

IX Seminário de Pesquisas FESPSP - “Desafios da pandemia: agenda para as Ciências Sociais Aplicadas”.

De 09 a 13 de novembro de 2020

GT 10- Economia de Plataforma, Reformas Trabalhistas Mundo do trabalho e Juventudes.

Uberização: as quatro facetas do controle

Pedro Mendonça Castelo Branco- Universidade Federal do ABC (UFABC)¹

Resumo: A uberização do trabalho é mais uma etapa o processo de desconfiguração dos pactos sociais configurado no período fordista após a Segunda Guerra Mundial, a estratégia de construção de parceiros e não de trabalhadores possibilita a externalização de custos de capital fixo pela empresa para um multidão de trabalhadores precários e também a fuga de responsabilização pelos direitos trabalhistas e seguridades ocupacionais. Este artigo 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, uberização, controle, dados

Abstract: The uberization of work is another step in the process of deconfiguring social pacts set up in the Fordist period after the Second World War, the strategy of building partners and not workers allows the outsourcing of fixed capital costs by the company to a multitude of workers precarious and also the escape of responsibility for labor rights and occupational security. This article analyzes this process under its main name, UBER, discussing the various forms of control modulated by the company, namely: control of work management, data control, crowd control and self control.

Keywords: work, uberization, control, data.

O caminho até aqui.

O fenômeno estudado neste artigo possui uma variedade de nomenclaturas na bibliografia como: uberização do trabalho (ABÍLIO, 2017; ANTUNES, 2018; FONTES,

¹ Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais (PCHS) da Universidade Federal do ABC, email: pedro.mendonca@ufabc.edu.br

2017), economia do compartilhamento (SCHOLZ, 2016; SLEE, 2017), trabalho de multidão (HUWS, SPENCER, JOYCE, 2016), capitalismo de plataforma (SRNICEK, 2017) e economia de bicos (OITAVEN, 2018). As diferentes concepções derivam tanto de trajetórias teóricas distintas entre os autores, bem como, de diferenças nos aspectos centrais analisados deste fenômeno. Utilizarei aqui o termo uberização do trabalho por ser o mais recorrente nos estudos da Sociologia do Trabalho a qual filia-se este artigo (mas não se limita), bem como, por dar destaque a principal expoente deste novo setor econômico, publicamente conhecida, com maior número de usuários e trabalhadores: a UBER, a qual este trabalho tem como objeto.

A uberização do trabalho espalhou-se por diversos serviços como o de transporte de passageiros (UBER, 99 Taxi), entregas (iFood, Rappi, Loggi, Uber Eats), de hotelaria (Airbnb), pequenos serviços domésticos como lavagens de roupa e concertos (TaskRabbit), diaristas (Parafuzo), manicures (Singu), empréstimos a juros baixos (Lending Club), aluguel de espaços de trabalho compartilhado (We Work) e pequenas tarefas digitais (Amazon Mechanical Turk). Desta variedade de empresas e serviços, três setores concentram a maior quantidade de recursos, são eles: os setores de hospedagem (43%), transporte (28%) e educação (17%) (SLEE, 2017).

Apesar de atuarem em diversos serviços e com suas particularidades, há um elemento central que caracteriza todas as empresas do trabalho uberizado: elas se denominam apenas como intermediadoras dos encontros entre um ofertante do serviço e um cliente, isto é, não como empresas do setor de serviços que oferecem na prática, mas apenas como empresas de tecnologia que possibilitam transações por meio dos aplicativos (ABÍLIO, 2017; ANTUNES, 2018; FONTES, 2017).

No caso da UBER, por exemplo, a empresa não se considera uma empresa de transporte e nem ao menos denomina os motoristas cadastrados como trabalhadores, mas sim, como parceiros, com isso, a empresa possibilita 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), 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 (POCHMANN, 2017). Além disso, não se responsabiliza pelo treinamento da mão de

obra para o trabalho (por exemplo, com padrões de segurança e etc), formando o que Abílio (2019) denomina de trabalhador amador.

No Brasil, a empresa já está em mais de 100 cidades e com 600 mil “motoristas parceiros” (UBER, 2019) , a *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua* de 2018 colabora com esse diagnóstico, no seu documento sobre as *Características Adicionais do Mercado de Trabalho* demonstra que entre 2012 e 2018 as pessoas ocupadas no setor privado que tinham como local de trabalho principal um veículo automotor saiu de 3,7% para 4,8%, com crescimento de mais de 810 mil pessoas entre 2017 e 2018 (BRASIL, 2019)

Do ponto de vista histórico, a uberização vem na esteira de um conjunto de medidas do mundo do trabalho que a literatura denomina de reestruturação produtiva (ALVES, 2007; ANTUNES, 2018), isto é, um conjunto de alterações no regime de acumulação fordista (BRAGA, 2017) que se configurou no pós Segunda Guerra Mundial a partir de um pacto de classe que consistiu no aumento da produtividade do trabalho e que teve, como contrapartida, o aumento do poder relativo dos sindicatos, dos partidos sociais-democratas e medidas de proteção ao trabalho (salário mínimo, crescimento dos salários reais e dos salários indiretos- conjunto de direitos sociais financiados pelos tributos sobre trabalhadores e capitalistas, o que denominamos de Estado de Bem-Estar Social) (BIHR, 1998). Em termos polayinianos ocorreu um contra movimento do mundo do trabalho frente ao avanço da mercantilização de esferas sociais no pós crise de 1929 para retirar o trabalho da lógica pura da mercadoria (POLAYNI, 2000), sintomático é a mudança na porcentagem da renda nacional apropriada pelo 1% mais rico nos Estados Unidos que antes da 2ª Guerra Mundial detinham 16% da renda nacional e após três décadas de seu fim essa fatia tinha reduzido para 8% (HARVEY, 2008)

Este modelo foi uma particularidade histórica que entrou em decadência no final da década de 1970 materializado nas crises fiscais dos Estados nacionais e do baixo crescimento econômico acompanhado de inflação, essas crises foram respondidos pelas classes empresariais com um conjunto de políticas econômicas neoliberais que tiveram como objetivo retomar a taxa de lucro das empresas (muito embora, sem contrapartida na elevação do nível de investimento) às custas da retenção nos gastos com o Estado de Bem-Estar Social e pelo aumento do desemprego, criando um exército industrial de reserva que corroeu a força dos sindicatos e o poder de barganha

dos empregados (ANDERSON, 1995). Acompanhado disso, houve uma reorganização do poder de classes em escala global, isso porque, a concentração de renda e poder deslocou-se dos industriários para o setor financeiro e para os CEOs das grandes empresas transnacionais (HARVEY, 2008).

