JOSEANE KADOR BALESTRIM

UMA INVESTIGAÇÃO DO MUNDO DO TRABALHO E DA PRÁTICA DO DELIVERY A PARTIR DA VISÃO DE MOTO-ENTREGADORES EM CAMPO GRANDE, MS

Bolsista Fundect

CAMPO GRANDE/ MS
2022

JOSEANE KADOR BALESTRIM

UMA INVESTIGAÇÃO DO MUNDO DO TRABALHO E DA PRÁTICA DO DELIVERY A PARTIR DA VISÃO DE MOTO-ENTREGADORES EM CAMPO GRANDE, MS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* - Mestrado em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco, sob a orientação da profª Drª Cleonice Alexandre Le Bourlegat, para obtenção do título de Mestre.

Bolsista Fundect

CAMPO GRANDE/ MS
2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: "A prática do delivery em Campo Grande/MS e o mundo do trabalho na visão dos moto-entregadores"

Área de concentração: Desenvolvimento Local em Contexto de Territorialidades.

Linha de Pesquisa: Políticas Públicas e Dinâmicas de Inovação em Desenvolvimento Territorial.

Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Conselho do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local.

Exame de Defesa aprovado em: 29/06/2022

A presente defesa foi realizada por videoconferência. Eu, Cleonice Alexandre Le Bourlegat, como presidente da banca assinei a folha de aprovação com o consentimento de todos os membros, ainda na presença virtual destes.

Profª. Drª. Cleonice Alexandre Le Bourlegat (Orientador)
Drª Simone Beatriz Assis de Rezende (PRT/MS)
Prof. Dr. Josemar de Campos Maciel (PPGDL/UCDB)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade Católica Dom Bosco
Bibliotecária Mourâmise de Moura Viana - CRB-1 3360

B184i Balestrim, Joseane Kador
Uma investigação do mundo do trabalho e da prática do delivery a partir da visão de moto-entregadores em Campo Grande, MS/ Joseane Kador Balestrim sob orientação da profa. Dra. Cleonice Alexandre Le Bourlegat.-- Campo Grande, MS : 2022.
87 p.: il.

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Local) - Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2022
Bibliografia: p. 73-79

1. Trabalho - Aspectos sociais. 2. Plataformas digitais de trabalho. 3. Moto-entregadores - Campo Grande (MS) I.Le Bourlegat, Cleonice Alexandre. II. Título.

CDD: 305.562

Em homenagem à minha avó materna, pelo exemplo de perseverança e coragem. Aos professores do curso de Mestrado em Desenvolvimento Local, que não mediram esforços para me auxiliar nessa jornada rumo ao conhecimento, e à orientadora Cleonice Alexandre Le Bourlegat, pela consideração, atenção e orientação desse trabalho, e a todos os moto-entregadores, que me auxiliaram no estudo de caso na cidade de Campo Grande/MS.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por permitir que tudo isso fosse possível e por nunca me desamparar.

Ao meu querido esposo, amigo e companheiro, meu pesquisador exemplo, que me ajudou em todas as etapas, indispensável nessa longa jornada, sem o qual não seria possível dedicar-me a realização desse trabalho.

Ao meu filho, por me transmitir alegria e força, mesmo sem se dar conta, para prosseguimento de meus esforços, bem como, pela compreensão em momentos de ausência.

À minha avó materna, fundamental na minha vida, responsável pelo cultivo das primeiras sementes de educação que recebi, sendo exemplo na formação e modelagem do meu caráter.

À minha orientadora Professora Doutora Cleonice Alexandre Le Bourlegat, pelas inúmeras orientações, pela sua disponibilidade, interesse e receptividade com que me recebeu e pela prestabilidade com que me ajudou. É de se admirar seu conhecimento e disposição.

Aos moto-entregadores, que mesmo em tempos difíceis, permaneceram nas ruas e de forma significativa contribuíram para o estudo do presente caso ao se prontificarem a responder o Entrevista.

Enfim, sou grata a todos que contribuíram de forma direta ou indireta para realização dessa dissertação.

“Confia no Deus eterno de todo o seu coração e não se apoie na sua própria inteligência. Lembre-se de Deus em tudo o que fizer, e ele lhe mostrará o caminho certo.”

(Provérbios/Bíblia Sagrada)

BALESTRIM, Joseane Kador. **Uma investigação do mundo do trabalho e da prática do delivery a partir da visão de moto-entregadores em Campo Grande, MS**. Dissertação (Desenvolvimento Local). 2022. 85 fls. Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande – MS.

RESUMO

O objeto dessa pesquisa foi o trabalho de entregas locais de curta distância por meio de aplicativos (*delivery*), sejam aqueles inseridos em grandes plataformas digitais, como aqueles que iniciaram tais serviços por iniciativa própria. O objetivo geral foi verificar como se realiza a prática do *delivery* de moto-entregadores em Campo Grande/MS. A questão da presente dissertação concentrou-se em verificar a realização do trabalho de entrega domiciliar de curta distância (*delivery)* na realidade de Campo Grande, MS, e algumas de suas implicações na atividade profissional dos moto-entregadores nele envolvidos. Alguns resultados do trabalho: o trabalho realizado sob o comando destas plataformas ou de simples aplicativos, de forma centralizada, não dá oportunidade de construção de uma autêntica economia compartilhada, a exemplo de um *ridesourcing*, que envolvem plataformas *peer-to-peer*, envolvendo interações descentralizadas e de código aberto, num processo de inovação colaborativa. Os modelos de plataformas capitalistas sob demanda, como se pôde constatar, mesmo que apresentem maior vitalidade, ainda são marcados por riscos de retrocessos e desproteção do trabalhador. Ele permite ao gestor da plataforma repassar grande parte dos riscos e custos ao moto-entregador, perpetuando o processo de desigualdade. Por outro lado, também é importante lembrar que as instituições e políticas públicas herdadas do modelo fordista de natureza hierárquica não são mais apropriadas para reger esta nova modalidade sistêmica de interagir.

Palavras-Chave: Plataformas Digitais sob demanda, Moto-entregadores, Mundo do trabalho.

BALESTRIM, Joseane Kador. **An investigation of the world of work and the practice of delivery from the vision of motorcycle-delivery men in Campo Grande, MS**. Dissertation (Local Development). 2022. 85 fls. Don Bosco Catholic University. Campo Grande - MS.

ABSTRACT

The object of this research is the work of short-distance local deliveries through applications, be they those inserted in large digital platforms, or those who started such services on their own initiative. The main objective was to verify how the practice of motorcycle delivery, done by males, is manifested in Campo Grande/MS. The question of this dissertation is to acknowledge how the work of short-distance home delivery is manifested in the daily reality of Campo Grande, MS, and its implications in the professional activity of the motorcycle couriers involved in it. The results of the research point to some findings: First, the work carried out under the command of these platforms or simple applications, in a centralized way, does not give the opportunity to build an authentic shared economy, such as ridesourcing, which involves peer-to-peer platforms, involving decentralized and open source interactions, in a process of collaborative innovation. Second, the models of on-demand capitalist platforms, as can be seen, even if they present greater vitality, are still marked by the risk of setbacks and lack of protection for the worker. It allows the platform manager to transfer a large part of the risks and costs to the delivery driver, perpetuating the inequality process. On the other hand, it is also important to remember that the institutions and public policies inherited from the hierarchical Fordist model are no longer appropriate to govern this new systemic modality of interacting.

