltamos que a plataformização é a materialização ou concretização de processos anteriores já existentes, que se apresentam intensificados, não puramente como resultados de processos tecnológicos (embora também com eles), mas de outras dimensões existentes.

Nesse contexto, falar em plataformização do trabalho é, por um lado, compreender as atividades de trabalho mediadas por plataformas digitais – que podemos sintetizar como trabalho em plataformas ou trabalho plataformizado – o que significa depender, em menor ou maior grau, de mediações algorítmicas e os modos de circulação de dados, que estão

envoltos nos processos produtivos e comunicacionais das plataformas. As materialidades das plataformas são a interface mais visível (e amigável) para processos de extração de dados e vigilância de consumidores e trabalhadores das plataformas. Nesse sentido, as próprias empresas proprietárias das plataformas executam o que Couldry e Mejias (2019) chamam de “trabalho vigiado” a partir desses mecanismos rentistas de extração de valor por meio das plataformas (SADOWSKI, 2020).

Neste cenário, as mais diferentes atividades de trabalho – encanador, faxineiro, *designer* e programador – passam a depender cada vez mais das infraestruturas digitais e suas lógicas, de modo que a plataformização tende à generalização para todas as atividades de trabalho, seja no trabalho remoto ou nas ruas das cidades. Contudo, isso não significa que o processo aconteça do mesmo jeito para todos os trabalhadores ou para todas as plataformas. Isso se deve, por um lado, a uma multiplicidade de plataformas e, por outro, diversidade de perfis de trabalhadores, que possuem maior ou menor dependência de infraestruturas digitais – e seus mecanismos – com diferentes formas de extração de valor pelas plataformas. Por isso argumentamos que o termo plataformização do trabalho é uma chave explicativa que permite compreender os distintos processos de extração de valor e situações de trabalho envoltos nas relações de diferentes trabalhadores com uma multiplicidade de plataformas que não atuam do mesmo modo.

A partir das discussões sobre tipologias de plataformas de trabalho em Schmidt (2017) e Woodcock e Graham (2019), consideramos três tipos principais: a) plataformas com base em localização de trabalhadores e consumidores, tais como entregas de pessoas (Uber, 99, Cabify) ou coisas (os chamados aplicativos de delivery, como iFood e Rappi), sendo os trabalhadores chamados, respectivamente, de motoristas e entregadores; b) plataformas de microtrabalho, chamadas também de *crowdwork*, cuja principal função dos trabalhadores é treinar dados para inteligência artificial, tais como Amazon Mechanical Turk, Appen e Lionbridge; c) plataformas de trabalho *freelancer*, desde trabalho doméstico até atividades de *design* e programação, tais como GetNinjas, Helpie e 99Designs.

As duas últimas categorias não dependem necessariamente da localização de trabalhadores e clientes.

Os trabalhadores das diferentes plataformas apresentam clivagens de gênero, raça e frações de classe (VAN DOORN, 2017), a depender das plataformas e localização. Mulheres, por exemplo, estão mais presentes em plataformas de trabalho doméstico (HARTMANN *et al.*, 2019). Em São Paulo, 71% dos entregadores de *delivery* são negros (ALIANÇA BIKE, 2019). Como podemos ver, a plataformização do trabalho atravessa diferentes sujeitos sociais de múltiplas maneiras, sem se configurar como um processo homogêneo. São distintas situações de trabalho e são entrecortadas por esses marcadores sociais de desigualdades e diferenças, embora o controle algorítmico se coloque como algo neutro, objetivo e acima das interseccionalidades (BUCHER, 2017).

O território é outro marcador central para situar as atividades de trabalho em plataformas digitais. Cant (2019), por exemplo, mostra como o trabalho nas plataformas é marcado também pelo trabalho migrante. Trabalhadores de países não anglófonos e que dominam a língua inglesa têm mais propensão a trabalhar em plataformas globais de microtrabalho (CASILLI, 2019).

Para além disso, há uma geopolítica do trabalho digital (GRAHAM; ANWAR, 2019), com empresas em geral do Norte contratando mão de obra de todas as partes do mundo, inclusive do Sul Global. O *Online Labour Index*, da Universidade de Oxford, mostra a oferta e a demanda de mão de obra em plataformas *freelancers* por países e ocupações. Em 3 de fevereiro de 2020, o índice aponta que 61,2% dos empregadores são dos Estados Unidos e a maioria dos trabalhadores é da Ásia<sup>5</sup>.