Particularmente no mundo do trabalho, essa mudança gerou um conjunto de novos arranjos produtivos que convencionou-se denominar de toyotismo, isto é, arranjos produtivos mais flexíveis com traços de reificação ainda mais interiorizados, com mecanismos de “envolvimento”, “parcerias”, “colaborações” e “individualizações”, “metas” e “competências”. Neste sentido, ao trabalhador não cabe mais apenas fazer o seu trabalho, mas também fiscalizar a si mesmo e aos seus colegas para garantir as metas da empresa, a qual dependem diretamente a sua remuneração (ALVES, 2017; ANTUNES, 2018). *Pari passu* a isso, 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).

Complementarmente, houve um deslocamento do centro mais dinâmico de absorção de mão de obra do setor industrial para o setor de serviços, no caso brasileiro, entre 1994 e 2008, 70% das vagas de emprego geradas foram no setor de serviços (DEDECCA, ROSANDISKIM 2006). Do ponto de vista da indústria, o país enfrenta uma reversão neocolonial desde a década de 1980 em que a economia nacional sofreu um forte processo de desindustrialização e especialização regressiva das forças produtivas, voltando a ter uma dependência estrutural da exportação de commodities- estruturas típicas da economia colonial- e do capital financeiro internacional, retomando o antigo sentido da colonização (SAMPAIO JR, 2012; PRADO JR, 2011). Como mostram Pochmann (2001) e Braga (2017) - sobremaneira a partir da eleição de Collor em 89- houve uma desnacionalização e desestruturação do parque produtivo nacional, que remontava a era Vargas, após a exposição deste a competição internacional. Essa exposição aumentou nossa dependência produtiva, comercial e tecnológica e, embora houvesse investimento externo no país, ele se concentrou no setor financeiro (beneficiando-se das altas taxas de juros) e nos serviços públicos recém privatizados. Como resultado, aumentou o peso relativo dos produtos importados (durante a década de 90 o coeficiente de penetração, isto é, a

relação importação/produção aumentou de 4,4% para 8,8%) e colocou o país em uma posição subordinada na divisão internacional do trabalho (POCHMANN, 2001).

Vale notar que essa transformação do modelo fordista para o neoliberalismo teve suas particularidades na realidade brasileira, isso porque, a formação de uma classe operária detentora de direitos trabalhistas e sociais sempre foi empreatada minoritária no mercado de trabalho nacional, com o trabalho informal sempre subsistindo e até mesmo sendo a base de sustentação do setor mais protegido da força de trabalho (ABILIO, 2011; OLIVEIRA, 2003). Resultado deste modelo é que os direitos sociais foram desigualmente distribuídos entre os trabalhadores brasileiros, uma *cidadania regulada* que privilegiou categorias mais organizadas e com maior peso relativo de barganha frente ao Estado e que *pari passu* colocou à margem dos direitos trabalhistas e sociais uma parcela significativa de trabalhadores no mercado informal e dos trabalhadores do campo (SANTOS, 1979).

Em síntese, entendo a uberização como mais uma etapa de um processo de precarização enquanto modo particular histórico-político da precariedade, de outro modo, um processo de diluição dos entraves colocados à exploração da mão de obra conquistada no decorrer do século XX e que se mantém dentro dos marcos de uma sócio estrutura que é abarcada pela forma mercadoria do trabalho vivo (ALVES, 2007). Importante destacar que se trata de um movimento dinâmico, ou seja, não é resultado de uma inevitabilidade do desenvolvimento tecnológico e que, neste sentido, pode avançar ou retroceder a depender das relações de força na sociedade (ANTUNES, FILGUEIRAS, 2020; ZUBOFF, 2019).

O Controle da gestão do Trabalho:

A UBER constrói toda a sua estratégia de negócios na máxima de que os seus motoristas cadastrados não são trabalhadores, mas sim, parceiros que podem dirigir quando e onde quiserem, assim, a empresa pode se reivindicar como uma empresa de tecnologia que apenas intermedia os encontros entre os clientes e os motoristas parceiros e não como uma empresa de transporte que diretamente contrata a força de trabalho. Segundo o site da própria empresa:

Possibilitamos que motoristas parceiros possam ter mais oportunidades de ganhar dinheiro ao conectá-los com usuários que desejam se deslocar pela cidade (...) A Uber não é uma empresa de transporte. A Uber é uma empresa

de tecnologia que opera uma plataforma de mobilidade. 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. Nós oferecemos uma plataforma tecnológica para que motoristas parceiros aumentem seus rendimentos e para que usuários encontrem uma opção de mobilidade (UBER, 2019).

Porém, ao contrário da retórica de autonomia dada aos motoristas parceiros, a empresa organiza uma potente máquina de controle da gestão do trabalho para garantir a oferta do serviço no local, no momento, no valor e por quem ela quer. O controle se dá desde o início do processo produtivo do serviço², isso porque, a empresa determina quem pode ou não trabalhar na empresa (a discussão do quão rígidos ou adequados são esses controles de aceitação pela plataforma, não muda o cenário de que é da empresa a decisão dos critérios de quem pode ou não ser um motorista), mas também, do serviço a ser ofertado, no caso da UBER, o serviço de viagem de passageiros. (ANTUNES, FILGUEIRAS, 2020).

