

O QUE HÁ POR BAIXO DO GUARDA-CHUVA DAS “PLATAFORMAS DIGITAIS”?

Marcelo Manzano¹

Resumo

As plataformas digitais parecem ter chegado para embaralhar um jogo que já estava muito complicado, especialmente para as pessoas que dependem do seu trabalho para sobreviverem. O capital, cada vez mais arisco, encontrou nas tecnologias digitais o intermediário de que precisava para se desvencilhar de boa parte das obrigações e responsabilidades sociais e trabalhistas. Para lidar com esse novo mundo, um passo necessário é compreender como funciona esse ecossistema e que tipos de empresas e de estratégias empresariais vão se consolidando.

Palavras chave

Precarização; plataformas digitais; subordinação digital; trabalho e emprego.

O surgimento das plataformas digitais, especialmente dos aplicativos para celular, tem conduzido a transformações bastante profundas e com potencial disruptivo no “DNA” desse incansável regime de acumulação a que chamamos de capitalismo. Por conta da proliferação de *sites* e aplicativos, mais do que nas revoluções tecnológicas anteriores, os proprietários dos grandes blocos de capital são hoje capazes de dinamizar alguns processos de valorização econômica com inédita agilidade e redobrado apetite: na ponta da oferta, transferem os riscos dos negócios para os/as trabalhadores/as, terceirizam as atividades menos rentáveis para empresas de menor porte e com menos poder de mercado e, muitas vezes, operam por longos períodos com preços abaixo dos custos operacionais para, assim, capturarem o mercado das empresas concorrentes, muitas delas ainda presas às amarras da “velha” economia. Já na ponta da demanda, o “mantra” é a fidelização da clientela, por meio de um arsenal de estratégias que inclui desde planos de assinatura mensal, modalidades customizadas de tarifação, estratégias diferenciadas de bonificação (*cashbacks*, cupons, descontos progressivos etc.) e pesadas campanhas de *marketing* direcional (*target marketing*).

Se é fácil perceber a presença desse novo tipo de empresa “pipocando” por quase todos os lados que cercam nossa vida cotidiana, analisar seus mo-

¹ Economista e pesquisador do Cesit/Instituto de Economia/Unicamp e consultor da Fundação Perseu Abramo.

dos de operação e, mais do que isso, seus desdobramentos e repercussões, é ainda tarefa bastante difícil. Primeiro, porque os instrumentos e as métricas tradicionais de pesquisa com as quais costumávamos trabalhar para acompanhar a dinâmica socioeconômica ficaram rapidamente obsoletos e não se ajustam, de forma adequada, a essa emergente digitalização da vida e das relações sociais; segundo, porque se trata de uma realidade com fronteiras internas muito difusas e em frenético processo de mutação - as próprias empresas que se destacam no ecossistema das economias de plataforma saltam de um setor para o outro, incorporam parceiros, inventam nichos e mudam sua natureza e seu "modelo de negócio" em velocidade jamais observada; terceiro, porque há uma ampla diversidade de "tipos de negócio", de variados setores de atividade que, embora possam ser colocados sob o mesmo guarda-chuva das "plataformas digitais", guardam pouquíssima semelhança entre si, abarcando atividades que exigem profissionais de elevada especialização e outras, que podem ser realizadas por crianças ou analfabetos/as.

Entretanto, a despeito dessas dificuldades, algumas aproximações têm sido experimentadas, permitindo que, mesmo de forma provisória, se possa identificar alguns traços comuns e certas tendências principais. Essas aproximações são úteis para melhor compreendermos "que bicho é esse" que o capital voraz e financeirizado botou no mundo há menos de uma década - vale lembrar que as plataformas digitais ganharam forte impulso a partir de 2013, quando se disseminaram no mercado os primeiros *smartphones* 3G, com tecnologia de navegação por satélite (GPS).