Há características distintas de mercado de trabalho, a depender da região. No Norte Global, a chamada *gig economy* – termo que consideramos, no mínimo, incorreto para explicar nosso cenário<sup>6</sup> – é

5 Ainda segundo o *Online Labour Index*, as três principais atividades de brasileiros nas plataformas de *freelancers* ocorrem nas áreas de multimídia e “criatividade”, desenvolvimento de *softwares* e tecnologias, traduções e transcrições.

6 A história da economia brasileira é uma grande *gig economy*, no sentido literal do termo, de modo que não há novidade nenhuma no *gig*, mas, de fato, na subordinação às plataformas digitais e os seus mecanismos. No início, considerávamos o Brasil ou a América Latina uma

historicamente a exceção, enquanto no Sul a informalidade e a precariedade<sup>7</sup> se configuram como regra e norma histórica<sup>8</sup>, como algo permanente dos trabalhadores dos países, como atestam Abílio (2020) no Brasil e Soriano e Cabañes (2020) nas Filipinas. Para Abílio (2020), há uma monopolização e apropriação produtiva do viver periférico por parte das empresas das plataformas, a partir de suas próprias lógicas.

Com isso, há um espraiamento dos modos de viver das periferias por todas as partes do mundo, gerando mecanismos de dependência e subordinação. Há diferentes formas de expropriação de valor nas plataformas digitais a partir de gênero, raça, classe e território. Desta forma, a plataformização do trabalho e o trabalho em plataformas não acontecem no vazio ou como algo abstrato, mas a partir de condições materiais concretas.

### **Plataformas como meios de comunicação e meios de produção**

As dinâmicas contextuais e sociais das plataformas são uma antessala para compreendê-las como meios – de produção e comunicação, que engendram lógicas de trabalho e interação desde os seus *designs*, abastecidas com produção de dados. Como afirma Williams (2011, p. 69), os meios de comunicação “não são apenas formas, mas meios de produção, uma vez que a comunicação e seus meios materiais são intrínsecos a todas as formas distintamente humanas de trabalho e de organização social”.

A visão de Williams (2011) revela não só a imbricação da tecnologia com processos produtivos (VIEIRA PINTO, 2005), mas como a própria

---

exceção. Após experiências em projetos internacionais sobre trabalho em plataformas, nossa posição é a de que *gig economy* é um termo especificamente europeu-estadunidense que procura se universalizar, enquanto a maioria dos países do mundo vive um processo semelhante ao Brasil.

7 Se, por um lado, há proximidades no trabalho das plataformas nas várias partes do mundo, por outro, há questões que nos aproximam mais de países da Ásia e da África (WOOD; LEHDON-VIRTA; GRAHAM, 2018).

8 Isso significa, por um lado, não abandonar termos como precarização e flexibilização, mas, por outro, não tomá-los da mesma forma que autores do Norte, pois os cenários são distintos.

comunicação é produção. Assim, a plataformização do trabalho significa não só a dependência de infraestruturas digitais e suas *affordances*, mas também o crescente papel da comunicação como organizadora dos processos de trabalho.

Consideramos a comunicação como um braço organizador e mobilizador do trabalho nas plataformas digitais, como o centro de disputas no mundo do trabalho, envolvendo tanto as lógicas de controle e gestão quanto as de resistência e organização dos trabalhadores. Por um lado, a comunicação envolve custos relacionados a infraestruturas relacionais e à própria organização política (SCHRADIE, 2019). Por outro, a própria comunicação auxilia a organizar os próprios fazeres sociais e políticos.

Fenton (2016) e Schradie (2019) lembram como as formas organizacionais são políticas e como a infraestrutura organizacional tem um papel preponderante no ativismo digital. Lembramos que a comunicação também se relaciona mutuamente à própria organização do trabalho – e, sendo assim, também tem seus próprios custos. Mobiliza e faz circular determinados processos produtivos, usos das plataformas e sentidos em detrimento de outros, também cumprindo papel na circulação do capital, acelerando os processos e diminuindo os tempos de rotação<sup>9</sup> (GROHMANN, 2020a).

Os discursos que as empresas mobilizam para sua promoção, no intuito de se mostrarem “inovadoras” e “disruptivas”, passam pelo papel da comunicação como organizadora da racionalidade neoliberal em contextos digitais. Os discursos dominantes das plataformas são os de que elas promovem o desenvolvimento econômico e dá oportunidades aos trabalhadores. Isso também passa por estratégias comunicacionais que invisibilizam o papel do trabalhador ou dão a impressão de que eles fazem parte de uma “força de trabalho global”. Alguns exemplos são de *slogans* de plataformas de microtrabalho, como Amazon Mechanical Turk (“inteligência artificial artificial”) e ClickWorker (“sua mão de obra virtual sob demanda. Por todo o mundo”).