Além disso, apesar do discurso propagado pelos CEOs das empresas da economia de compartilhamento 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. Na pesquisa de Barbosa (2019) feita com motoristas da Paraíba os entrevistados afirmaram que qualquer tipo de interação após a corrida entre motoristas e passageiros é proibida pela empresa, com penalidade passível de descredenciamento da plataforma. Este controle é uma forma da empresa impedir as corridas “por fora”, isto é, que motoristas agendem corridas com passageiros sem serem mediadas pelo aplicativo, uma forma de monopólio da oferta de trabalho para os passageiros.

² Entendemos aqui, conforme Antunes (2018), a viagem como um produto imaterial, isto é, uma mercadoria que tem valor produzido pelo trabalho dos motoristas, mas que não tem forma corpórea e é na verdade um serviço. Neste sentido, a fórmula de produção do valor deste serviço 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)

³Uma das principais vozes da Economia do Compartilhamento, Rachel Botsman afirmou em uma Ted Talk: “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, por meio de engajamento em mercados como o Airbnb, Kickstarter, Etsy, que são construídos em relações pessoais, em contraposição a transações vazias (BOTSMAN, 2012)”

Outro mecanismo de controle da gestão da força de trabalho dos motoristas, e este o principal para compreender a organização do trabalho dos motoristas, é a política de preços da empresa. Em primeiro lugar, vale destacar que apesar da retórica de parceria, não há qualquer possibilidade de negociação entre motoristas e a UBER em relação aos preços, eles são unilateralmente firmados pela empresa, tanto o valor base da corrida, quanto o que será recolhido através das tarifas.

O primeiro é calculado a partir de três fatores: preço base (que varia entre as cidades), um valor de custo fixo (valor adicionado para ajudar nos “custos operacionais, regulatórios e de segurança”), o tempo de duração da viagem por minuto e o valor por quilômetro rodado, não há qualquer explicação exata no site da empresa sobre a fórmula de cálculos, apenas os fatores que influenciam. (UBER, 2018)⁴. A segunda é calculada desde o início de 2020 a partir das variáveis tempo de viagem e quilômetros rodados, e pode variar 1% a 40% do valor total das corridas, novamente não há qualquer explicação detalhada da base de cálculo. (UBER, 2020). Ou seja, como argumentam Rosenblat e Stark (2016) o centro do controle da força de trabalho na UBER passa pela a 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 da empresa assume um duplo sentido: a monopolização do mercado (SRNICECK, 2017) e o controle do tempo de trabalho pelo preço da tarifa e pelas premiações (OITAVEN, 2018). No primeiro, a UBER adota uma estratégia de “crescimento antes dos lucros”, ou seja, pratica preços artificialmente baixos para as corridas nos seus primeiros anos em uma cidade, o que a faz operar no prejuízo em muitos locais, para que com isso consiga vencer a concorrência de outras empresas do ramo e dos taxistas e assumir o controle monopolístico do setor de transporte de passageiros, etapa em que a empresa aposta em ter retornos. Vale notar que essa estratégia é sustentada pela sua vinculação com as empresas de capitais de risco que permitem o estofamento financeiro necessário para que a UBER opere em prejuízo por algum tempo. (SRNICECK, 2017; SLEE 2017).

Complementarmente, como discutem Couldry e Mejias (2019), a monopolização dos serviços subjaz a própria lógica das plataformas, isso porque,

⁴ A plataforma disponibiliza uma calculadora que estima os preços das viagens, todavia, também sem informar a base de cálculo. <https://www.uber.com/br/pt-br/price-estimate/>

quanto maior o número de pessoas já cadastradas em uma plataforma, maior é a possibilidade de novas pessoas quererem entrar para ter suas demandas atendidas, por exemplo, no caso da UBER quanto maior o número de motoristas na plataforma maior a probabilidade de clientes quererem utilizá-la por saber que serão facilmente atendidas ao solicitar uma viagem, uma lógica de negócios que funciona como uma bola de neve.

No segundo sentido, a política de preços tem função de controle do tempo de trabalho, isso porque, quanto menor o preço da tarifa, maior é a necessidade de horas trabalhadas pelos motorista para conseguirem retorno econômico e, com isso, a empresa garante disponibilidade de carros para seus clientes a qualquer momento. Ou seja, a baixa remuneração por hora trabalhada faz com que, sem qualquer ordem direta de um patrão, os motoristas mantenham-se à disposição por muitas horas ao dia, ultrapassando muitas vezes a jornada regular de trabalho (OITAVEN, 2018; ANTUNES, FILGUEIRAS, 2020), isso é o que Antunes e Filgueiras (2020) denominam de leilão invertido, porque, os trabalhadores estão em concorrência permanente por uma tarefa a ser executava o que possibilita que a empresa abaixe o valor das tarifas e mesmo assim tenha mão de obra disponível, uma espécie de corrida ao fundo do poço. Survey realizado por Moraes, Oliveira e Acorsi (2019) com 100 motoristas da região metropolitana de São Paulo apontou que 51% desses motoristas dirigiam mais de 8 horas por dia e 73% deles dirigiam mais de 5 dias por semana, ou seja, com jornadas de trabalho acima das jornadas regulares de um trabalhador formal.

Isso posto, a UBER além de controlar pelos mecanismos de regulação da tarifa o quantum de horas trabalhadas, a empresa também controla através da plataforma os locais onde os motoristas dirigem e também os horários, utilizando os mecanismos das tarifas dinâmicas. As tarifas dinâmicas são multiplicadores nos valores das corridas organizados pelo algoritmo da empresa, a lógica é a seguinte: quando há maior demanda em alguma região ou horário ou quando há uma menor oferta de motoristas em determinada região/horário o valor padrão de uma corrida se altera de acordo com um multiplicador, sinalizado com as cores vermelhas no mapa do aplicativo do motoristas⁵. Com isso, “em momentos em que normalmente os

⁵ A UBER afirma que apenas calcula demandas reais do mercado, isto é, a demanda presente por corridas dos passageiros e a oferta de motoristas, todavia, há inúmeros relatos de motoristas que receberam mensagens da empresa incentivando o trabalho no futuro (por exemplo, um final de semana

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 emula um jogo, em que as regras se assemelham a desafios que devem ser desvendados pelos motoristas, como quais os melhores horários e locais para dirigir, bem como, estratégias para atingir metas de viagens feitas que se traduzem em premiações (Abílio, 2019). Essa emulação é denominada por Schulz como gamificação: esse conceito explicita a estratégia de transformar o trabalho em algo “escondido atrás de camadas de jogo. Os trabalhadores-jogadores estão se tornando parte de uma coreografia inspirada no jogo” (SCHULZ, 2016:85). Neste sentido:

os recursos usuais de gamificação são a 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, o que permite ao motorista comparar o seu desempenho ao longo do tempo e em relação aos demais trabalhadores (KEMMELMEIER, 2019).