Key-words: On-demand Digital Platforms, Moto-deliveries, World of work.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Idade dos entrevistados.....55
Gráfico 2: Estado civil dos entrevistados 56
Gráfico 3: Nível de escolaridade dos entrevistados 56
Gráfico 4: Motivos pela opção desta modalidade de trabalho 57
Gráfico 5: Opinião dos Entrevistados sobre a prática da moto-entrega como alternativa de trabalho 58
Gráfico 6: Motivos alegados para quem busca nova alternativa.....59
Gráfico 7: Média de horas/dia trabalhadas pelos entrevistados.....60
Gráfico 8: Dias trabalhados por semana.....60
Gráfico 9: Quem decide sobre o tempo trabalhado 61
Gráfico 10: Estratégias para impulsionar o trabalho do moto-entregador 62
Gráfico 11: Necessidade de manter taxa de rejeição baixa.....63
Gráfico 12: Rendimentos dos moto-entregadores em Campo Grande/MS.....64
Gráfico 13: Interferência da Pandemia na jornada de trabalho.....64
Gráfico 14: Interferência da Pandemia nos rendimentos 65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Seis dimensões da cidade inteligente 21
Quadro 2: Empresas de destaque que atuam com *delivery online* no Brasil ...43

SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS **10**
SUMÁRIO **12**
INTRODUÇÃO **14**
1 CIDADE INTELIGENTE E SUAS DIMENSÕES **18**
1.1 TRANSFORMAÇAO DIGITAL E OS NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO 22
1.2 LÓGICA DAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO E DE ORGANIZAÇÃO DA ECONOMIA DE PLATAFORMA 24
1.3 LÓGICA ECONÔMICA DAS EMPRESAS CAPITALISTAS DE PLATAFORMA 25
1.4 MODELOS DOMINANTES DE EMPRESAS CAPITALISTAS DE PLATAFORMAS 26
1.5 TECNOLOGIAS DIGITAIS QUE ATRIBUEM MAIOR CENTRALIDADE À ARQUITETURA DAS PLATAFORMAS 27
1.5.1 Computação em nuvem **28**
1.5.2 Big Data **28**
1.5.3 Internet das Coisas **29**
2 ECONOMIA DE BICO E PRÁTICAS DE *DELIVERY* **31**
2.1 CAPITALISMO DE PLATAFORMA SOB DEMANDA: UBERIZAÇÃO 36
2.2 ECONOMIA DE BICO: *RIDESOURCING* E *HOME DELIVERY* EM UBERIZAÇÃO 39
2.2.1 Ridesourcing **41**
2.3 *DELIVERY ONLINE* OU ENTREGA DOMICILIAR MEDIADA POR APLICATIVOS 42
2.4 DIREITO DO TRABALHO FRENTE ÀS CONDIÇÕES DADAS PELAS NOVAS TECNOLOGIAS 44
2.4.1 Zona Cinzenta do Trabalho e Emprego **45**
2.4.2 A exploração identificada nas novas condições de trabalho **47**
2.4.3 Teoria do panóptico pós-moderno no trabalho **48**
3 CARACTERÍSTICAS E PERCEPÇÃO DAS CONDIÇÕES DE ATUAÇÃO DOS MOTO-ENTREGADORES EM SERVIÇOS DE *DELIVERY ONLINE* **50**

3.1 METODOLOGIA DA PESQUISA 52
3.1.1 Tipo de pesquisa 52
3.1.2 Procedimentos utilizados na coleta dos dados.....52
3.1.3 Organização e interpretação dos dados coletados.....54
3.2 RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA COM MOTORISTAS DE ENTREGAS A DOMICÍLIO POR APLICATIVO 55
3.2.1 Perfil dos entrevistados.....55
3.2.2 Motivos da opção por esta modalidade de trabalho 57
3.2.3 Modalidade de trabalho vivenciada pelos moto-entregadores em Campo Grande/MS 59
3.2.4 Modalidade de trabalho vivenciada na situação específica da pandemia COVID-19 64
3.2.5 Posicionamento dos moto-entregadores em relação às condições de trabalho vivenciadas.....66
CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES 70
REFERÊNCIAS.....73
APÊNDICES 80
APÊNDICE A: ENTREVISTA PARA OS ENTREGADORES.....81
APÊNDICE B: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....84

INTRODUÇÃO

A chamada Revolução Digital, segundo afirma Manuel Castells (2020), já vem fazendo parte da vida normal das pessoas do mundo inteiro. De acordo com a organização internacional *We are Social* (2020), o mundo conheceu uma mudança drástica nos primeiros três meses de 2020, diante da pandemia da COVID-19, que também se evidenciou nos comportamentos digitais, especialmente, porque bilhões de pessoas recorrem aos seus dispositivos móveis para buscar na Internet mídias sociais e o comércio eletrônico ajuda para lidar com a vida e realização de trabalhos em *home office.*

Conforme informou Manuel Castells (2020) a comunicação digital foi integrada em praticamente todas as áreas, gerando novas forma de relacionamento. Essa nova forma de se relacionar vem repercutindo fortemente no mundo do trabalho, diante da emergência de novos modelos de negócio baseados em plataformas digitais e aplicativos, construídos em redes interativas. No mundo da cibernética, os algoritmos dão origem aos sistemas de negócio programáveis por comandos pré-ordenados, que condicionam os comportamentos do trabalhador. Por meio desses comandos, o programa distribui os trabalhos segundo as demandas dos clientes. Esse, segundo Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), passa a ser tratado como uma máquina inteligente, ao ter que reagir aos sinais recebidos.

De acordo com Kemp (2020), as pesquisas da organização internacional *We are Social* (2020) revelam que já são bilhões de pessoas que recorrem aos seus dispositivos móveis, para buscar na *Internet*, mídias sociais e comércio eletrônico, tanto soluções para a vida cotidiana, como para realização de trabalhos em home office. Em 2020, os usuários de dispositivos móveis passaram a representar 66% da população mundial. Esses estudos ainda apontaram que em 2020, já se contava com 4,57 bilhões de pessoas fazendo uso da Internet, o que significou um aumento de mais de 7% em relação ao ano de 2019. Os usuários de mídia social, por seu turno, estão crescendo ainda mais rápido, ou seja, mais de 8% em relação a 2019, atingindo 3,81 bilhões em 2020.

As tecnologias digitais, desse modo, se fazem cada vez mais presentes na vida cotidiana das pessoas, especialmente daquelas que vivem nas cidades, além de estar proporcionando profundas transformações nos modelos de negócios. uma era da transformação digital, impulsionada principalmente pela interligação de três sistemas: nuvem, Big Data e Internet das Coisas.

De um lado, essas novas tecnologias digitais vêm mediando relações socioeconômicas e ambientais, na transformação das cidades, especialmente, das grandes metrópoles, favorecendo o surgimento das cidades inteligentes, num esforço de ampliação do bem-estar, do empreendedorismo local, no sentido de torná-las mais inclusivas e dotá-las de maior autonomia e resiliência. De outro, a transformação digital, ao proporcionar novos modelos de negócio, também tem permitido a emergência de empresas capitalistas, de plataforma monopolistas, de atuação internacional que, de alguma forma, interferem na escala local, em que se organizam as cidades inteligentes.

Conforme Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), o novo trabalhador sai do antigo comando hierárquico dos chefes, para se submeter ao controle da programação de aplicativos, no cumprimento das demandas dos clientes, precisando estar mobilizado e disponível para esse fim. Os controladores de seu trabalho passam a ser os próprios clientes, por meio de avaliações e comentários sobre as condições da entrega. Nesse sentido, na verdade, quem o controle é feito pelas notas dadas pelos clientes. O destinatário da pontuação não é o cliente, mas serve apenas para que a empresa controle, no seu interesse, a comodidade do motorista continuar dirigindo pela plataforma..

