

Da classe virtual aos trabalhadores do clique: a transformação do trabalho em serviço na era das plataformas digitais^a

From the virtual class to the click workers: the transformation of work into service in the era of digital platforms

ANTONIO A. CASILLI^b

Institut Polytechnique de Paris, École Nationale Supérieure des Télécommunications. Paris, França

RESUMO

Ao contrário da fantasia de uma classe virtual de trabalhadores livres do trabalho, a flexibilidade dos serviços de microtarefas, realizadas por todos os usuários de plataformas digitais, beneficia apenas as empresas do Vale do Silício.

Palavras-chave: Trabalho digital, classe virtual, empreendedor precário, plataformas digitais

ABSTRACT

Contrary to the fantasy of a virtual class of workers free from work, the flexibility of micro-task services, performed by all users of digital platforms, only benefits companies in the Silicon Valley.

Keyword: Digital work, virtual class, precarious entrepreneur, digital platforms

^a Artigo publicado originalmente em maio de 2019 em *Esprit*, (454), 79-88. Recuperado de <https://bit.ly/2x9MowV>.

^b Professor de sociologia na École Nationale Supérieure des Télécommunications (Télécom Paris), parte do Institut Polytechnique de Paris, e pesquisador no Instituto Interdisciplinar de Inovação do Centre National de la Recherche Scientifique, França. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2025-1627>. E-mail: antonio.casilli@telecom-paristech.fr

A CULTURA E O éthos digitais foram ancorados em um mal-entendido fundamental: que o modelo de livre empresa “californiana” comportaria uma ideologia que combina ao mesmo tempo os direitos liberais pró-mercado e as esquerdas libertárias derivadas da contracultura do século XX. Na realidade, o digital que conhecemos e sua filosofia da atividade de trabalho nasceram em reação a essas aspirações e representam o seu desmantelamento.

AS ASPIRAÇÕES DA CLASSE VIRTUAL

Foi no ensaio homônimo publicado em 1996 por Richard Barbrook e Andrew Cameron que o conceito de *ideologia californiana* foi articulado pela primeira vez com o reconhecimento de uma classe social *virtual* destinada a se tornar o equivalente da elite dos trabalhadores especializados do século XX. Esses *artesãos hi-tech* seriam não apenas bem-remunerados, mas também teriam uma considerável margem de autonomia na escolha de conteúdo, do local e da temporalidade de seu trabalho. Imbuídos dos valores da contracultura hippie californiana, eles borram a linha entre emprego e liberdade criativa.

A classe virtual seria composta por consultores visionários, desenvolvedores especializados, engenheiros e cientistas da computação, bem como designers de videogames e especialistas em comunicação de qualquer área (Kroker & Weinstein, 1994). No final do século passado, segundo Arthur Kroker e Michael Weinstein, as empresas do Vale do Silício continuavam dependentes desse novo sujeito social cujas ocupações consistiam em inventar produtos originais, conceber softwares ou criar conteúdos culturais.

Os profissionais-chave, os *sublimes*, como o economista Bernard Gazier (2003) os chamaria alguns anos depois. Com eles, teríamos testemunhado o ressurgimento, no centro da economia digital, dos trabalhadores de elite do primeiro industrialismo, livres para empreender carreiras profissionais coerentes com seus *desejos* individuais. Pulando de empregador para empregador, esses *inovadores da web* alternariam fases de trabalho não remunerado, por diversão ou pela comunidade, com fases de rentabilidade (Aguiton & Cardon, 2007).

Os trabalhadores do novo tipo evoluem em um contexto de flexibilidade em que tiram vantagens dos benefícios do mercado e estão sujeitos aos caprichos dos ciclos econômicos. Eles não vivem na recusa ao trabalho que caracterizou as gerações de militantes das décadas de 1960 e 1970. Pelo contrário, o trabalho teria se tornado a principal via de realização pessoal para a maioria dos membros dessa classe virtual. O primeiro tijolo da ideologia californiana seria assim assentado, com a invenção de uma figura paradoxal do trabalhador libertado pelo trabalho, cujo único centro de gravidade é uma ocupação instável. Um trabalho flexível para

um trabalhador que tem poder de negociação pessoal em igualdade de condições com o seu principal empregador. Um trabalhador que pode dizer não, que não está sujeito à disciplina que se aplica à massa de assalariados.