Os mecanismos de premiação também ocorrem para um pequeno grupo de motoristas “vencedores” do jogo e que atingem as metas colocadas pela empresa e conformam o Clube 6 estrelas⁶, espécie de grupo de elite de motoristas que recebem benefícios (água e balas personalizadas para os passageiros, prioridade nos Centros de Atendimento e Ajuda da Uber, valores de preço dinâmico em todas as viagens e presentes-surpresa oferecidos pela Uber) ao atingirem um número mínimo de viagens, um limite mínimo nas avaliações e, segundo a UBER, ter um conjunto de comportamentos adequados (o que evidencia o controle da empresa sobre os mínimos detalhes do serviço). (UBER, 2020b).

Vale notar que os mecanismos de tarifa dinâmica controlados pelo algoritmo da plataforma também são uma ferramenta para impedir articulações de reivindicação pela categoria, a título de exemplo, os valores das tarifas dinâmicas no dia 08 de Maio de 2019 na cidade de Curitiba, dia em que ocorreu um chamado para uma paralisação internacional da categoria por melhores condições de trabalho e reajuste tarifários

que terá grandes eventos em uma cidade). Isso demonstra que a empresa não só retrata a realidade presente, mas também atua como controle da força de trabalho futura (ROSENBLAR; STARK, 2016).

⁶ Essa funcionalidade já está disponível nas cidades de Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Vitória, Manaus, Florianópolis e Curitiba.

atingiram até 2,5 vezes o valor da tarifa normal, um evidente mecanismo utilizado pela empresa para evitar que os motoristas aderissem a paralisação, possibilitando maiores retornos econômicos para os “fura greve”⁷. Além disso, há o risco de desligamento sumário como mais uma ferramenta de controle, o documentário *Gig a Uberização do Trabalho* (2019) apresenta casos de motoristas que foram desligados após organizar manifestações entre a categoria. A empresa controla, inclusive, as formas de reclamações dos trabalhadores: há determinação expressa de como devem endereçar suas reclamações para a gerência, sendo vedado acessar sites como o RECLAME AQUI (ANTUNES, FILGUEIRAS: 2020)

Por fim, o controle da força de trabalho também ocorre pela limitação do número de cancelamentos de viagens⁸, isto é, quando o motorista cancela uma corrida após ter aceito em seu aplicativo ou quando sequer atende a solicitação. Os motoristas adotam essas ferramentas, por exemplo, quando se sentem inseguros com alguma corrida, todavia, essa não é uma decisão livre, isso porque, a empresa sugere uma porcentagem de ideal cancelamento, que não deve ultrapassar os 10% (UBER, 2019b). Mais uma vez, não há clareza do limite de cancelamentos, mas a possibilidade de desligamento é garantida pela empresa: “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). Além disso, há a limitação de 2 destinações fixas por dia, isto é, a possibilidade de motoristas colocarem um destino para ser encaminhado às corridas que perfaçam este caminho (UBER, 2017) Em suma, trata-se de mais dois instrumentos que impossibilitam que os motoristas de aplicativo possam dirigir quando e onde quiserem, como a empresa afirma nas suas peças publicitárias.⁹

O Controle da Multidão:

⁷ Para saber mais: <https://www.tecmundo.com.br/mobilidade-urbana-smart-cities/141071-greve-uber-tarifas-disparam-dia-paralisacao-internacional.htm>

⁸ As taxas de cancelamentos são calculadas sobre a relação entre número de viagens canceladas/número de viagens aceitas nos últimos 30 dias. Veja em: <https://www.uber.com/pt-BR/blog/como-funciona-taxa-aceitacao-cancelamento/>

⁹ Em seu site a empresa afirma que “Com o app de parceiro, você está no controle. Ele tem recursos que permitem que você decida como, onde e quando quer dirigir.”Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/about/how-does-uber-work/>

Confiança, essa é a palavra chave para as empresas da nova “Economia do Compartilhamento”¹⁰. Em um mundo em que progressivamente as pessoas pararam de confiar uma nas outras, as empresas tiveram uma resposta para retomar esses laços interpessoais: os sistemas de reputação (SLEE, 2017). Os sistemas de reputação são métricas de avaliação mútua entre ofertantes do serviço e os usuários, no caso da UBER, cada passageiro e motorista ao final de uma viagem pode avaliar um ao outro com notas que variam de 0 a 5.

Para os seus entusiastas, as ferramentas de reputação abrem um novo marco no mercado em que as barreiras regulatórias se tornam desnecessárias e custosas e, por isso, são substituídas por uma fiscalização dos consumidores, mais barata e eficiente. Para a UBER “ao avaliar uma viagem, você contribui para que o sistema funcione a favor da qualidade da experiência de todos. Afinal, é para isso que existe o Sistema de Avaliações, para garantir um padrão de qualidade e beneficiar você e toda a comunidade Uber” (UBER, 2018b). Mas há de partida, brechas que dificilmente podem ser solucionadas com esses sistemas de avaliações, por exemplo, como um passageiro da UBER pode avaliar a qualidade de algum componente mecânico do carro ou se os freios estão em boas condições? (SLEE, 2017)

Ademais, além de ter evidentes limitações na capacidade de substituir regulações públicas para garantir a qualidade do serviço, o mecanismo de avaliações dos motoristas e passageiros também podem ser um novo espaço para a consubstanciação de fenômenos discriminatórios. Pesquisa realizada pelo National Bureau of Economic Research solicitou 1500 corridas da Uber e da Lyft em duas cidades americanas com duas categorias de nomes: a primeira que remetiam a nomes afro-americanos e a segunda que remetiam a nome de pessoas brancas. A taxa de cancelamento de viagem para o primeiro grupo foi o dobro do segundo e o tempo de espera cerca de 35% maior (GE et al. 2016), o que sugere que o mesmo pode ocorrer pelos passageiros nas avaliações dos motoristas negros.