9 No caso de plataformas que envolvem transporte, há uma combinação do que Marx (2011) considerava o ápice da circulação do capital – o entrecruzamento de meios de transporte e meios de comunicação.

As empresas das plataformas engendram formas de controle e gestão – inclusive algorítmica (MÖHLMANN; ZALMANSON, 2017) – a partir do papel da comunicação nas plataformas. Os mecanismos de vigilância, coleta e extração de dados, assim como o controle espacial e temporal, se dão a partir das dinâmicas das plataformas como meios de comunicação e produção (COULDRY; MEJIAS, 2019), efetivando-se no próprio consumo (como processo comunicacional) das plataformas, seja como “cliente” – nomenclatura comumente usada pelas empresas de plataformas – ou “trabalhador”.

Isto é, o consumo das plataformas – como meios de produção e comunicação – é a realização do processo de plataformização do trabalho e suas dinâmicas, o que significa que a plataformização é, ao mesmo tempo, dataficação (COULDRY; MEJIAS, 2019) da produção e do consumo: “Rappi coleta tantos dados que faz olhos de investidores brilharem” (UOL TILT, 16/02/2020). O rastreamento dos espaços urbanos e das práticas de consumo, com suas mediações algorítmicas, se relacionam às próprias atividades de trabalho nas plataformas.

As interfaces das plataformas são desenhadas para que os trabalhadores conversem com os consumidores – e sejam avaliados por eles, como mostram Antunes e Filgueiras (2020), Amorim e Moda (2020) e Englert, Woodcock e Cant (2020). Seja em plataformas que exigem localização específica (como Uber ou iFood) ou de microtrabalho (como Mechanical Turk), o cliente/consumidor é uma figura difícil de ser contestada pelo trabalhador. Há ainda o imaginário (BUCHER, 2017) do que seria o “chefe” algoritmo, sempre inacessível e invisível: “meu chefe é um aplicativo” (POIER, 2018).

A gamificação (vista de cima, como argumentam Woodcock e Johnson, 2018) também é um mecanismo, ao mesmo tempo de controle e gestão, das plataformas como meios de comunicação e produção no sentido de uma “imposição de sistemas de regulação, vigilância e padronização” (WOODCOCK; JOHNSON, 2018, p. 2) como reforço do trabalho, isto é, como “técnica de governamentalidade” (DARDOT; LAVAL, 2016). É a cristalização dos processos comunicacionais na

gestão do trabalho, tomando o jogo a partir da ótica da racionalidade empreendedora – algo que já acontecia dentro das próprias empresas em uma lógica de *reality shows* e se atualiza com as plataformas. Alguns exemplos são: “faltam somente três corridas para você bater a meta” e “você está no nível *baby*. Faltam cinco tarefas para você chegar ao próximo nível”.

Os sistemas de avaliação – de clientes e trabalhadores – como ranqueamento podem ser descritos como o maior exemplo da cristalização da lógica do game como gestão e controle das plataformas e da tecnologia avaliativa (DARDOT; LAVAL, 2016) como mecanismo de vigilância dos trabalhadores. No mesmo sentido, os meios também são desenhados para que os trabalhadores não se comuniquem entre si pelas plataformas e não possam se achar em meio ao *crowdwork*. Isso mostra os valores e normas inscritos nas plataformas (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018) e sua própria organização enquanto forma política.

## **A comunicação na organização dos trabalhadores das plataformas**

A comunicação, enquanto lugar de disputas e circulação de sentidos (GROHMANN, 2016), não serve somente para organização e circulação do capital, mas também possibilita brechas e frestas para circulação do comum, sem idealismos, nos limites do próprio capital (HARVEY, 2018). Desta forma, os processos comunicacionais também auxiliam na organização dos trabalhadores envolvidos em plataformas digitais, seja em formações coletivas, associações e sindicatos ou em organizações a partir do prisma da autogestão, como o cooperativismo de plataforma (SCHOLZ, 2017).

Neilson (2018), Cohen e De Peuter (2018) e Woodcock (2020) apontam para uma nova onda de sindicalização de trabalhadores de tecnologias, *games* e jornalismo, respectivamente. Em um cenário onde profissionais do Google e Amazon estão se reconhecendo como trabalhadores – diante das pressões relacionadas às condições de trabalho – e

buscando se sindicalizar, a Kickstarter, maior plataforma de financiamento coletivo, foi a primeira grande empresa de tecnologia a ter um sindicato. Além de melhores condições de trabalho, eles reivindicam políticas de diversidade e inclusão e mais voz e participação nas tomadas de decisão da empresa.