As tecnologias digitais, conforme alerta Saltarelli (2018), são novos instrumentos técnicos que contribuem para que as interações se tornem, cada vez mais, comportamentais e expansíveis, oferecendo suporte à lógica de geração de valor para o usuário.

Com base nesse novo modelo de negócio, Hirai (2018) afirma que o serviço de moto-entrega dos produtos ao cliente, mais conhecido por *delivery,* começou a causar verdadeira revolução nas principais cidades do mundo. Isso se explica, segundo o autor supracitado, pelo trânsito cada vez mais caótico e pela crônica falta de tempo das pessoas, que preferem utilizar esse tempo com outra atividade de sua preferência. Na década de 1980, as entregas domiciliares começaram pelos disk-

pizzas, pedidos ainda feitos por meio do telefone fixo, mas, diante da era dos *smartphones* e dos aplicativos, esse hábito se popularizou. Em 2013, surgiram os aplicativos do IFood e em 2018, segundo o autor, ocorreu uma profusão de outros aplicativos, envolvendo restaurantes e moto-entregadores. O mercado do *delivery* para entregas curtas via aplicativos ficou bastante aquecido nesse setor de alimentos.

Em 2020, diante do isolamento social exigido na situação de pandemia da COVID-19, mesmo empresas que estavam resistindo a essa modalidade de trabalho, precisaram rever seus posicionamentos e optaram pelo *delivery*. Estudos realizados na Fundação Getúlio Vargas e UFRJ levaram a supor, de acordo com Luna (2020), que as empresas, que acabaram descobrindo essa outra nova forma de trabalho, deveriam dar continuidade ao mesmo, o que pressupõe uma ampliação ainda maior nessa modalidade de trabalho.

Por outro lado, conforme lembraram Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), o Direito do Trabalho vigente, que teve origem na organização produtiva do tipo fordista / taylorista, numa ordem do tipo hierárquico, terá que ser repensado. Segundo eles, um grupo de acadêmicos, sindicalistas e empresários teriam divulgado um documento, por meio do qual constataram que o novo cenário, dado pelo uso de plataformas digitais e aplicativos, alterou profundamente o mundo do trabalho, devendo-se pensar um novo modelo de Direito do Trabalho, que não deixe de estimular a inovação e gerar mais certezas para trabalhadores, negócios e governo.

A questão da presente dissertação consiste em saber como se manifesta o trabalho de entrega domiciliar de curta distância (*delivery)* na realidade de Campo Grande, MS e suas implicações na atividade profissional dos moto-entregadores nele envolvidos.

O objeto dessa pesquisa foi o trabalho de entregas locais de curta distância por meio de aplicativos (*delivery*), sejam aqueles inseridos em grandes plataformas digitais, como aqueles que iniciaram tais serviços por iniciativa própria.

O objetivo geral foi verificar como se manifesta a prática do *delivery* de moto-entregadores em Campo Grande/MS. Os objetivos específicos foram: 1) Desvendar no contexto das cidades inteligentes, a origem das plataformas capitalistas sob demanda vinculadas à economia de bico; (2) Refletir como se manifesta esta nova

situação no mundo do trabalho; (3) Interpretar esta realidade vivenciada na visão dos moto-entregadores.

A dissertação foi estruturada, além dessa Introdução, em três capítulos. No primeiro foram tratadas as cidades inteligentes e suas dimensões e, como nelas vem emergindo na Era da Transformação Digital, os novos modelos de negócio baseados em plataformas digitais. No segundo capítulo detalhou-se o modelo capitalista de plataforma sob demanda e, nele a manifestação da chamada “economia de bico”, assim como a entrega domiciliar mediada por aplicativos (*delivery online*). No terceiro capítulo foi apresentada a metodologia de pesquisa utilizada para se avaliar, junto aos moto-entregadores que operam por meio de aplicativos ou como aqueles que iniciaram tais serviços por iniciativa própria sobre como se manifesta essa prática em Campo Grande/MS.

1 CIDADE INTELIGENTE E SUAS DIMENSÕES

O termo "cidade inteligente", conforme apontaram Breux e Diaz (2017), surgiu na década de 1990 e teria ganhado popularidade por meio de grandes empresas do ramo digital, inicialmente da IBM, além de se associar às várias abordagens realizadas sobre as chamadas “cidades do futuro”, a exemplo da “cidade digital”, “cidade ubíqua”, “cidade virtual”, “cidade cibernética”. Desse modo, segundo esses autores, ainda não existe um consenso a respeito da definição do que seja “cidade inteligente”, embora se observe que um pressuposto comum é o de que uma cidade inteligente seja construída por meio de tecnologias digitais.

Caragliu, Del B e Nijikamp (2011) reconheceram o enfoque dado ao papel das tecnologias digitais às infraestruturas urbanas, embora alertem sobre vários estudos focalizados também no papel do capital humano / educação, do capital social e relacional, vistos como motores do desenvolvimento urbano.

Angelidou (2014) também afirmou que existem abordagens mais centradas nas tecnologias e meios de comunicação e outras mais focalizadas nas pessoas. Assim, a “cidade inteligente” pode remeter à ideia de cidade permeada por tecnologia, que faz uso de componentes digitais, como também à ideia de uma cidade mais humana, que leva em conta o preparo das pessoas e a melhoria da qualidade de vida.

Entre os autores que se concentram mais nos modelos de cidades inteligentes voltadas a otimizar a produção e melhoria dos serviços urbanos, pode-se citar Weis *et al.* (2015, p. 312-313), para quem os sistemas inteligentes se voltam:

> […] para o monitoramento e gerenciamento das infraestruturas urbanas e antecipação a acidentes naturais; soluções de colaboração e redes sociais; sistemas integrados para a gestão de ativos; sistemas especializados de atenção à saúde e educação que permitem a interação com os atores por intermédio da Internet; sistemas, métodos e práticas para o gerenciamento integrado de serviços de qualquer natureza; sistemas para o tratamento de grandes volumes de dados estruturados e não estruturados; sistemas de georreferenciamento; aplicações inteligentes embarcadas em toda sorte de bens; tecnologias de identificação por radiofrequência e etiquetas digitais colocadas em produtos e cargas, otimizando os processos logísticos e as transações comerciais; sensores e sistemas de inteligência artificial que percebem e respondem rapidamente a eventos ocorridos no mundo físico, desencadeando processos digitais que passam a ter consequências cada vez mais imediatas e significativas no mundo,

> conectando pessoas, empresas e poder público a qualquer tempo e em qualquer lugar.

Na visão de Weis *et al.* (2015), as cidades digitais caracterizam-se, especialmente, pela competência na prática de tecnologias de comunicação, agenciando o uso amplo de ferramentas, conteúdos e sistemas de gestão, para satisfazer imperativos do poder público e seus servidores, dos cidadãos e das organizações.

Para Câmara et al. (2006), cidades inteligentes são aquelas com capacidade de conectar de forma inovativa infraestruturas físicas e Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC's, concentrando-se em aspectos sociais, organizacionais e tecnológicos, com a finalidade de aperfeiçoar as condições de sustentabilidade e de qualidade de vida da população.

Parte dos autores pesquisados preferiram dar maior enfoque ao modelo de cidade inteligente mais pautado na sustentabilidade do ambiente urbano e do bem-estar de quem o habita. É o caso de Cury e Marques (2017), para quem as cidades inteligentes são abordadas como uma ponte para o desenvolvimento sustentável. Os recursos digitais usados favorecem o gerenciamento dos recursos ambientais, no sentido de seu reaproveitamento racional e equilibrado, a exemplo da luz, água e do espaço.