ABRA CAMINHO PARA JEFF BEZOS

Talvez seja entre Palo Alto e Santa Clara que a ambição da cultura de trabalho das empresas digitais tenha sido formulada. Entretanto, é entre Seattle e Boston que suas infraestruturas tecnoeconômicas se definiram. De Seattle, em 27 de setembro de 2006, decola o avião de Jeff Bezos, que aterrissa em Boston para falar no Massachusetts Institute of Technology (Bezos, 2006). Naquela época, o chefe da Amazon ainda não tinha a cabeça raspada e o bíceps bombado. É sua encarnação geek que sobe ao palco para apresentar os três pilares de seu império comercial. Seu catálogo on-line, é claro, mas também a Amazon Web Services, seu serviço para armazenar e analisar dados do tráfego da internet.

O melhor ele reserva para o fim: Amazon Mechanical Turk, um serviço de trabalho humano sob demanda. Mais precisamente, é um sistema que faz os trabalhadores humanos realizarem, por incentivos econômicos de apenas alguns centavos, *microtarefas*, ou seja, atividades rotineiras e pouco valorizadas que normalmente seriam realizadas por máquinas. Mas as máquinas, lembra o bilionário, não são capazes de alcançar o que prometem se ninguém as ensinar. É por isso que estamos falando sobre o *aprendizado de máquina* (*machine learning*). Os professores humanos não são especialistas em informática, mas centenas de milhares de trabalhadores que fornecem quaisquer pequenos exemplos cada.

O nome que Bezos escolheu para seu serviço é uma homenagem ao autômato jogador de xadrez turco, a “primeira inteligência artificial” que, no século XVIII, teria tido a capacidade de simular os processos mentais dos adversários humanos. Mas, dentro desse robô, estava escondido um jogador de carne e osso. Da mesma forma, Jeff Bezos explica, sem qualquer sombra de ironia, que dentro do Amazon Mechanical Turk estão ocultas multidões de trabalhadores. Pagos por peça, rotulam as imagens, copiam fragmentos de texto, gravam pequenos arquivos de áudio. Eles aperfeiçoam os algoritmos e alimentam os bancos de dados.

Como seus homólogos da classe virtual, não têm garantias de ter um emprego. Eles trabalham “quando querem”. Mas as suas escolhas são limitadas a tarefas simples e fragmentadas que não exigem habilidades avançadas, seus ritmos são ditados pela lógica implacável do *just-in-time* e seus honorários são salários de fome. Eles não são sublimes, mas *trabalhadores* dos tempos modernos. “Grosso modo”, conclui Jeff Bezos, “é o humano-enquanto-serviço”.

E um de seus concorrentes, Lukas Biewald, fundador do serviço Figure Eight, desenvolve essa intuição: antes das plataformas digitais, explica ele, era difícil sentar os trabalhadores por dez minutos, dando-lhes uma atividade, e depois demiti-los. Mas, com serviços de microtarefa, os empreendedores do Vale do Silício podem identificá-los, prometer-lhes uma quantia muito pequena e depois se livrar deles (Marvit, 2014). Essa é sem dúvida a flexibilidade a que os membros da classe virtual aspiravam, exceto que ela parece beneficiar apenas os empresários.

DO PRODUTO AO SERVIÇO

Se o trabalhador da classe virtual qualificado e livre encarna o sonho do trabalho no Vale do Silício, o funcionário de Jeff Bezos é a resposta assustadora. Na cultura digital de hoje, o trabalho sublime da classe virtual permanece, precisamente, uma virtualidade, uma possibilidade que custa a se realizar. Pelo contrário, o que parece estar em toda parte é um trabalho duro, de produção de dados brutos, tão simples que podem ser feitos pelo mero clique de um dedo – em suma, o *digital labor*.

Esse trabalho pode começar no Amazon Mechanical Turk, que se mantém um serviço central para a plataforma estadunidense, porém continua nas similares chinesa, africana e europeia, onde os microempreendedores dos trabalhadores precários às vezes pagam menos de um centavo pela execução de tarefas atomizadas. É também entre os motoristas de carros não taxistas que encontramos esse tipo de trabalho. Entre uma corrida e outra, esse trabalho gera muitos dados para os aplicativos móveis com os quais eles ganham a vida. Seus GPS ajudam a melhorar softwares de geolocalização, suas pontuações de reputação e seus ganhos fazem funcionar os algoritmos de tarifação dinâmica que tornam esses serviços tão convenientes.