Especificamente na área da comunicação, podemos destacar os seguintes sindicatos: Writers Guild of America East, nos Estados Unidos, que reúne trabalhadores de VICE, Vox, The Intercept, MTV, HuffPost, Gizmodo e Fast Company e o sindicato dos trabalhadores do BuzzFeed nos Estados Unidos (Buzzfeed News Union), no contexto da emergência de sindicatos de trabalhadores de outras iniciativas em plataformas digitais, como The Union e Pitchfork.

Na área de games, o Game Workers Unite não é exatamente um sindicato, mas um movimento e uma organização internacional que tem o objetivo de sindicalizar a indústria de videogames. Está presente em 12 países e é formado por pessoas sem experiência no sindicalismo tradicional, o que mostra, para Woodcock (2020), que: a) nenhum trabalhador é inorganizável; b) o fato de os trabalhadores não estarem ainda organizados não significa dizer que não há resistência ou potencialidade de organização; c) parece emergir novas formas de organização coletiva de trabalhadores, com outras lógicas. Conforme Woodcock (2020, p. 6), “os sindicatos existentes precisam estar preparados para aprender a partir das experiências desses trabalhadores, adaptando seus métodos e formas organizacionais para encontrar novas possibilidades”.

Outro exemplo é o sindicato dos Youtubers, formado na Alemanha. Ele se filiou ao maior sindicato alemão, IG Metall, e exige da plataforma, entre outras coisas, maior transparência nos algoritmos e nos critérios para desmonetização dos vídeos. De acordo com Jörg Sprave, em entrevista ao pesquisador<sup>10</sup>, “os sindicatos ‘digitais’ precisam operar como um movimento sem obrigações para os operadores. Nós não sabemos de onde vem nossos membros – se eles decidirem não nos contar, nunca saberemos”. Sprave considera que os maiores desafios para organização

10 Entrevista realizada por e-mail dia 29 de outubro de 2019.

dos trabalhadores são jurídicos e geopolíticos – considerando que uma plataforma como o Youtube não está presente em um só país<sup>11</sup>.

Os trabalhadores de plataformas de transporte também têm formado associações e sindicatos ao redor do mundo. Em janeiro de 2020, houve a primeira convenção internacional de organizações de motoristas de aplicativos, com participação de 23 países. Da América Latina, participaram Brasil, Argentina, Chile, Uruguai, Panamá e Costa Rica. A partir da reunião, houve a fundação da International Alliance of App-Based Transport Workers (IAATW). No Brasil já há associações desse tipo nos estados de Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Maranhão, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Brasília, todos com páginas de Facebook ativas. As greves de entregadores em julho de 2020 também são um exemplo dessas solidariedades emergentes, também recheadas de contradições, como é próprio da luta política.

A organização coletiva dos trabalhadores também passa pelas tentativas de construir formas cooperativistas e de autogestão das plataformas digitais<sup>12</sup>, desde as iniciativas que reproduzem certo “empreendedorismo ativista” (SANDOVAL, 2019) até possibilidades mais “radicais” (SANDOVAL, 2017; FENTON, 2016). O ponto é não tentar reproduzir os mecanismos de gestão e organização das plataformas de trabalho capitalistas. O atual diretório do cooperativismo de plataforma apresenta 297 iniciativas<sup>13</sup>, que podem ser de trabalhadores, consumidores ou *multi-stakeholders*. Essas experiências passam por cooperativas de serviço de nuvem (Collective Tools, da Suécia), plataformas de *streaming* de áudio e de fotografos. Há também uma plataforma de *streaming* audiovisual com conteúdo anticapitalista a partir de cooperativa de produtores audiovisuais, a Means TV, lançada em fevereiro de 2020. Isso significa combater o modo dominante generalizado de plataformização

11 Não é o intuito deste artigo aprofundar as entrevistas que temos feito com sindicatos e cooperativas, que será tema de outro texto. Este trecho é um contexto para pensar o papel da comunicação na organização dos trabalhadores.

12 Algo já tratado por nós anteriormente (GROHMANN, 2018).

13 O diretório completo está disponível em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RQTMhPJVVdmE7YeopliwYhvj46kgvVJQnnl1EPCwzeY/edit#gid=674927682>. Acesso em: 22 fev. 2020.

do trabalho com a busca pela construção prefigurativa de plataformas com outras lógicas desde a organização do trabalho até o papel de algoritmos e dados, procurando estabelecer novos circuitos de produção e consumo, tanto do ponto de vista de mercadorias quanto de sentidos.