Para Farias *et al.* (2011, p. 28), a cidade inteligente implica na "criação de espaços urbanos ambientalmente balanceados, onde as pessoas possam trabalhar e ter suas necessidades e desejos razoavelmente satisfeitos no tocante aos serviços oferecidos pela infraestrutura urbana". Tem ocorrido um esforço reflexivo na compreensão das dinâmicas coletivas envolvidas na efetivação do modelo de arquitetura de cidade inteligente, com o suporte das tecnologias digitais, a exemplo dos aplicativos de *delivery* e dos moto-entregadores.

Na abordagem de Komninos (2006), as cidades inteligentes se consolidaram na composição de três modelos de inteligência: humana, coletiva e artificial. A dimensão humana abrange um conjunto de capacidades e atividades das pessoas, que resulta em elevada intensidade de conhecimentos, para o qual cada pessoa contribui com capacidades, ideias e atividades específicas. A dimensão coletiva, por seu turno, diz respeito à inteligência grupal, fruto de esforços combinados entre pessoas, empresas e as instituições de ensino. Já a inteligência artificial se refere aos

espaços digitais de comunicação, constituídos pelas redes e aplicativos digitais, estabelecidas em bairros, parques e / ou polos tecnológicos, regiões ou *clusters*.

Komninos (2006) identificou uma arquitetura da cidade inteligente, constituída de três níveis integrados e complementares entre si (físico, institucional e digital), com quatro funções decorrentes dessa integração complementar. Segundo Komninos (2006), o primeiro nível, de natureza física, diz respeito ao espaço urbano de onde emerge a classe criativa de pessoas conhecedoras e talentosas, por meio de processos de cooperação e intercâmbio de conhecimentos, facilitados por proximidade física. Nele, também se manifestam os espaços de trabalho, sob forma de clusters inovadores da cidade, mediante cooperação e intercâmbio entre produtores, fornecedores, prestadores de serviços e aqueles que produzem conhecimento. O segundo nível, cita Komninos (2006), de natureza institucional, é formado pelos mecanismos institucionais, que respondem pela regulação dos fluxos de conhecimento, assim como pela cooperação geradora de aprendizagem e inovação. As instituições desse nível fomentam a inovação e administram os mecanismos intangíveis de capital social e inteligência coletiva. Já o terceiro nível, afirma Komninos (2006), de natureza digital, ou seja, ambiente de inovação virtual, no qual interagem tecnologias de informação, infraestruturas de comunicação, ferramentas digitais e espaços de aprendizagem, numa estreita ligação entre as organizações e as instituições que regulam o conhecimento e a inovação. Nele se manifestam a inteligência de mercado e tecnologia, a transferência de tecnologia, a criação de *spin-off*[1], desenvolvimento de novos produtos colaborativos e inovação de processos.

Dessa integração emerge na cidade inteligente quatro funções básicas: (1) a da inteligência estratégica coletiva, fruto da ação combinada de um grupo de pessoas, de uma comunidade ou de um *cluster* de negócios, que compartilham informações e a avaliam coletivamente, podendo se aperfeiçoar por meio de plataformas digitais; (2) a da transferência de tecnologia, que envolve tanto a transferência de conhecimento, a exemplo do P&D para outras organizações (P&D cooperativo e *spin-offs*), como a transferência de direitos de propriedade intelectual por meio de acordos de licenciamento, transferências essas que também podem ser realizadas por meio de

[1] *Spin-off*, também chamado de derivagem, é um termo utilizado para designar aquilo que foi derivado de algo já desenvolvido ou pesquisado anteriormente (SIGNIFICADOS, *online*, 2022)..

plataformas digitais; (3) a da inovação colaborativa, fruto de um esforço conjunto, por meio das redes de interação, seja na combinação de conhecimentos, papéis e habilidades em comunidades científicas, seja no fluxo de informações entre fornecedores, produtores e clientes que levam a determinados produtos, interações que podem se manifestar também por meio de plataformas digitais; (4) a da promoção de clusters e localidades, quando facilitadas pelo comércio eletrônico, sendo considerada pelo autor como uma das principais funções, necessária para o funcionamento e otimização das cadeias de suprimento em caso de produtos e serviços que emergem dos clusters ou das localidades, ao facilitar, aprimorar e reduzir custos de transação. Nessa arquitetura da cidade inteligente, segundo Komninos (2006), a inteligência criativa depende de fatores humanos e institucionais, sendo facilitada pelos espaços digitais e suas ferramentas especializadas.

Estudos realizados por uma demanda do *European Parliament* (2014), na União Europeia, deram origem a um modelo europeu de cidade inteligente, cujo desempenho depende de seis campos-chave do desenvolvimento urbano: economia inteligente, população inteligente, governança inteligente, mobilidade inteligente, ambiente inteligente e vida inteligente, cujas principais características aparecem descritas no quadro 1.

Quadro 1: Seis dimensões da cidade inteligente

Dimensão	Características
Economia inteligente	Caracterizada pelo espírito empreendedor e inovador, produtividade, mercado de trabalho garantido, que atua por meio de *clusters*[2] e ecossistemas, mantendo fluxos de interconexão local e global.
População inteligente	Tem acesso à educação e à formação continuada, numa sociedade inclusiva, que melhora a criatividade e fomenta a inovação.
Governança inteligente	Integra organizações privadas e civis, assim como mantém uma integração com outras cidades e até links nacionais e internacionais, praticando a transparência e dados abertos por meio de tecnologias digitais.
Mobilidade inteligente	É caracterizada por sistemas de transporte sustentáveis seguros e interconectados, logística com apoio de dados digitais, priorizando opções limpas e nem sempre motorizadas.
Ambiente inteligente	Inclui energia inteligente, energias renováveis, redes de energia habilitadas para tecnologias digitais, medição, controle e monitoramento de poluição, edifícios verdes, planejamento urbano verde, eficiência no uso dos recursos.
Vida inteligente	Diz respeito aos estilos de vida, comportamento e consumo baseados em tecnologias digitais, mediante prática de uma vida mais saudável e segura, com cultura vibrante, habitação e acomodação de boa qualidade, além de altos níveis de coesão social e capital social.

Fonte: European Parliament, 2014.

[2] Termo que significa aglomeração ou trabalho em conjunto (SILVA, 2021, *online*)

Nesse modelo da União Europeia, a inteligência da cidade não é abordada apenas do ponto de vista econômico, mas, também, da qualidade de vida em termos de mobilidade, ambiente natural e construído, da inclusão social com acesso à educação e à formação continuada, do estilo de vida saudável com forte coesão social. Além do sucesso econômico, se busca uma inteligência voltada a criar uma cidade sustentável e um lugar para se bem viver (Quadro 1).

Observa-se que, de um lado, vem emergindo um esforço ecossistêmico localizado, na escala das cidades, mediados por tecnologias digitais, para dotá-la de uma inteligência capaz de construir, por meios inovadores, ambientes cada vez mais democráticos e descentralizados, agradáveis, seguros, sustentáveis e humanizados. De outro, no entanto, verifica-se que essas chamadas cidades inteligentes começam a sofrer interferências de novos modelos de negócio, organizados por meio de plataformas digitais, que atingiram escala mundial.

As cidades inteligentes vêm sendo construídas segundo as especificidades de seus contextos historicamente construídos. Os maiores desafios no uso de plataformas digitais têm sido:

> [...] interoperabilidade entre os diversos componentes da cidade, garantir a privacidade e a segurança dos cidadãos e sistemas da cidade, gerenciar o armazenamento e o processamento de grandes quantidades de dados, oferecer a escalabilidade necessária para o aumento da população da cidade e lidar com a heterogeneidade de dispositivos como sensores e smartphones. (KON e SANTANA, 2016, p. 3).