Mirando muito de cima, uma primeira distinção que se pode fazer desse novo mundo é a que foi utilizada pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), em recente relatório tratando do trabalho nas plataformas digitais (OIT, 2021). Por um lado, existe um conjunto muito grande de plataformas digitais que podem ser denominadas de "*on-location*" ou "*location-based*", as quais se caracterizam por explorarem atividades econômicas necessariamente delimitadas por uma área geográfica específica. São os casos, por exemplo, das plataformas de transporte de passageiros (Uber, Cabify e 99, entre outras), das plataformas de entrega de refeições ou mercadorias (iFood, Uber Eats, Loggi ou Lalamove, entre outras) ou das plataformas de intermediação de serviços (Parafuzo ou Getninjas, entre outras). Além de se organizarem e controlarem trabalhadores/as em um determinado território, observa-se que entre as empresas do tipo *location-based* predominam atividades que exigem alguma habilidade mecânica ou braçal (deslocamento de pessoas ou cargas, limpeza e manutenção de edificações e equipamentos, reposição de produtos em prateleiras de supermercados, captura de imagens externas etc.) e há, portanto, o intenso uso de aplicativos de *smartphones*, frequentemente distinguindo a versão destinada aos/às trabalhadores/as da versão para o uso dos/as clientes. Outro aspecto bastante comum desses aplicativos é que o pagamento se processa obrigatoriamente por meio da plataforma, de maneira que a empre-

sa controla as remunerações e os fluxos de pagamentos das partes envolvidas, sem que o/a cliente final possa negociar o preço diretamente com o/a fornecedor/a ou com o/a prestador/a de serviço.

Por outro lado, ainda na perspectiva empregada pela OIT, há um outro imenso conjunto de plataformas que podem ser caracterizadas como “*web-based*”, isto é, plataformas que controlam ou intermedeiam clientes e trabalhadores/as em atividades que se processam necessariamente no ambiente digital e que, portanto, muito frequentemente se notabilizam pela lida com representações simbólicas ou imagéticas (palavras, textos, figuras, imagens, vídeos, sons).

Por seu turno, o ecossistema *web-based* pode ser subdividido em três grandes grupos: 1) dos/as profissionais que executam trabalhos ou projetos completos, na maior parte das vezes como *freelancers*, e que dispõem de alguma habilidade ou qualificação específica (arquitetos, *web-designers*, programadores/as, advogados/as, redatores/as, tradutores/as, analistas financeiros/as etc.); 2) daqueles/as profissionais que atuam “por dentro” de uma plataforma específica, como se fossem funcionários/as dessa plataforma (professores/as, psicólogos/as, médicos/as, advogados/as, atendentes de *call centers* etc.) e 3) dos profissionais de menor qualificação, que disputam o gigantesco mercado das “microtarefas”, em geral caracterizadas como atividades fragmentadas, repetitivas, de fácil execução e para as quais o perfil e as características do/a trabalhador/a têm quase nenhuma relevância - são casos típicos de “microtarefas” as rotinas de calibragem de mecanismos de inteligência artificial, tradução de faturas comerciais, buscas por perfis ou categorias, reconhecimento de imagens, reprodução de likes etc.

Face a essa constelação de situações empresariais e laborais “fora da caixa”, tem se observado uma produção muito ampla e profícua de análises, notadamente no campo da Sociologia e do Direito, que procuram investigar mais a fundo os novos sentidos e configurações do trabalho que brotam do fértil ambiente das plataformas digitais.

Já do ponto de vista econômico, parece prevalecer, ainda, entre os especialistas, uma certa perplexidade e conseqüentemente um volume menor de estudos publicados, principalmente em língua portuguesa. Entretanto, na medida em que esses mercados vão se consolidando, algumas tendências e características vêm se consolidando, permitindo definir-se melhor os contornos e algumas outras particularidades importantes daqueles dois ecossistemas.