Na prática, o sistema de avaliação é a forma de controle da força de trabalho pela empresa. As notas de cada passageiro são analisadas junto com as últimas 500

¹⁰ O termo economia do compartilhamento está entre aspas porque utilizamos neste trabalho preferencialmente o conceito de empresas de trabalho uberizado. O primeiro está vinculado à auto denominação das empresas e que guarda dentro de si mesmo uma contradição, isso porque, compartilhar pressupõe trocas que não envolvem dinheiro e na economia tratamos de trocas mercadológicas (SLEE, 2017).

viagens e segundo a empresa “ajudam a manter um padrão mínimo de qualidade da plataforma, pois caso um motorista parceiro não consiga manter sua nota acima de um mínimo esperado, ele pode ser desativado da plataforma” (UBER, 2018b), ou seja, tem evidente papel de controle e de possibilidade de desligamento dos motoristas da plataforma. Notas abaixo de uma linha de corte no entorno de 4,5 significa estar em risco de desligamento sumário do aplicativo (SLEE, 2017; GEORGETOWN, 2018).

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 de organização típica weberiana, em que cada empregado presta contas do seu serviço e produtividade para um superior hierárquico. Com isso, o gerenciamento do trabalho não é mais um custo internalizado na produção mas é repassado para a esfera do consumo, isto é, o trabalho do motorista passa ser avaliado por uma multidão de consumidores que o avalia a cada serviço prestado, um gerente coletivo que vigia permanente para manter a produtividade do trabalho.

Aqui há evidente correlação com a discussão apresentada por Deleuze (1992) da passagem de uma sociedade disciplinar (aquela do modelo fabril do século XIX em que o operário industrial era submetido a disciplina rígida de horários pré-determinados, ao confinamento físico em um único espaço e a divisão rígidas de tarefas) para uma sociedade do controle modular, em que o controle é flexível, não no sentido de menos rígido, mas sim, no sentido de se adaptar a diversos espaços e, por isso, mudando continuamente para controlar as diversas esferas da vida. Essa mutação altera, inclusive, a forma de organização da força de trabalho na passagem do modelo da fábrica para a empresa, que se expressa também na discussão até aqui apresentada sobre a UBER. Como aponta Deleuze:

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 substitui 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, num estado de perpétua metaestabilidade, que passa por desafios, concursos e colóquios extremamente cômicos (DELEUZE, 1992, p. 221).

Neste sentido, a empresa não precisa controlar uma massa de trabalhadores e buscar a uniformização destes, mas controla uma diversidade de trabalhadores em sua menor individualidade (“indivíduos divisíveis”) a partir do uso das novas máquinas: os computadores, apontados por Deleuze (1992) como essa nova máquina, e que estendo aqui para as plataformas. Ou seja, na UBER o controle não é mais massivo/uniformizante mas passa a ser da menor partícula da produção (o indivíduo) por meio de todo o sistema até aqui apresentado de premiações, tarifas dinâmicas e avaliações individuais e sob a supervisão de um gerente coletivo que está em todos os lugares e que avalia permanentemente (ABÍLIO, 2019). Essa nova conformação do controle gera, inclusive, impactos na saúde destes trabalhadores, Huws, Spencer e Joyce (2016) demonstram que uma das queixas dessa categoria é o stress derivado de se sentir permanentemente vigiado.

O Controle de Dados:

Até aqui tratamos do controle de cada etapa do processo produtivo da mercadoria/serviço (ANTUNES, 2018) e do seu controle avaliativo pela multidão de consumidores. O que é salta aos olhos nesse processo é a enorme quantidade de dados que a UBER necessita em seu negócio, dados que não são só dos motoristas, mas também dos passageiros. Nesse sentido, como apresenta Zuboff (2019), trata-se da própria experiência humana em todas as suas esferas e não apenas no trabalho sendo extraída, armazenada e utilizada como matéria prima para a extração de excedente comportamental e posteriormente serem vendidos em mercados de comportamentos futuros.

E para esta tarefa as plataformas possuem papel central, isso porque, elas são espaços online estruturados com softwares (parte informacional) para que seja possível que serviços de diversas naturezas sejam ofertados (no nosso caso, viagens para passageiros) e concomitantemente ocorra a extração de dados dos usuários da plataforma (COULDRY, MEJIAS, 2019). Os dados são, na realidade, nossos comportamentos extraídos pelas diversas empresas/plataformas e que posteriormente são analisados por sistemas de computação altamente especializados e que os transformam em produtos algorítmicos rentáveis projetados para prever o comportamento de seus usuários (ZUBOFF, 2019). Isto é, a partir das nossas ações, nossos cliques na rede, nossos amigos em uma rede social e nossas viagens na UBER, as empresas armazenam nossos dados e de mais de milhões de usuários para

venderem análises dessa multidão de dados que sirvam para delinear padrões de comportamento futuros. Essas análises servem, por exemplo, na venda de publicidade (ZUBOFF, 2019)

Partindo do exemplo da Google, a autora demonstra como os capitais de risco (a qual a UBER também está vinculada) pressionaram a empresa na crise dos anos 2000 das indústrias “.com” para utilizarem os dados de busca de seus usuários para predizerem seus comportamentos e, com isso, haver a possibilidade de vender anúncios específicos para cada usuário:

In other words, Google would no longer mine behavioral data strictly to improve service for users but rather to read users' minds for the purposes of matching ads to their interests, as those interests are deduced from the collateral traces of online behavior. With Google's unique access to behavioral data, it would now be possible to know what a particular individual in a particular time and place was thinking, feeling, and doing (ZUBOFF, 2019, p. 79).