Por outro lado, as empresas capitalistas de plataforma, que fazem parte de oligopólios no ambiente internacional e atuam mediante soluções programáveis, vêm promovendo um conjunto de interferências na vida das cidades, dependendo dos modelos de negócio.

1.1 TRANSFORMAÇAO DIGITAL E OS NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

De acordo com o economista alemão Klaus Schwab (2016), que lançou o livro “A Quarta Revolução Industrial”, no Fórum Econômico Mundial, se a primeira Revolução Industrial foi proporcionada pela máquina a vapor e ferrovias, a segunda pela eletricidade e linha de montagem e a terceira pelos computadores e a Internet, a

chamada quarta revolução industrial estaria sendo promovida, especialmente, pela inteligência artificial, robótica, Internet das coisas, veículos autônomos, impressão em 3D, nanotecnologia, biotecnologia, armazenamento de energia e computação quântica. O mundo, para esse autor, está conhecendo uma mudança sistemática e profunda de modelo, marcada pela economia compartilhada, com fortes impactos na economia, sociedade, territórios locais e o próprio mundo.

Para Gomes e Okano (2019), essas transformações tecnológicas, com a dependência dos dispositivos móveis e aplicativos, têm contribuído para a mudança dos modelos de negócio. As empresas vêm se adaptando às novas tecnologias, cada vez mais digitalizadas, utilizando-se de plataformas digitais, por meio das quais interagem os seus proprietários com os fornecedores, produtores, os moto-entregadores e os clientes. O valor, nesse caso, deixa de estar centrado no produto que se oferece, sendo obtido por meio dos relacionamentos dos moto-entregadores com os clientes, na medida em que se consegue solucionar um problema ou a real necessidade do cliente.

Todas essas mudanças têm contribuído para uma transformação digital, vista por Wade (2015) como sendo uma transformação na melhoria de desempenho, por meio de mudança organizacional baseada no uso de tecnologias digitais, que dá origem aos novos modelos de negócio.

Rogers (2016) afirmou que, por meio das tecnologias digitais redefinem-se teorias e práticas empresariais, mediadas por estratégias, tanto em relação aos clientes e concorrência, como aos dados, inovação e valor. As empresas atuam em rede e passam a manter interações dinâmicas e constantes com os moto-entregadores e o cliente; empresas concorrentes cooperam entre si numa mesma plataforma de negócio; consideram os dados um ativo intangível fundamental; a inovação é conduzida de forma conjunta para resolver os problemas específicos; sendo o valor definido pela necessidade dos usuários.

Segundo a Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (2018), as empresas brasileiras têm se mostrado muito sensíveis às oportunidades proporcionadas por esses modelos de negócio, tanto para prospectar novos clientes, como para oferecer e vender produtos e serviços, como a entrega *delivery* por meio de moto-entregadores e fidelizar clientes. Teria se tornado uma questão de sobrevivência no mercado, inclusive ao pequeno negócio, informando que já havia

uma parte significativa de micro e pequenos empreendimentos em 2018, que negociavam seus produtos por meio de plataformas digitais.

1.2 LÓGICA DAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO E DE ORGANIZAÇÃO DA ECONOMIA DE PLATAFORMA

As tecnologias de comunicação na Internet, de acordo com o conhecido pesquisador canadense Marshall McLuhan (1964), citado por Vercellone et al. (2020), ao se tornarem meios de comunicação de massa são dotadas de quatro lógicas: (1) lógica multilateral, ou seja de todos para todos no lugar da lógica anterior de um para todos; (2) lógica da interatividade (os dois lados se comunicam), substituindo a anterior mensagem (apenas um lado comunica e o outro recebe); (3) lógica da multiplicação dos pontos emissores da informação com temporalidades mais flexíveis e múltiplas, no lugar do anterior ponto emissor único em um tempo dado; (4) lógica da inteligência coletiva e maior autonomia dos indivíduos, no lugar do anterior mundo hierárquico e separação entre trabalho intelectual e trabalho manual (modelo fordista).

A economia das empresas de plataforma, de acordo com Vercellone *et al.* (2020), baseia-se em três pilares: (1) um ativo principal intangível, representado por seu algoritmo principal (seu pivô) associado à outros, que lhe confere capacidade de calcular e processar o fluxo de informações produzidas nas redes; (2) uma matéria-prima, também intangível, o Big Data, destinada a organizar e coordenar as ações dos múltiplos atores da plataforma; (3) existe um número limitado de programadores na plataforma que recorre a trabalhadores formalmente independentes com seus próprios equipamentos de trabalho, o que implica em redução de investimentos por parte destes capitalistas que intermediam a oferta e a procura do serviço ou bem, por meio das plataformas.

As ferramentas de busca e as redes sociais, também de natureza intangível, contribuem para dotar a empresa de uma dimensão transnacional, ficando acima de qualquer tipo de regulação e soberania territorial, muitas vezes, implementando políticas agressivas que ainda estão sendo difíceis de combater (VERCELLONE *et al.*, 2020).

1.3 LÓGICA ECONÔMICA DAS EMPRESAS CAPITALISTAS DE PLATAFORMA

Na primeira fase de desenvolvimento da Internet, seu potencial seguia uma lógica descentralizada, não mercantil e de baixo para cima, mas essa situação foi sendo alterada, diante da rápida expansão das plataformas capitalistas, baseada em públicos cada vez mais interativos, suprida por uma massiva quantidade de dados produzidos e registrados, trazidos por bilhões de pessoas operando na Internet, o surgimento de algoritmos, cada vez mais poderosos, e os processamentos do Big Data (VERCELLONE et al, 2020).

Novas lógicas econômicas capitalistas passaram a reger as dinâmicas das empresas de plataforma, especialmente aquelas que se tornaram grandes monopólios da Internet, tais como Google, Apple, Facebook, Microsoft, Amazon, assim como as gigantes chinesas, Tencent e Alibaba, que se diferenciam daquelas relativas ao do modelo do capitalismo industrial. Chamam atenção nesse aspecto, pelo menos as seguintes lógicas: (1) o mercado de dois lados; (2) a lei de Robert Metcalfe; (3) a lei da vantagem do primeiro; (4) lei do vencedor leva tudo.

As empresas que se utilizam de plataformas digitais são regidas por um mercado de dois lados (M2L), assim chamado por Rochet e Tirole (2004), porque a plataforma coloca em contato o vendedor e o comprador nesse modelo de negócio, além de permitir ou facilitar a interação entre esses dois lados, sendo o valor econômico criado por meio dessas interações.

De acordo com a lei de Robert Metcalfe, também chamada de Efeito-de-Rede, o interesse de um usuário, anunciante, ou outro provedor em usar uma plataforma depende do número de usuários da rede (METCALFE, 2013). Isso significa que o valor da plataforma e a utilidade da rede depende de seu número de usuários. Em função disso, o grande esforço desses novos modelos de negócio, será sempre o de aumentar o número de usuários, visando ampliar sua atratividade.

Segundo a lei da Vantagem-do-Pioneiro, o primeiro que entrar no mercado pode ganhar certas vantagens sobre aqueles subsequentes, o que resulta numa vantagem competitiva (FRAWLEY; FAHY, 2006).