As experiências de organizações de trabalhadores em associações e cooperativas têm atraído crescente atenção de pesquisadores sobre trabalho digital (WOODCOCK; GRAHAM, 2019; CANT, 2019; CODAGNONE; KARATZOGIANNI; MATTHEWS, 2018; ENGLERT; WOODCOCK; CANT, 2020). Contudo, essa literatura tem abordado apenas pontualmente o papel da comunicação na organização dos trabalhadores das plataformas. Em parte, por ser originária de outras áreas que não a comunicação, acabam por tomá-la como ferramenta ou suporte, sem toda a sua complexidade. Defendemos que há a centralidade da comunicação na organização dos trabalhadores. Isso se dá pela impossibilidade de trabalhar sem comunicação (FIGARO, 2018) e, mais especificamente, no sentido de que a própria comunicação é um trabalho de organização.

Além da institucionalização da organização em associações ou cooperativas, há uma série de relações e processos de comunicação que se colocam como arranjos organizacionais, podendo ser mais informais, pontuais ou fortuitos. Isso pode ser tanto algo presencial, como os entregadores que interagem em pontos de encontro, quanto em plataformas digitais, com grupos em Facebook e WhatsApp, que têm tido um papel central na organização de trabalhadores. Segundo Wood, Lehdonvirta e Graham (2018), 58% dos trabalhadores de plataformas que não dependem de localização comunicam-se pelo menos uma vez *on-line* com outros trabalhadores. Isso é reforçado em um dos únicos momentos em que Woodcock e Graham (2019, p. 107) tratam da questão: “a comunicação é um importante passo rumo à resistência e à organização coletiva”.

Nesse contexto, os autores supracitados atestam que a comunicação digital é parte crucial do trabalho nas plataformas e salientam a importância de fóruns e plataformas digitais para compartilhar dicas e queixas

entre os trabalhadores, inclusive relacionadas à segurança – como o aplicativo rebU, que tem inclusive uma “câmera espiã”. Isso significa que eles procuram, de alguma forma, driblar as *affordances* das plataformas de trabalho em relação à comunicação entre os trabalhadores, considerando que a maioria delas foi desenhada para os trabalhadores conversarem com os consumidores, não entre si.

No caso de grupos de Facebook e WhatsApp, muito frequentes entre motoristas, entregadores e mesmo trabalhadores da Amazon Mechanical Turk no Brasil (MORESCHI; PEREIRA; COZMAN, 2020), há de se considerar as *affordances* dessas plataformas, no sentido de não serem neutras em relação à comunicação entre trabalhadores. Isto é, se por um lado há a facilitação para a comunicação horizontal entre eles, driblando limitações das plataformas de trabalho, por outro há a dependência de outras infraestruturas digitais e suas lógicas como meios de produção e comunicação, o que envolve dimensões midiáticas, políticas e econômicas. Isso significa também não “romantizar” o papel das plataformas digitais em relação à organização dos trabalhadores, no sentido de compreender as contradições de uma propalada “comunicação horizontal” e a dependência de recursos e infraestruturas materiais, como mostra Schradie (2019) em relação aos custos do ativismo digital.

Além do uso de plataformas digitais das Big Tech, há a criação de fóruns dos trabalhadores, como *TurkerNation* e *Turkopticon*, da Amazon Mechanical Turk (MILLAND *et al.*, 2015; IRANI; SILBERMAN, 2016). No caso do *Turkopticon*, Woodcock e Graham (2019) consideram que há, de fato, uma subversão das plataformas usadas no processo de trabalho. Nesses fóruns, os trabalhadores trocam informações sobre os clientes das plataformas – que podem se negar a pagar por tarefas. No *TurkerNation*, há um código de conduta tanto para os trabalhadores quanto para acadêmicos que queiram realizar pesquisas na Amazon Mechanical Turk (como mostram MORESCHI; PEREIRA; COZMAN, 2020).

Os códigos de conduta, que também aparecem no fórum organizado pelo Game Workers Unite, são a concretização discursiva de um acordo de organização entre os trabalhadores. No caso dos trabalhadores de *games*, isso envolve explicitar o propósito da organização, expectativas de comportamento na plataforma, comportamentos inaceitáveis e suas consequências e espaço para denúncias.