Ou seja, assim como no capitalismo industrial a capacidade humana universal de trabalho tornou-se uma forma abstrata da mercadoria, no capitalismo atual, a própria natureza humana e suas relações sociais são transformadas numa nova forma abstrata (dados) que são também explorados como mercadorias (COULDRY, MEJIAS, 2019: 59)

A estratégia da extração de dados com objetivos mercadológicos de venda para predição de comportamento também é uma prática da UBER, isso porque, a empresa além de explorar diretamente o trabalho dos motoristas também obtém retorno financeiro do enorme banco de dados que possui das viagens de milhões de usuários. Desde 2016 a empresa tem um contrato com a Yext (empresa especializada em gerenciar dados e a partir deles vender pacotes de publicidades para clientes) e iniciou a venda de espaços na plataforma dos usuários para anúncios durante as corridas (SUMARES, 2016), ou seja, os dados de histórico de viagens de milhões de usuários são compartilhados com outra empresa que os processa e vende espaços publicitários na plataforma para mercadorias com maiores chances de serem compradas a depender do perfil de viagens do usuário¹¹. Por exemplo, um usuário que é praticante de futebol e que sempre pede uma corrida no aplicativo para uma

¹¹ Para saber mais sobre a empresa ver em: <https://www.yext.com/products/network/uber/>

quadra, terá em seu aplicativo publicidades que se refiram a essa prática esportiva, o que aumenta as chances de vendas. 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: 87, tradução nossa)

Além disso, estas empresas não apenas, como argumenta Zuboff (2019), monitoram e armazenam os comportamentos humanos, mas também, os moldam para uma forma que seja mais fácil de serem rastreados. Nos motoristas de aplicativo os mecanismos já debatidos de controle da força de trabalho também assumem essa característica do capitalismo de vigilância, isso porque, as tarifas dinâmicas, a limitação do número de corridas negadas, as avaliações e até mesmo o rastreamento contínuo dos trabalhadores e a indicação das rotas a serem percorridas pelo GPS (Global Position System) demonstram essa intenção de modelagem do comportamento dos motoristas, Essa intenção está, inclusive, expressa nas sugestões para um motorista ter 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).

Por último, aponto que a coleta de dados pela UBER dos seus passageiros e motoristas não serve apenas vender espaço de propagandas em seu aplicativo, mas também, é um recurso valioso para a negociação de contratos com o poder público para a gestão da mobilidade urbana, isso porque, com a amplitude de motoristas e usuários a empresa possui um conjunto de informações sobre a circulação de pessoas e automóveis pelas cidades que muitas administrações públicas não possuem (SLEE, 2017). Neste sentido, desde 2017 a UBER possui uma plataforma, a UBER Moviment, 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 nas cidades, ou seja, locais que costuma haver maior trânsito, velocidade média e tempo médio das viagens. Esse é um recurso valioso para a gestão da mobilidade urbana e potencialmente lucrativo para a empresa formalizar contratos com órgãos públicos. Relatório do Instituto de Engenheiro de Transportes (ITE) aponta que essa ferramenta já foi contratada para a organização do tráfego em cidades como Cincinnati e Seattle (ITE, 2019), ou seja, a empresa utiliza os dados dos passageiros em suas atividades diárias como ir ao trabalho ou ir ao shopping e transforma em uma potente fonte de recursos para contratos com o poder público, o que valida o consenso nas obras de Zuboff (2019) e Couldry e Mejias (2019), de que 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:

Por fim, tratamos nesta sessão da última faceta de controle da uberização, a saber: 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, através do que Zarafian (2002) denomina de engajamento subjetivo. 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 deste sujeito neoliberal. Neste sentido, guarda evidente relação com o que Foucault (2007) denomina de neoliberalismo americano, isso porque, neste neoliberalismo 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 empresa de si, indivíduos que se relacionam entre si como empresas, isto é, em relações de competição entre eles ou em relações de extração de vantagens (ou seja, o indivíduo mantém as relações interpessoais enquanto elas são vantajosas para o seu desempenho/gozo, o que as tornam fluidas e descartáveis, assim que se perde a possibilidade de ampliação dos prazeres) (DARDOT, LAVAL, 2016).

Neste sentido, o próprio discurso da economia do compartilhamento de reconectar laços humanitários simbólicos¹² são desconstruídos pelas práticas engendradas por esse novo sujeito, por exemplo, no caso da UBER, os discursos de reconexão de valores humanos podem na realidade camuflar uma relação interpessoal apenas baseada em estratégias de persuasão e de comunicação eficaz para conseguir uma boa avaliação, ou seja, com um fim de sobrevivência na plataforma, o que Rosenblat e Stark (2016) já apontam como uma forma que a empresa utiliza para a padronização do serviço.

Essa nova racionalidade espalha-se por toda a sociedade, não apenas nas relações de trabalho, e incita os neossujeitos desde suas mentes a seguirem um dispositivo de gozo/desempenho, em que o manager surge como um tipo ideal, porque é aquele que deve a todo momento procurar maximizar seu desempenho, enfrentar os riscos necessários para atingir seus objetivos; ter poder de decisão, de resolução de problemas complexos; deve estar preparado para suportar o estresse do trabalho cotidiano, com o desenvolvimento de diversos tipos de inteligência (cognitiva e emocional) de modo que possa mobilizar todas as suas qualidades a serviço da rentabilidade e de se tornar um campeão. (DARDOT, LAVAL, 2016).