Mas o *digital labor* também se instala nos nossos usos digitais mais lúdicos. Não remunerados, cada um de nós o executa quando responde ao reCAPTCHA. Essas pequenas janelas digitais, que nos obrigam a reconhecer a imagem de uma passagem de pedestres ou a transcrever palavras deformadas utilizam nossas respostas para aperfeiçoar o Google Street View ou o Google Books. Sob o pretexto de *demonstrar que nós somos humanos*, concordarmos em nos reduzir a um *serviço humano*.

Segundo um dos protagonistas dessa nova economia, o fundador da plataforma de microemprego Fiverr, a ideia básica é transformar o mercado de trabalho independente em um mercado “de compra de serviços comparável à compra de produtos de sites de vendas on-line” (Lawler, 2017, par. 4). Mas, sejamos claros, isso não é uma mercantilização dos gestos produtivos humanos.

A completa assimilação do trabalho em mercadoria (em coisa, portanto) é uma noção que possui uma longa história. Depois de 1880, quando o economista estadunidense John Kells Ingram instou seus contemporâneos a não considerar o trabalho como “uma entidade independente, separada da personalidade do trabalhador . . . como uma mercadoria como trigo ou algodão”, a frase “o trabalho não deve ser visto apenas como uma mercadoria ou como um artigo comercial” iria fazer sua aparição na Lei Antitruste de Clayton, de 1914, no Tratado de Versalhes, de 1919 e, finalmente, na Declaração da Filadélfia, de 1944, que daria à Organização Internacional do Trabalho seu princípio fundador: o trabalho não é uma mercadoria (*labour is not a commodity*) (O’Higgins, 1997, p. 226).

Contudo, o risco de que o trabalho seja reduzido a uma *coisa* separada de seu criador é menos premente no contexto da economia digital de hoje. Tudo o que os internautas produzem com seus cliques e sua navegação está estritamente vinculado à sua personalidade – de dados *pessoais* que vinculam *afinidades* às *opiniões* e *preferências* expressas em plataformas. Quando nos posicionamos ao lado do usuário, o mais próximo possível de seu cotidiano conectado, percebemos que seu hábito de trabalho de produzir dados e informações é realmente uma *servilização*, ou seja, a transformação de sua rotina em serviços prestados a plataformas digitais. As microtarefas do Amazon Turk, as rotas de GPS dos motoristas de aplicativos, os conteúdos gerados pelos usuários das mídias sociais são monetizados; os dados pessoais são usados para treinar e calibrar os processos de aprendizagem de máquina. Esses serviços contribuem para a valorização de mercado e dos enormes lucros dos Gafam (Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft). Tudo com a mais absoluta flexibilidade.

Não há sequer uma mercadoria, um objeto material ao qual o trabalhador possa se agarrar ao final da transação que solicitou seu trabalho. Tudo é evanescente, tudo é precário.

EMPREENDEDOR PRECÁRIO

De acordo com o jurista inglês Jeremias Prassl (2018), a transformação do trabalho humano em serviço é possibilitada por um repertório de truques retóricos que, primeiro, se manifestam nos contratos que as plataformas assinam com seus trabalhadores-usuários. Cuidadosamente formuladas, as condições gerais de uso (CGU) dos aplicativos e sites caracterizam esses serviços como intermediários e os trabalhadores como *vendedores*, *fornecedores* e até *empreendedores independentes*. “O trabalho”, resume Prassl (p. 4), “é rebatizado empreendedorismo e a mão de obra é vendida como uma solução tecnológica”.

Além das CGUs, existem as interfaces, o design da experiência, a funcionalidade das plataformas, que afastam cuidadosamente a possibilidade de uma relação salarial estável entre seus proprietários e usuários. Quase um quarto de século após a análise de Barbrook e Cameron, a economia digital oferece os *gigs* (trabalhos de curta duração), os *esquemas*, os *pequenos trabalhos*, as apresentações rápidas e divertidas: as pontuações, os *likes*, os desafios e funcionalidades sociais transformadas em divertido jogo de envolvimento com uma interface digital. Por trás da *gamificação* e da facilidade de acesso, delineia-se nas entrelinhas o desejo das plataformas de governar e controlar seus usuários. Esse gerenciamento algorítmico se manifesta por meio de práticas de verificação, quantificação e confirmação dos serviços prestados (Rosenblat, 2018): o entregador expresso deve entregar a refeição dentro do prazo determinado por seu aplicativo móvel, o microempregado deve manter certa pontuação precisa em seu portal da internet e até mesmo o livre consumidor de informações que combina palavras e imagens no reCAPTCHA deve respeitar certo nível de exatidão antes de poder recuperar seu documento na nuvem. As plataformas não apenas encontraram uma maneira de motivar os usuários a realizar o trabalho, mas também de facilmente verificar se estão executando as tarefas que lhes são atribuídas em determinado ritmo e de acordo com normas heterodeterminadas.