De acordo com a lei do Vencedor-Leva-Tudo, quando uma empresa atinge o *status* de monopólio, conforme assinalaram Vercellone *et al.* (2020), busca proteger e

reforçar essa posição, mobilizando todas suas energias para um esforço de inovação, abusando de sua posição dominante para poder alavancar e, ao mesmo tempo, permitir que um grande número de empreendimentos subsistam em determinados nichos de mercado.

A dinâmica competitiva, regida por essas novas lógicas econômicas, segundo Vercellone *et al.* (2020) estrutura-se em três estágios. No primeiro estágio, a lei da Vantagem-do-Pioneiro se expressa com maior força. A empresa de plataforma pode ganhar primeira posição, em função de uma inovação técnica ou de uma intuição comercial e tentar reforçar essa posição por vários meios de efeitos de rede, mas essa fase é temporária.

Num segundo estágio passa a se manifestar a lei do Vencedor-Leva-Tudo, quando a empresa começa a favorecer o surgimento de uma infinidade de pequenas negócios ou cooperativas, que passam a subsistir de determinados nichos de mercado, mas no seu esforço inovador, essa empresa monopolista inicia uma política predatória de fusão-aquisição de empreendimentos, que lhe permitem avançar nesse processo (VERCELLONE *et al.,* 2020).

No terceiro estágio, no qual a empresa de plataforma monopolista atingiu grande valor, pelo seu ativo intangível, qualquer variação pode arrastá-la numa espiral ascendente ou descendente, especialmente, por ela se encontrar num mercado de incertezas. Esse estágio é caracterizado pela instabilidade, mas a empresa se tornou Grande-Demais-para-Cair. Em função disso, a empresa monopolista tende às várias práticas que possibilitem ampliar seus usuários, como a do *dumping* (oferece preços abaixo do normal ou gratuidade de alguns serviços) ou da busca de financiamentos para adquirir concorrentes potenciais, passando à uma situação de endividamento e sem lucro (VERCELLONE *et al.,* 2020).

1.4 MODELOS DOMINANTES DE EMPRESAS CAPITALISTAS DE PLATAFORMAS

Entre as empresas capitalistas oligopolistas de plataforma preponderam, de acordo com Vercellant *et al.* (2020), três modelos. Um deles diz respeito à empresa capitalista de plataforma baseada em publicidade, com acesso gratuito e uso das informações dadas pelos usuários como principais fontes de criação de valor. Os

exemplos são Google e Facebook. Nesse caso, conforme bem alertaram Farchy *et al.* (2015), a gratuidade do acesso é comercializável, já que o propósito é o de se apropriar da abundância de informações disponibilizadas pelos usuários. Associa-se a essa imensidão de dados possibilidades lucrativas, como publicidade, venda de serviços, entre outros. Combina-se, desse modo, o uso massivo de mão de obra digital gratuita (os usuários), cumprindo a frase que já se tornou célebre: se você não está pagando, você é o produto. Nesse caso, o consumidor da plataforma atua como seu produtor, daí o nome prossumidor, fruto da junção produtor + consumidor.

Um segundo modelo é o da empresa capitalista de plataforma baseada na economia sob demanda, exemplificada pelo Uber, AirBnb, Deliveroo, Foodora. Atuam mediando diretamente na plataforma digital a conexão entre os fornecedores dos produtos ou serviços aos usuários, para capturar o máximo de valor agregado. Nesse modelo, a criação de valor dependerá de fornecedores independentes, remunerados por trabalho e por peça. A empresa procura investir o mínimo possível em ativos tangíveis, deixando-os por conta desses fornecedores independentes. Sob um comando hierárquico, os algoritmos dão origem aos sistemas programáveis por comandos pré-ordenados na plataforma, que condicionam os comportamentos do trabalhador, reagindo aos sinais recebidos (OITAVEN; CARELLI; CASAGRANDE, 2018).

O terceiro modelo apontado por Vercellant *et al.* (2020) é o da empresa capitalista de plataforma baseada no *e-commerce*, em que se intermedia a venda direta de bens tangíveis e intangíveis (híbrida), exemplificada pela Amazon. No caso da intermediação entre os fornecedores e consumidores da plataforma de bens tangíveis, a empresa recebe comissões, mantendo uma infinidade de armazéns, mediante uso do trabalho assalariado, mas, também, se utiliza do trabalho digital gratuito, por efeito da economia de rede com as informações que consegue acumular e negociar, graças aos serviços de nuvem.

1.5 TECNOLOGIAS DIGITAIS QUE ATRIBUEM MAIOR CENTRALIDADE À ARQUITETURA DAS PLATAFORMAS

As tecnologias digitais que atribuem maior centralidade à arquitetura das atuais empresas capitalistas de plataforma, segundo Vercellone *et al.* (2020), têm

sido: (1) a ampliação cada vez maior do poder de computação de suas máquinas do computador (computação em nuvem); (2) o crescimento exponencial das informações digitalizadas no Big Data; (3) a alimentação dessas informações por meio da Internet das Coisas. Esses três sistemas, nuvem, Big Data e Internet das coisas estão interligados, para facilitar essa centralização dessas empresas oligopolistas.

1.5.1 Computação em nuvem

A computação em nuvem consiste num espaço particular para arquivamento, processamento e envio de dados feitos à distância. Para esse fim, empresas contam com um provedor especializado, cujos serviços são fornecidos via *web* por meio de contrato de terceirização. A computação em nuvem, segundo Sousa, Pereira e Machado (2009), surgiu da necessidade de construir infraestruturas complexas para armazenagem dos dados. Para isso, a nuvem depende da construção física dos Centros de Dados (Data Centers) de diversos portes, que ficam espalhados por vários países e em vários lugares. Esses foram definidos por Carnino e Marquet (2018) como locais que concentram os equipamentos de informática e os dispositivos tecnológicos para alocar os arquivos e processamentos necessários na computação em nuvem. De acordo com Cruchet (2018), esses centros de hospedagem de dados atendem a quatro finalidades: armazenar, processar, fazer backup e proteger os dados de uma empresa. Eles necessitam de locais especiais, estratégicos e confidenciais, para poder abrigar o conjunto de equipamentos, com fortes condições de segurança e desempenho.

1.5.2 Big Data

O Big Data diz respeito às tecnologias digitais utilizadas para o processamento desse grande número de dados armazenados. Implica em processos e técnicas de coleta, armazenamento e processamento dos dados digitais utilizados, principalmente, para se tomar decisões e poder agir com os dados. Conforme lembram Kon e Santana (2016), ele contribui para a manipulação de um imenso conjunto de dados.

Segundo Davis (2019), a associação do Big Data com a Inteligência Artificial está se tornando a estratégia mais importante para agregar valor aos negócios das empresas capitalistas de plataforma. No processamento, o Aprendizado de Máquina (ramo da Inteligência Artificial) tem servido para ampliar capacidade de identificação de diferenças, reconhecimento de padrões e de detectar detalhes nos mesmos, levando-se em conta até mesmo dados aos quais antes não se tinha acesso (e-mails, apresentações, imagens vídeos). Nesse processo, segundo o autor supracitado, existem quatro categorias de análise: (1) análise descritiva, ou seja, o exame histórico dos dados; (2) análise diagnóstica, para identificar padrões e descobrir correlações entre os dados; (3) análise preditiva, ou seja, o uso de dados atuais e históricos para ações preditivas futuras; (4) análise prescritiva, quando aplica regras e modelagem para uma melhor tomada de decisão.

A pesquisadora norte-americana Shoshana Zuboff (2016) denunciou essas práticas obsessivas do uso dos dados privativos, para prever o comportamento das pessoas em termos de desejos e expectativas, para comercializar essas informações, como manifestação de um capitalismo de vigilância. De todo modo, Vercellone *et al.* (2020) alertaram que muitos dos algoritmos utilizados estão errados. Assim, não se deve concluir apressadamente que esses procedimentos das empresas capitalistas oligopolistas signifiquem uma forma de governo inteiramente calculável e previsível.