A empresa passa a ser o espaço de concorrência permanente entre pequenas empresas de si e, além disso, envolvendo o desejo do indivíduo com os objetivos da própria empresa;

“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)

¹² Para Rachel Botsman— uma das principais líderes da Economia do Compartilhamento e autora do livro *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*— em uma conferência Ted talk afirmou: “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, por meio de engajamento em mercados como o Airbnb, Kickstarter, Etsy, que são construídos em relações pessoais, em contraposição a transações vazias (BOTSMAN, 2012)”

Na Uber essa vinculação é garantida pela remuneração de acordo com a produtividade (o motorista recebe pela quantidade que efetivamente dirige e não pelo tempo que fica disponível para a plataforma, retomando uma modalidade de assalariamento que já era apontada por Marx (2013) como uma forma de vincular os interesses do trabalhador individual com os interesses do capital: o salário por peça¹³) e também pelas relações de trabalho camufladas como relações entre duas empresas, logo, relações de parceria em que o sujeito como empresa entra no mercado para vender um serviço. Ademais, como os indivíduos passam a ser empresas de si mesmo, a possibilidade de garantir renda e oportunidades no mundo do trabalho são também tarefas individuais de garantia da empregabilidade, isto é, uma noção de auto aprimoramento contínuo, visto que, nada mais é garantido como numa carreira, mas deve ser a todo momento conquistado pelo indivíduo e não uma tarefa coletiva do conjunto de empregados. Essa abordagem guarda profundas relações com o que Foucault (2007) analisa como teoria do capital humano

A teoria do capital humana desenvolvida pelos neoliberais, segundo Foucault (2007), enxerga o trabalho não como a venda da força de trabalho daqueles desprovidos dos meios de produção, como a clássica abordagem marxistas, mas sim, como um ativo gerador de uma renda para o indivíduo. Essa renda é, então, diretamente proporcional ao quantum de capital humano acumulado por cada indivíduo, aqui capital humano é entendido como o conjunto de capacidades físicas e psicológicas, que podem ser inatas (propensões genéticas) ou adquiridas (por exemplo, uma melhor universidade, um curso de capacitação, uma nova língua, etc). (FOUCAULT, 2007)

Dessa maneira, o *homo economicus* é aquele que detém um capital humano a qual sua renda deriva e para aumenta-la basta investir no quantum de capital humano, isto é, em atividades de valorização e capacitação de si (FOUCAULT, 2007). Essa contribuição é importante para entendermos a lógica das empresas de aplicativo porque ao denominar seus motoristas e entregadores como parceiros objetivam transmitir esse discurso de que não se tratam mais de trabalhadores que vendem sua força de trabalho, mas sim, de pequenas empresas de si que para terem sucesso

¹³ “Dado o salário por peça, é, naturalmente, interesse pessoal do trabalhador empregar sua força de trabalho o mais intensivamente possível, o que facilita ao capitalista elevar o grau normal de intensidade do trabalho. É também interesse pessoal do trabalhador prolongar a jornada de trabalho, a fim de aumentar seu salário diário ou semanal (Marx, 2012, p. 648-649)

precisam se arriscar no mercado e valorizar seu capital, desta maneira, desarmam demandas por regulação do trabalho, bem como, iniciativas associativistas desses trabalhadores.

Agora, se os estímulos são para que o desempenho seja sempre maximizado e o gozo é sempre um ponto a ser atingido no além, isto é, um sobregozo maior do que o atual, o resultado inexorável para a grande maioria desses sujeitos é a frustração. Isso porque, ao naturalizar os riscos e as fragilidades sociais em variantes exclusivamente individuais e não coletivas/estruturais, as empresas de trabalho uberizado e esta nova racionalidade afirmam que todas as dificuldades enfrentadas pelos indivíduos são fruto de suas próprias decisões erradas e ser um “loser” resulta em sentimentos patológicos. Dardot e Laval (2016) destacam um conjunto de fenômenos patológicos desta nova realidade como: o sofrimento no trabalho (pelo excesso de tarefas que não conseguem ser realizadas e, com isso, geram sensação de impotência); a corrosão da personalidade, porque o sujeito não tem um quadro previsível de sua vida; a desmoralização pela ausência de vínculos coletivos como resultado do self made man; a depressão generalizada porque o culto ao desempenho não leva em conta que nem todos podem ser campeões; e a dessimbolização porque as relações se dão entre indivíduos como mercadorias que são descartáveis após o gozo.

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

Agregando as partes:

Por critérios de conveniência na apresentação dos argumentos, este texto foi escrito em quatro sessões sobre as facetas dos mecanismos de controle da UBER, a saber: o controle da gestão do trabalho, o controle de dados, o controle da multidão e o controle de si. Nesta última sessão destaco as intersecções entre essas diversas formas de controle, isso porque, essas quatro facetas aqui apresentadas não operam sozinhas, mas em conjunto no controle dos motoristas de aplicativo e dos passageiros. Toda a gestão da força de trabalho apresentada (a partir de tarifas

dinâmicas, a política de preços e as metas) depende de uma quantidade gigantesca de dados, por exemplo, não seria possível calcular as tarifas dinâmicas sem um enorme banco de dados com informações do número de passageiros e de motoristas desagregados por regiões de uma cidade. Assim como, o controle da multidão de um conjunto de consumidores vigilantes que avaliam permanentemente o trabalhador só é possível porque há uma intermediação tecnológica da plataforma que captura, armazena e processa uma enormidade de dados de motoristas e passageiros.

Neste sentido, as estratégias de manutenção da força de trabalho em longas jornadas de trabalho para garantir a produção do serviço são possíveis tanto pela política de preços mas, também, pela construção simbólica da nova racionalidade neoliberal que impulsiona o controle de si como valor e que, assim, legitima os riscos e o trabalho até a exaustão, porque é preciso a todo momento aumentar o desempenho e ser o melhor. Além disso, a enormidade de dados sobre a mobilidade urbana de diversas cidades no mundo que depois podem ser comercializados com o poder público só existem porque há um conjunto de trabalhadores que dia a dia trafegam todos os cantos dessas cidades e são rastreados pelos sistemas de GPS da plataforma.

Em síntese, o que se procurou mostrar 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 do trabalho e atinge os comportamentos dos indivíduos, os dados de multidões e a própria subjetividades dos motoristas.

Referências Bibliográficas:

ABILIO, Ludmila Costhek. **O *make up* do trabalho: uma empresa e um milhão de revendedoras de cosméticos.** Tese (doutorado)- Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) Campinas, SP: [s.n], 2011

ABILIO, Ludmila Costhek. Uberização traz ao debate a relação entre precarização do trabalho e tecnologia. In_ MACHADO, Ricardo. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, n. 503, ano XVII, 24 de abril de 2017. p. 20-27

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

ALVES, Giovanni. **Dimensões da Reestruturação Produtiva: ensaios de sociologia do trabalho** /Giovanni Alves. 2ª edição – Londrina: Praxis; Bauru: Canal 6, 2007.