O Game Workers Unite executa o que Woodcock e Johnson (2018) chamam de “gamificação vinda de baixo”, que significa subverter as lógicas gamificadas da racionalidade neoliberal a partir da reapropriação de uma plataforma originalmente desenhada para a comunicação entre jogadores de *videogame* para fins de organização dos trabalhadores: a plataforma Discord. Woodcock (2020) compara a importância dessa plataforma para os trabalhadores de *games* à centralidade do WhatsApp para os motoristas de Uber. Nesta plataforma, há diferentes fóruns e *chats* entre os trabalhadores, divididos por seções: geral, organização, notícias e artigos, experiências e compartilhamentos, perguntas e dúvidas, e *off-topic*. Há ainda divisões por comitês (tradução, comunicação e organização) e por região, além de salas de reunião.

A plataforma Discord também é utilizada para comunicação e organização de cooperativas de plataformas, como a The Co-op Mode, de desenvolvedores de *games*, e da Means TV, de produtores de audiovisual. Nesses casos, segue uma lógica semelhante à empregada pelo Game Workers Unite, com espaços para a construção de projetos em conjunto (The Co-op Mode) e até criação de memes (Means TV). Uso semelhante foi identificado por Marques (2019) por jornalistas de mídias alternativas em relação ao Telegram para discussão e organização de conteúdo a ser publicado.

Contudo, nem todos os grupos de trabalhadores de plataformas se organizam por meio de plataformas gamificadas, como o Discord, como afirma Jörg Sprave, do sindicato dos *youtubers*: “tínhamos um servidor no Discord, mas paramos porque não usávamos muito. Escolhemos uma página do Facebook para nossa comunicação, que funciona bem”<sup>14</sup>. Para

14 Em entrevista por e-mail ao pesquisador no dia 29 de outubro de 2019.

Sprave, as *affordances* do Facebook propiciam uma “casa limpa” – em suas palavras. O central para ele é que “um sindicato digital precisa de uma plataforma e não pode ser operada sem uma casa digital”<sup>15</sup>.

Isso significa, de alguma forma, a necessidade do controle, ou, nas palavras de Cant (2019), uma expropriação das plataformas como meios de produção e comunicação pelos trabalhadores. No cooperativismo de plataforma, há a busca por criar suas próprias plataformas com lógicas que favoreçam a democracia no ambiente de trabalho e a não vigilância dos trabalhadores (SCHOLZ, 2017). Isto é, o desenho das plataformas como meios de produção e comunicação já é construído para a auto-gestão dos trabalhadores. Na Stocksy, cooperativa de fotógrafos, por exemplo, as próprias assembleias da cooperativa estão inseridas em uma plataforma. Um dos atributos deve-se justamente à criação de uma plataforma própria que possibilite autonomia aos trabalhadores.

A partir deste contexto, um dos desafios em relação à organização dos trabalhadores das plataformas relaciona-se às infraestruturas. Em entrevista ao pesquisador, Charles Anderson, da cooperativa de artes Other Fruit<sup>16</sup>, afirma que o futuro da organização dos trabalhadores em plataformas passa pela implantação de *blockchain*: “a implementação prática dessa tecnologia continua sendo uma curva de aprendizado contínua. Temos uma equipe de desenvolvedores e programadores que refinam constantemente a estrutura. Não seria exagero dizer que levou anos para compor uma arquitetura funcional própria da plataforma”. Enfrentar a questão infraestrutural em conjunto com outras cooperativas é algo que está em andamento. De acordo com Anderson<sup>17</sup>, “estamos desenvolvendo infraestruturas de plataformas cooperativas no mundo dos *eSports* para que participantes, de jogadores a editores, possam controlar seus próprios contratos, termos de participação, colaborações e, claro, lucros”.

15 Idem.

16 Entrevista realizada por e-mail no dia 31 de outubro de 2019.

17 Idem.

## Considerações finais

O que procuramos demonstrar ao longo do artigo foi a dimensão comunicacional da área de trabalho digital, lançando bases para uma agenda de pesquisa. Compreendidas como meios de produção e meios de comunicação, as plataformas sempre envolverão uma faceta comunicacional. Contudo, elas nunca agem sozinhas ou autonomamente, pois dependem de outros fatores. Apesar disso, a pesquisa em comunicação não deve esquecer esses fatores ditos “exógenos”, e, enfim, assumir seu lugar de articulação de saberes.

A partir de teorizações e alguns exemplos, argumentamos como a comunicação está presente tanto no controle e na gestão do trabalho por parte das plataformas – envolvendo gestão algorítmica, gamificação e sistemas de avaliação – quanto nas possibilidades de organização dos trabalhadores, seja em associações, sindicatos, cooperativas ou interações mais informais. A comunicação apresenta, pois, um papel de organização e mobilização do trabalho e dos trabalhadores em contextos digitais. Não há plataformização do trabalho sem comunicação.