Embora os sistemas legais em todo o mundo tenham aprendido a responder às tentativas dos empregadores de caracterizar enganosamente os trabalhadores como empreendedores independentes, a estratificação tecnológica e econômica das plataformas digitais dificulta hoje a demonstração do lugar de subordinação e a relação de vínculo, em cada caso, com o empregador principal. É por isso que o *digital labor*, realizado por freelancers ou trabalhadores, ou mesmo pelos usuários-trabalhadores que o ignoram, demanda habilidades empreendedoras tanto de quem o comanda quanto de quem o realiza: a gestão de relações comerciais, a busca por novas oportunidades de negócio, a escuta, a comunicação, a adaptabilidade.

A transformação do trabalho em serviço e a fusão dos trabalhadores em empreendedores andam de mãos dadas. O neologismo *empreendedor precário* (*entreprécarariat*), que se afirma hoje na Europa, resume esses dois aspectos da dinâmica histórica em que se situa a ideologia do trabalho dos gigantes da economia de plataformas. A dissonância cognitiva entre as aspirações encarnadas pelas atitudes empreendedoras dos sublimes que desejam ser *os chefes de si mesmos* e a realidade das plataformas que os forçam a um trabalho desprovido de significado e cujas formas de remuneração lhes escapam, segundo o pesquisador Silvio Lorusso (2018), “reflete uma sociedade em que todo mundo empreende e ninguém está seguro” (p. 20).

OCULTAR ESSA SUBORDINAÇÃO QUE NÃO SE PODE VER

A transformação do trabalho em serviço faz eco em toda a economia. Embora Jeremias Prassl (2018) descreva os novos centros nervosos da economia da internet como espaços do mercado onde o trabalho é comprado, essas transações podem se afastar, no contexto econômico moldado pelos gigantes da tecnologia, da forma ideal que consiste em transmitir voluntariamente a terceiros um direito de propriedade.

Já no final do século passado, Jeremy Rifkin (2000) descreveu essa tendência em seu livro *L'Âge de l'Accès*. Segundo ele, o capitalismo contemporâneo teria renunciado ao seu marcador ideológico histórico, a saber, os direitos de propriedade sobre os recursos produtivos. Terra, capital e até trabalho deixaram de ser considerados como riqueza que os capitalistas possuem, para se tornarem serviços aos quais os capitalistas têm acesso.

Em um mundo em que os mercados estão dando lugar a plataformas e às redes digitais, não é mais esperado que os fornecedores – incluindo esses fornecedores de mão de obra – sejam detentores de um bem ou habilidade específica que se possa submeter à lógica clássica da compra ou da venda. Os novos recursos produtivos são, por isso, alugados, emprestados, confiados em troca de uma assinatura ou uma taxa de inscrição. Se os atores industriais param gradualmente de vender para compartilhar e reunir recursos com outras empresas, por que os *empreendedores* de plataformas não devem fazer o mesmo em vastas redes de fornecedores-usuários? O fim anunciado dos direitos individuais à propriedade privada sobre as mercadorias está articulado com o suposto fim pretendido do vínculo de subordinação dos trabalhadores.

No entanto, uma subordinação específica ao *digital labor* está surgindo nas plataformas digitais. Não é uma dependência econômica e social de um assalariado em relação ao empregador, mas uma subordinação que não garante a estabilidade de uma ocupação, nem a responsabilidade social de um gerente de empreendimento. É apenas uma *subordinação* no sentido etimológico do termo, ou seja, a *delegação* de tarefas a serem executadas a seres humanos *servicializados*. Uma *subordinação técnica* articulada ao longo de uma cadeia invisível cujas ligações são as tantas prescrições de uso que pesam sobre o trabalhador-usuário.