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

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

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

BARBOSA, Heron Barroso. **Relações de trabalho e novas tecnologias: um estudo sobre os motoristas do aplicativo Uber em João Pessoa**. Dissertação de Mestrado em Administração na Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

BIHR, Alain. O compromisso fordista. In_ BIHR, Alain. **Da grande noite à alternativa – O movimento operário europeu em crise**. Coleção Mundo do Trabalho. Tradução de Wanda Caldeira Brandt. São Paulo: Boitempo Editorial, 1998.

BOTSMAN, Rachel. **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#t-241025. Acesso em 21 ago. 2019.

BRASIL, IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua- Características Adicionais do Mercado de Trabalho-2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101694_informativo.pdf> Acesso em 18 jul. 2020

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

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. **The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism**. Stanford University Press, 2019.

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

DEDECCA, Claudio Salvadori; ROSANDISKI, Eliane Navarro. Recuperação econômica e a geração de empregos formais. **Parcerias Estratégicas**, v. 11, n. 22, 2006.

DELEUZE, Gilles. **Conversações, 1972-1990**; tradução de Peter Pál Pelbart; São Paulo: Ed. 34, 1992.

FRANCO, David Silva; FERRAZ, Deise Luiza da Silva. Uberização do trabalho e acumulação capitalista. **Cad. EBAPE.BR**, v. 17, Edição Especial, Rio de Janeiro, Nov. 2019, p. 844-856.

FONTES, Virginia. Capitalismo em tempo de uberização: do emprego ao trabalho. **Marx e o Marxismo**, v.5, n.8, p. 45-67, 2017.

FOUCAULT, Michel. 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, 2007. p. 155-187.

GE, Yanbo; KNITTEL, Christopher R.; MACKENZIE, Don; ZOEPF Stephen. Racial And Gender Discrimination In Transportation Network Companies. **Working Paper**, v. 22776. National Bureau Of Economic Research. Cambridge, 2016.

GERMANO, Felipe. Apps punem motorista que cancela corrida quando vê o passageiro? **Tilt Uol**, 23 de maio de 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?cmpid=copiaecola&cmpid=copiaecola>. Acesso em 22 jun. 2020.

GIG- A UBERIZAÇÃO DO TRABALHO. Direção: Carlos Juliano Barros, Caue Angeli, Maurício Monteiro Filho. Produção de Carlos Juliano Barros. Brasil, 2019.

INSTITUTE OF TRANSPORTATION ENGINEERS- ITE. **A Case Study on Speed Data using Uber Movement Speeds**. Nova York, 2019.

HARVEY, David. **O neoliberalismo- história e implicações**. São Paulo: Edição Loyola, 2008.

HUWS, Ursula; SPENCER, Neil H.; JOYCE, Simon. **Crodwork 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. Disponível em: <https://gullivern.org/wp-content/uploads/wXaT57jq9c/think-tank-review/FI-Hj183T/fic1list/VEI1-2017-2a-46.pdf>. Acesso em 18 jun. 2020.

KEMMELMEIER, Carolina Spack. Plataformas digitais de trabalho on demand e direito à saúde. In: FELICIANO, Guilherme Guimarães; G, MISKULIN Ana Paula Silva Campos. **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.

MORAES, Rodrigo Bombonati de Souza, OLIVEIRA, Marco Antonio Gonsales de, ACCORSI, André. Uberização Do Trabalho: A Percepção Dos Motoristas De Transporte Particular Por Aplicativo. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**, 6 (03): 647-81, 2019.

OLIVEIRA, Francisco de. **Crítica à razão dualista/ O ornitorrinco**. São Paulo: Boitempo, 2003.

OITAVEN, Juliana Carreiro Corbal. **Empresas de transporte, plataformas digitais e a relação de emprego: um estudo do trabalho subordinado sob aplicativos**. Brasília: Ministério Público do Trabalho, 2018. 248 p

POCHMANN, Marcio. As possibilidades da “nova economia” e seus efeitos no trabalho no Brasil. In_ **A década dos mitos**. São Paulo: Contexto, p. 39-78, 2001.

POCHMANN, M. A nova classe do setor de serviços e a uberização da força de trabalho. **Jornal GGN**. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://jornalgggn.com.br/artigos/a-nova-classedo-setor-de-servicos-e-a-uberizacao-da-forca-de-trabalho-por-marcio-pochmann/>. Acesso em 18 de Ago. 2019.

POLANYI, Karl. O mercado auto-regulável e as mercadorias fictícias: trabalho, terra e dinheiro. In_____ **A Grande Transformação as Origens de Nossa Época**. Tradução de Fanny Wrabel. Rio de Janeiro: Campus, p.89-99, 2000.

PRADO JR, Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

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

SAMPAIO JR, Plínio de Arruda. Desenvolvimentismo e neodesenvolvimentismo: tragédia e farsa. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 112, 2012. p. 672-688.

SANTOS, Vanderlei Guilherme dos. **Cidadania e Justiça: a política social na ordem brasileira**. Rio de Janeiro: Campus, p. 71-123, 1979.

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

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

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

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

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

UBER. Veja como calcular o valor de uma viagem com a Uber. **UBER blog**, 20 de julho de 2018a. Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/blog/como-calcular-valor-uber/>. Acesso em 22 jun. 2020.

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

UBER. Entenda a taxa de serviço e como calcular os seus ganhos. **Uber blog**, 20 de janeiro de 2020a. Disponível em: < <https://www.uber.com/pt-BR/blog/entenda-taxa-servico/> >. Acesso em 19 de jun. 2020.

UBER. Sua nota vale mais do que 5 estrelas? Confira as vantagens do Clube 6 Estrelas da Uber. **Uber blog**, 24 de outubro de 2020b. 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 de jul. 2020.

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

UBER. Como funcionam as Taxas de Aceitação e Cancelamento. **UBER blog**, 17 de junho de 2019b. Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/blog/como-funciona-taxa-aceitacao-cancelamento/>. Acesso em 22 jun. 2020.

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

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