Em todos os casos, há de se pensar dependências e contradições em relação às infraestruturas digitais, com suas possibilidades e seus limites, desde as interfaces até as mediações algorítmicas e dataficadas. Por apresentarem uma multiplicidade de lógicas de sentidos e extração de valor, defendemos a noção de plataformização do trabalho como materialização de processos já existentes e chave explicativa para compreender a diversidade de plataformas com diferentes situações de trabalho e distintas clivagens de gênero, raça, frações de classe e território, com uma geopolítica do trabalho digital.

As plataformas, de acordo com Cant (2019), podem ser encaradas como um laboratório da luta de classes. Entre as disputas que envolvem gestão e controle do trabalho e possibilidades de organização dos trabalhadores, há frestas e brechas no sentido de políticas prefigurativas (SANDOVAL, 2017), como tentativas de vislumbrar outros mundos possíveis para além de um realismo capitalista (FISHER, 2011). A

comunicação, então, auxilia na organização de experiências e laboratórios de trabalho digital.

## Referências

- ABILIO, L. Plataformas digitais e uberização: a globalização de um Sul administrado? *Contracampo*, v. 39, n. 1, 2020.
- ALIANÇA BIKE. *Entregadores ciclistas de aplicativos*. Relatório da Associação Brasileira do Setor de Bicicletas, 2019.
- AMORIM, H.; MODA, F. Trabalho por aplicativo: gerenciamento algorítmico e condições de trabalho dos motoristas da Uber. *Fronteiras*, v. 22, n. 1, 2020.
- ANTUNES, R.; FILGUEIRAS, V. Plataformas digitais, trabalho e (des)regulação no capitalismo contemporâneo. *Contracampo*, v. 39, n. 1, 2020.
- BUCHER, T. The Algorithmic Imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 1, 2017.
- CANT, C. *Riding for Deliveroo*. London: Polity, 2019.
- CASILLI, A. *En Attendant les Robots*. Paris: Seuil, 2019.
- CODAGNONE, C.; KARATZOGIANNI, A.; MATTHEWS, J. *Platform Economics*. London: Emerald, 2018.
- COHEN, N.; DE PEUTER, G. “I work at Vice Canada and I need a union”: organizing digital media. *Labour Under Attack*. Nova Escócia: Fernwood, 2018, p. 114-128.
- COULDRY, N. *Media: why it matters*. London: Polity, 2019.
- COULDRY, N.; MEJIAS, U. *The Costs of Connection*. Palo Alto: Stanford, 2019.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- ENGLERT, S.; WOODCOCK, J.; CANT, C. Digital workerism: technology, platforms and the circulation of workers’ struggles. *tripleC*, v. 18, n. 1, 2020.
- FENTON, N. *Digital, Political, Radical*. London: Polity, 2016.
- FIGARO, R. Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas. *Galáxia*, n. 39, 2018.
- FISHER, M. *Capitalist Realism*. Winchester: Zero Books, 2011.
- FUCHS, C. *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge, 2014.
- GRAHAM, M.; ANWAR, M. The Global Gig Economy: towards a planetary labour market? *First Monday*, v. 24, n. 4, 2019.
- GRAY, M.; SURI, S. *Ghost Work*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2019.
- GROHMANN, R. *As classes sociais na comunicação: sentidos teóricos do conceito*. Tese (Doutorado) – Ciências da Comunicação. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2016.
- GROHMANN, R. Cooperativismo de Plataforma e suas Contradições: análise de iniciativas da área de comunicação no Platform.Coop. *Liinc em Revista*, v. 14, n. 1, 2018.
- GROHMANN, R. A comunicação na circulação do capital em contexto de plataformização. *Liinc em Revista*, v. 16, n. 1, 2020a.
- GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. *Revista EPTIC*, v. 22, n. 1, 2020.