A maior parte dos aplicativos e dos serviços digitais atuais depende, neste momento, da injunção implícita feita aos usuários para produzir conteúdos, dados ou serviços que exigem *elementos acionadores* (*triggers*) em suas interfaces. Os especialistas em design persuasivo e em ergonomia que otimizam as plataformas estão se esforçando para sistematizar o conhecimento sobre esses gatilhos. Eles os qualificam como *estímulos*, lembretes ou mesmo *apelos à ação* (*calls to action*), consistindo em mensagens “que dizem às pessoas para realizar um comportamento

imediatamente” (Fogg, 2009, p. 6): tirar uma fotografia, inserir informações, aceitar um contato, realizar uma atividade – ordens que emergem da plataforma para os usuários. As plataformas sociais que bombardeiam seus membros com mensagens que os convidam a se conectar ao seu perfil; as de trabalho que enviam avisos aos usuários notando que uma ação urgente é imprescindível para desbloquear uma transação pendente... Esses alertas, sempre são expressos no imperativo (*conecte-se, clique aqui, faça essa tarefa*), encarnando o que o filósofo Maurizio Ferraris (2015) define como “apelos de solicitação”. Eles são gatilhos, endereçados exclusivamente a um usuário e, na maioria das vezes, exigem que execute um gesto produtivo.

Vários autores apontaram que essas notificações estão no centro das mutações do capitalismo contemporâneo e de seus processos de atenção (Licoppe, 2009). A subordinação técnica criada por eles consolida um processo de ordenamento de tarefas produtivas executadas pelos usuários das plataformas. A multiplicação de *estímulos* e solicitações que requerem uma resposta imediata impõe um ritmo e prioridades heterodeterminadas ao trabalhador.

As aspirações dos trabalhadores de emancipar-se da subordinação, de recuperar as margens de autonomia perdidas no final das lutas sindicais do segundo período pós-guerra e na expansão neoliberal do final do século XX manifestaram-se inicialmente no sonho de uma classe virtual. Os empresários do Vale do Silício apresentaram uma contraproposta ideológica que consiste em um trabalho mais restrito e menos bem-protegido. Ao contrário da autonomia elogiada pela visão “*sublime*” do trabalho imaginada por Barbrook e Cameron (1996), Kroker e Weinstein (1994), a implantação de uma ação controlada e enriquecedora tanto para a economia quanto para a sociedade está se mostrando, no momento, impossível, porque as plataformas repousam na necessidade de organizar a ação de seus humanos, transformando-os em serviços. ■

REFERÊNCIAS

- Aguiton, C., & Cardon, D. (2007). The strength of weak cooperation: An attempt to understand the meaning of Web 2.0. *Communications & Strategies*, 65(1), 51-65. Recuperado de <https://bit.ly/2Vm43cR>
- Barbrook, R., & Cameron, A. (1996). The Californian ideology. *Science as Culture*, 6(1), 44-72. doi: 10.1080/09505439609526455
- Bezoz, J. (2006, 27 de setembro). Opening keynote and keynote interview [arquivo de vídeo]. Recuperado de <https://bit.ly/3c9LOOe>
- Ferraris, M. (2015). *Mobilisation totale: L'appel du portable*. Paris, França: PUF.
- Fogg, B. J. (2009). A behavior model for persuasive design. Artigo apresentado no *Persuasive '09: Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive*

- Technology* da Association for Computing Machinery, Claremont, CA. Recuperado de <https://bit.ly/3e7lQgp>
- Gazier, B. (2003). *Tous sublimes: Vers un nouveau plein-emploi*. Paris, França: Flammarion.
- Kroker, A., & Weinstein, M. A. (1994). *Data trash: The theory of the virtual class*. Montréal, Canadá: New World Perspectives.
- Lawler, R. (2017, 27 de junho). Fiverr launches a Pro tier and acquires video production marketplace Veed.me. *TechCrunch*. Recuperado de <https://tcrn.ch/3ea0Q8x>
- Licoppe, C. (2009). Pragmatique de la notification. *Tracés*, (16), 77-98. doi: 10.4000/traces.2523
- Lorusso, S. (2018). *Entreprenariat*. Brescia, Itália: Krisis Publishing.
- Marvit, M. Z. (2014, 5 de fevereiro). How crowdworkers became the ghosts in the digital machine. *The Nation*. Recuperado de <https://bit.ly/2xYX2qd>
- O'Higgins, P. (1997). 'Labour is not a commodity': An Irish contribution to international labour law. *Industrial Law Journal*, 26(3), 225-234. doi: 10.1093/ilj/26.3.225
- Prassl, J. (2018). *Humans as a service: The promise and perils of work in the gig economy*. Oxford, Inglaterra: Oxford University Press.
- Rifkin, J. (2000). *L'Âge de l'Accès: La révolution de la nouvelle économie*. Paris, França: La Découverte.
- Rosenblat, A. (2018). *Uberland: How algorithms are rewriting the rules of work*. Oakland, CA: University of California Press.

Artigo recebido em 15 de outubro de 2019 e aprovado em 10 de janeiro de 2020.