Por um lado, no segmento das empresas situadas *location-based*, talvez por conta da importância da conquista geográfica do mercado, percebe-se a adoção de estratégias competitivas muito mais agressivas, como, por exemplo, a referida precificação abaixo dos custos operacionais, a superexploração dos/as trabalhadores/as, os grandes investimentos em *marketing*, o ritmo acelerado de fusões e aquisições, a importante atenção ao desenvolvimento e intro-

dução de inovações tecnológicas e organizacionais.

Pressionadas pela máxima de que o “vencedor fica com quase tudo” (*the winner take most*), as empresas que lideram esse ecossistema transitam, frequentemente, em um curto espaço de tempo, do formato “*marketplace*” (sites que cuidam apenas da tarefa de colocar o cliente e o fornecedor em contato), para o gerenciamento de operações intermediárias - por exemplo, as entregas - para a venda de serviços de apoio, até chegarem às finanças, oferecendo seguros para usuários/as e/ou trabalhadores/as, arrendando ou financiando equipamentos e veículos. Ou seja, com frequência, em suas curtas trajetórias, essas empresas revelam um arco que se inicia com a comezinha intermediação comercial - tal qual faziam os cadernos de classificados dos antigos jornais impressos - e termina como *fintechs* (empresas financeiras que operam por plataformas digitais), suportadas por fundos de investimento que miram a valorização patrimonial no mercado de ativos financeiros.

Já no ecossistema denominado ‘*web-based*’, especialmente no subgrupo dos *freelancers*, embora também seja comum a presença de empresas de grande porte e com estratégias bastante agressivas (como, por exemplo, nos setores de telemedicina e de educação à distância), percebe-se a prevalência de um ambiente mais concorrencial, com reduzidas barreiras à entrada de novos/as competidores/as e muitas empresas disputando o mesmo mercado, por vezes com concorrentes que atuam para além das fronteiras nacionais (a ausência da determinação geográfica certamente é uma fator importante desta configuração).

Por conseguinte, de uma forma geral, nesse ambiente das plataformas *web-based*, que operam com *freelancers* ou segmentos de ocupações que exigem maior formação, as empresas têm maior dificuldade para imporem condições muito draconianas aos/às trabalhadores/as, o que tende a reduzir a exploração do trabalho, se comparada às práticas encontradas nas empresas que operam no ambiente “*location-based*”².

Na outra ponta desse mesmo ecossistema das plataformas do tipo “*web-based*”, despontam algumas empresas de escala gigantesca, que dominam o mercado mundial de trabalhadores/as de “microtarefas” (Amazon Mechanical Turk; Clickworker, Task Mate, UHRS etc.), mercado que, por suas mencionadas características, é caracterizado por uma oferta quase ilimitada de força de trabalho (espalhada pelos cinco continentes e disponível 24 horas por dia), muito difícil de ser regulado.

Em suma, pode-se concluir que este novo mundo das plataformas digitais parece reproduzir, em *realidade aumentada*, muitos vícios, desequilíbrios e incertezas que desde sempre estiveram presentes no metabolismo social e econômico do Regime do Capital. Entretanto, algumas distinções importantes

² Apesar disso, deve-se destacar, como demonstram diversos estudos setoriais (inclusive na presente edição desta revista), que as atividades laborais, quando realizadas por meio das plataformas digitais, tendem a ser pior remuneradas, se comparadas às mesmas atividades realizadas de forma presencial.

podem ser assinaladas. Se é verdade que sob o guarda-chuva das plataformas digitais cabem modelos de negócio e processos de trabalho muito heterogêneos, também é verdade que o uso das plataformas digitais constitui um inédito denominador comum entre ramos da produção, setores de atividade, tipos de ocupações, cidades ou países, o que com o tempo pode ensejar o desenvolvimento de padrões de organização dos/as trabalhadores/as e de regulação laboral muito mais abrangentes e horizontais, rompendo, inclusive, os limites das fronteiras nacionais.

O QUE HÁ POR BAIXO
DO GUARDA-CHUVA DAS
“PLATAFORMAS DIGITAIS”?