- HARTMANN, H. et al. *Women, Automation and the Future of Work*. London: IWPR, 2019.
- HARVEY, D. *A loucura da razão econômica*. São Paulo: Boitempo, 2018.
- HUWS, U. *Labor in the Global Digital Economy*. New York: Monthly Review Press, 2014.
- IRANI, L.; SILBERMAN, S. Stories we tell about labor: Turkooption and the trouble with “design”. *Anais SIGCHI*, 2016.
- MARQUES, A. *A redação virtual e as rotinas produtivas nos novos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. Mestrado (Ciências da Comunicação). São Paulo: ECA-USP, 2019.
- MARX, K. *Grundrisse*. São Paulo: Boitempo, 2011.
- MILLAND, K. et al. We are dynamo: overcoming stalling and friction in collective action for crowd workers. *Anais da 33<sup>rd</sup> ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. 2015.
- MÖHLMANN, M.; ZALMANSON, L. Hand on the Wheel: navigating algorithmic management and Uber drivers’ autonomy. *Anais da International Conference on Information Systems (ICIS 2017)*. Seul, 2017.
- MORESCHI, B.; PEREIRA, G.; COZMAN, F. The Brazilian workers in Amazon Mechanical Turk: dreams and realities of ghost workers. *Contracampo*, v. 39, n. 1, 2020.
- MOSCO, V. The Political Economy of Labor. In: WASCO, J. et al. (Org.). *The Handbook of Political Economy of Communications*. London: Wiley, 2011, p. 358-380.
- MURDOCK, G. Media Materialities: for a moral economy of machines. *Journal of Communication*, v. 68, n. 2, 2018.
- NEILSON, T. Unions in Digital Labour Studies: a review of information society and Marxist autonomist approaches. *tripleC*, v. 16, n. 2, 2018.
- NOBLE, S. *Algorithms of Oppression*. New York: NYU Press, 2018.
- POIER, S. My Boss is An App: an auto-ethnography on app-based gig economy. *Émulations*, n. 28, 2018.
- ROBERTS, S. *Behind the Screen*. New Haven: Yale University Press, 2019.
- ROSENBLAT, A.; STARK, L. Algorithmic labor and information asymmetries: a case study of Uber’s drivers. *International Journal of Communication*, v. 10, 2016.
- SADOWSKI, J. The internet of the landlords: digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism. *Antipode*, v. 52, n. 2, 2020.
- SANDOVAL, M. Enfrentando a precariedade com cooperação: cooperativas de trabalhadores no setor cultural. *Parágrafo*, v. 5, n. 1, 2017.
- SANDOVAL, M. Entrepreneurial Activism? Platform Cooperativism Between Subversion and Co-optation. *Critical Sociology*, 2019.
- SCHMIDT, F. *Digital Labour Markets in The Platform Economy*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2017.
- SCHOLZ, T. (Org.). *Digital Labor*. London: Routledge, 2012.
- SCHOLZ, T. *Cooperativismo de plataforma*. São Paulo: Rosa Luxemburgo, 2017.
- SCHRADIE, J. *The Revolution That Wasn’t*. Cambridge: HUP, 2019.

- SODRÉ, M. *A ciência do comum*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SORIANO, C.; CABAÑES, J. Between 'world class work' and 'proletarianised labor': Digital labor imaginaries in the Global South. In: POLSON, E.; CLARK, L. S.; GAJJALA, R. (Eds.). *Routledge Companion to Media and Class*. New York: Routledge, 2020.
- SRNICEK, N. *Platform Capitalism*. London: Polity, 2016.
- UOL TILT. Rappi coleta tantos dados que faz olhos de investidores brilharem; entenda. 16 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/02/16/coleta-de-dados-e-arma-da-rappi-maior-aposta-do-softbank-na-america-latina.htm>. Acesso em: 17 fev. 2020.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The Platform Society*. New York: Oxford, 2018.
- VAN DOORN, N. Platform Labor: on the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the 'on-demand' economy. *Information, Communication & Society*, 2017.
- VIEIRA PINTO, A. *O conceito de tecnologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- WILLIAMS, R. *Cultura e materialismo*. São Paulo: Ed. UNESP, 2011.
- WOOD, A.; LEHDONVIRTA, V.; GRAHAM, M. Workers of the Internet unite? Online freelance organisation among remote gig economy workers in six Asian and African countries. *New Technology, Work and Employment*, v. 33, n. 2, 2018.
- WOODCOCK, J. How to beat the boss: Game Workers Unite in Britain. *Capital & Class*, 2020.
- WOODCOCK, J.; JOHNSON, M. Gamification: what it is, and how to fight it. *The Sociological Review*, v. 66, n. 3, 2018.
- WOODCOCK, J.; GRAHAM, M. *The Gig Economy: a critical introduction*. London: Polity, 2019.

## Sobre o autor

Rafael Grohmann – Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Coordenador do Laboratório de Pesquisa DigiLabour. Coordenador no Brasil do projeto Fairwork, da Universidade de Oxford. Pesquisador do projeto Histories of AI: a genealogy of power, da Universidade de Cambridge. Doutor em Ciências da Comunicação pela USP.

---

Data de submissão: 24/02/2020

Data de aceite: 10/11/2020