1.5.3 Internet das Coisas

Nos dias atuais não são apenas os computadores que se apresentam conectados à Internet, mas um grande conjunto heterogêneo de objetos físicos, entre eles, o *smartphones*, *laptops*, aparelhos de televisão, eletrodomésticos, câmeras, caixas eletrônicos, controles remotos, automóveis, sensores utilizados em saúde (temperatura entre outros). Sundamaeker *et al.* (2010), segundo o *Cluster of European Research Projects on IoT*, definiram coisas para todos esses objetos que entram na rede e permitem a comunicação e interação, seja com outros elementos da rede e com o ambiente, sendo que os dados podem ser enviados para as plataformas ou para aplicativos.

Esses objetos que viabilizam o acesso, coleta e troca de informações entre si, com serviços da Internet e entre pessoas compõem a rede, chamada de Internet das

Coisas (MANCINI, 2020). A rede mundial desses dispositivos conectados à Internet e interoperáveis, em acordo aos determinados protocolos padrões de comunicação, segundo Sundmaeker *et al.* (2010), constitui a Internet das Coisas.

Conforme assinalaram Vercellone *et al.* (2020) se, anteriormente, as conexões pela Internet eram feitas entre as pessoas, por meio de um computador pessoal, atualmente, por meio da Internet das Coisas, está sendo possível a conexão entre homens e máquinas e entre máquinas e máquinas. Tais objetos do mundo real são conectados ao mundo virtual, em qualquer momento e de qualquer lugar, para qualquer coisa e para qualquer pessoa. A Internet das Coisas entrelaça o mundo digital e o mundo físico juntando diferentes conceitos e componentes técnicos (SUNDMAEKER *et al.*, 2010).

A Internet das Coisas tornou-se a principal geradora de informações armazenadas e processadas pelos Big Data, ajudando o processo de centralização iniciado pelas empresas de plataforma oligopolistas. Ela permite não só transformar, automatizar e acelerar processos, como poder usar melhor os recursos, melhorar a produtividade e os produtos (VERCELLONE *et al.*, 2020).

Traz benefícios empresariais tangíveis, segundo Sundmaeker *et al.* (2010), como a gestão de ativos e produtos de alta resolução, o gerenciamento melhorado do ciclo de vida e uma melhor colaboração entre as empresas. O aprimoramento dos recursos do sensor e do dispositivo, também permite que, alguns processos de negócios existentes, sejam descentralizados em benefício do desempenho, escalabilidade e tomada de decisões.

Foi possível verificar neste capítulo os grandes avanços nas cidades, por meio das tecnologias digitais no sentido de torná-las mais inteligentes e humanas. Por outro lado, a retomada da lógica neoliberal em negócios mediados por plataformas digitais por meio de gerenciamento centralizado tem se tornado objeto de atenção, especialmente no mundo do trabalho.

2 ECONOMIA DE BICO E PRÁTICAS DE *DELIVERY*

As relações entre produção e consumo sofreram profundas modificações com o desenvolvimento da Internet, em especial, no atual contexto da transformação digital. No primeiro momento, em 1995, quando o uso da Internet na versão *web* 1.0 se popularizou, as informações eram ofertadas de forma unidirecional para o usuário, preponderando mecanismos de busca, com páginas nos sites de natureza estática e participantes passivos (COUTINHO E BOTTENTUIT JÚNIOR, 2007).

A partir de 2004, conforme apontou O'Reilly (2005), se consolidou a geração *web* 2.0 da Internet, que tomou o formato de plataforma interativa, portanto, permitindo compartilhamento de informações, assim como interações entre participantes.

Os canais digitais ampliaram possibilidades das empresas se relacionarem entre si e com seus clientes, mediante realização de diversas tarefas (NASCIMENTO e QUINTÃO, 2011). Os participantes ganharam oportunidade de compartilhar arquivos e informação e trocar conhecimento, inclusive por meio de redes sociais, práticas essas que passam a se expandir de forma exponencial.

Já o complexo do sistema operacional, que marcou a geração *web* 3.0 da Internet em 2010, segundo Flandoli (2010), tem sido denominado de *web* inteligente, dada sua característica inteligente e dinâmico, permitindo manter processos interativos em tempo real, apropriado para tomada de decisões.

Esses avanços na Internet, quando associados ao período de grande recessão manifestado após 2008, favoreceram a emergência de novos modelos de negócio baseados no consumo colaborativo, uma prática que levava em conta a obtenção de produtos e serviços mais baratos (BOTSMAN e ROGERS, 2011).

Esse tipo de consumo, ao qual se referem os autores supracitados (BOTSMAN e ROGERS, 2011), baseia-se em bens e serviços subutilizados que as pessoas já possuem, permitindo que, outra pessoa também possa usufruir os mesmos, para satisfazer uma necessidade, apenas trocando ou, ainda, pagando pelo seu uso. Por serem bens e ou serviços subutilizados acabavam sendo ofertados com menor valor. Essa modalidade de prática se dava por elos de confiança mantidos entre pessoas da família, vizinhos e amigos.

Essa forma alternativa de consumo colaborativo, que inicialmente visava, sobretudo, suprir necessidades de quem não tinha o bem ou habilidade para praticar determinados serviços, ao ser mediada por plataformas digitais interativas, acabou oportunizando o envolvimento de pessoas desconhecidas. Essas novas plataformas de relacionamento com código aberto, segundo Frenken e Schor (2017), de fato, possibilitaram o consumo colaborativo também com estranhos, sem envolver maior grau de risco, uma vez que, a plataforma disponibilizava informações a respeito dos usuários, inclusive com níveis de classificação sobre eles. Conforme lembraram Frenken e Schor (2017), além do usuário sentir maior facilidade em localizar os bens e serviços necessários, as transações por meio das plataformas de relacionamento passaram a ser regulamentadas por um contrato padrão e sistemas de pagamento *online*, significando maior agilidade e redução de custos.

Nesse caso, conforme assinalaram os autores supracitados, o acesso temporário foi dado no início, ao que eles chamaram de bens compartilháveis, a exemplo de casa, carro, eletrodomésticos, móveis, ferramentas, roupas, livros, brinquedos, entre outros, em situações nas quais existiam capacidades excedentes por parte de quem detém os bens físicos que se encontram subutilizados. A interação, nesse caso, ocorreu entre o consumidor com bem subutilizado e outro consumidor que pode pagar pelo uso temporário desse bem, numa transação que consiga beneficiar os dois lados (FRENKEN; SCHOR, 2017).

Botsman e Rogers (2011) lembraram que as plataformas *peer-to-peer*[3] no novo modelo de consumo colaborativo contribuíram muito nessa distribuição mais equitativa dos bens e serviços consumidos, com redução dos custos para seu uso. Essa prática tornou-se mais sustentável, na medida em que envolvia um consumo consciente e contribuía para a redução do desperdício, atribuindo maior tempo de vida útil aos produtos, com menor impacto sobre a natureza.

Botsman e Rogers (2011) reconheceram três modalidades de sistemas que funcionavam nessa modalidade de consumo colaborativo: (1) sistema de serviços de produtos, nos quais as transações possibilitam a um consumidor usar e pagar por um bem sem necessidade de adquiri-lo; (2) sistema de mercado de redistribuição, no qual ocorre a doação ou troca de determinados bens (roupas, livros, brinquedos etc.), com

[3] De pessoa para pessoa, um modelo de plataforma descentralizada.

transferência da propriedade; (3) sistema de estilos de vida colaborativo entre pessoas de interesses comuns, que tendem a trocar e compartilhar recursos menos tangíveis, como tempo, espaço, habilidades, dinheiro.

Em relação ao sistema de serviços de produtos, alguns exemplos ficaram mais conhecidos, tais como; (1) compartilhamento de bicicletas como *Velib* na França, B-*cycle* nos EUA; (2) carona em automóveis como a Bla Bla Car no Brasil ou de aluguel de carro por algumas horas como a ZipCar nos Eua; (3) aluguel de brinquedos como *Rent a Toy* nos EUA, Dim Dom na França, Pula Pulou no Brasil, Conecta Recursos no Brasil para compartilhar máquinas e ferramentas ou, ainda, GetNinjas no Brasil como plataforma destinada ao compartilhamento do tempo de pessoas que se engajam para prestar serviços às outras.

No tocante ao sistema de mercado de redistribuição, a plataforma *Swap* teve forte repercussão mundial, na facilitação da troca de livros, roupas, games, músicas (BOTSMAN e ROGERS, 2011), como também a eBay na qual mercadorias usadas são obtidas por meio de pontos ou dinheiro. No Brasil, também, ficaram conhecidos os brechós com venda de artigos usados.

Entre os exemplos mais conhecidos de práticas do estilo de vida colaborativo estão o *coworking* (espaço de trabalho coletivo), *crowfunding* (financiamento coletivo a determinados projetos), *couchsurfing* (compartilhamento de hospedagem entre pessoas que costumam viajar), *crowdlearning* (sites de compartilhamento para o aprendizado de idiomas), *crowdsourcing* (estruturação de processos interativos *online* que se utiliza do saber e aprendizado coletivo visando a solução de problemas ou desenvolver uma dada solução) (BOTSMAN e ROGERS, 2011).

As plataformas interativas de código aberto também proporcionaram oportunidades para novos modelos de negócio, no qual a empresa atua de forma interativa com outros parceiros, também com os consumidores, com abertura para receber *feedback* de todos, no sentido de desenvolver soluções e inovações frequentes (VERCELLONE *et al.,* 2020).

A nova modalidade de negócio mediado por plataformas digitais, dadas suas características, foi denominada ecossistema de negócio (THOMAS; AUTIO, 2020), termo esse já empregado por James Moore desde 1993, ao se referir às empresas que atuavam de forma interativa e aberta, na busca de inovações (MOORE, 1993).

Essas empresas, conforme alertou Rogers (2017), não vendiam simplesmente produtos ou serviços, mas, procuravam atender, com soluções específicas, à uma variedade de clientes ou usuários. Para isso, se servem das próprias informações geradas na plataforma por meio do processo interativo, sendo a inovação fruto do aprendizado interativo entre os participantes, cujo desafio é encontrar a solução certa para seus clientes / usuários (ROGERS, 2017). A base de sua estratégia está na orquestração de todos os recursos interativos do ecossistema, sempre centrado na demanda do usuário, para facilitar e maximizar, tanto a criação, como a entrega de valor a todos os participantes dessa comunidade (FLORES NETO, 2017).

Um ecossistema de negócios, mediado por plataformas digitais, segundo Thomas e Autio (2020), ainda pode ser identificado por quatro características básicas: (1) heterogeneidade dos participantes; (2) uma produção gerada coletivamente de forma mais abrangente; (3) interdependência dos participantes; (4) governança distribuída por uma estrutura de co-alinhamento.

No que tange à primeira característica, Thomas e Autio (2020) afirmaram que, uma diversidade de participantes num ecossistema de negócio abrange produtores ou ofertantes do serviço, fornecedores, distribuidores, firmas de terceirização, fornecedores de tecnologia, entre outros, como também os próprios clientes ou usuários dos serviços. Nesse caso, os clientes / usuários deixam de ser destino da produção ou serviço, para se tornarem participantes ativos, conectando-se com as empresas e até mesmo entre si. Segundo Rogers (2017), atuam de forma multilateral.

A segunda característica apontada por Thomas e Autio (2020), relacionada à geração coletiva de resultados abrangentes, é fruto de uma arquitetura de produção modular, em que produtos e serviços se tornam compatíveis entre si. Outro resultado abrangente, obtido nesse processo interativo na plataforma, é a produção do conhecimento aplicado nos processos de inovação, para melhor se ajustar à solução das necessidades dos clientes / usuários. No aprofundamento dos processos interativos do efeito rede por meio de algoritmos, o aprendizado é constante, gerando negócios de forma mais conveniente e com maior eficiência, com potencial para soluções de problemas exponenciais (FLORES NETO, 2017).

Na terceira característica, relativa à interdependência dos participantes, Thomas e Autio (200) identificaram três modalidades: (1) interdependência tecnológica, num processo em que cada participante exerce um papel, cada um

operando em uma função especializada com um conhecimento específico; (2) interdependência econômica que emerge do compartilhamento de conhecimento e sua disseminação na inovação do modelo de negócio ou conhecimento especializado, agregando valor aos participantes do ecossistema. O negócio funciona de maneira multilateral, em que um depende do outro para gerar valor compartilhado, que pode ser modificada em função da demanda (FLORES NETO, 2017); (3) interdependência cognitiva, graças a uma identidade coletiva atribuída ao sistema, que rege os comportamentos dentro do sistema, incentivando a comunhão de perspectivas, no sentido de proporcionar maior coesão e coerência às respostas nas mudanças do negócio, unindo os diferentes participantes.

A quarta característica atribuída por Thomas e Autio (2020) é dada pela natureza da governança distribuída, na qual as interações entre os participantes são coordenadas por uma estrutura de co-alinhamento, por meio da qual cada um exerce um papel específico, não são necessariamente definidos por contratos formais.

Ao ser arquitetado e dinamizado, segundo os princípios da Economia Compartilhada, esse novo modelo de negócio mediado por plataforma digital foi definido por Man (2018, p. 300) como sendo “um sistema socioeconômico construído em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, o qual inclui a criação, produção, distribuição, o comércio e consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações”.

Em princípio, conforme assinalou Silva *et al.* (2018), nesse novo modelo de negócio, todos devem se sentir beneficiados, tanto os donos do bem ou serviço, como aqueles que são pagos para fazer a entrega ou prestar o serviço e ainda aqueles que deles usufruem. O dinheiro circulante entre todos eles faz a economia girar e, quando ampliado, essa modalidade de negócio permite grandes vantagens competitivas (MAN, 2018).

Flores Neto (2017) chamou atenção, para os avanços da complexidade do sistema construído nas plataformas digitais mais recentes, geradas no contexto da Transformação Digital. Elas conseguem ampliar exponencialmente o alcance, velocidade e eficiência na geração de negócios e soluções impensada, graças ao uso de novas tecnologias digitais, tais como realidade virtual, Internet das Coisas, *Machine Learning*, entre outras.

2.1 CAPITALISMO DE PLATAFORMA SOB DEMANDA: UBERIZAÇÃO

A forte expansão do novo modelo de negócio com o suporte de tecnologias digitais e entre outros, o fato de não exigir muito investimento inicial e nem a criação de emprego, passou a atrair a atenção de empreendedores que optaram por exercer o papel de condutores da plataforma, inspiradas em princípios do capitalismo neoliberal (VERCELLONE *et al.*, 2018). Nesse processo, os proprietários da infraestrutura digital nas plataformas foram ganhando o controle sobre as redes e os dados nelas geradas (ÁVILA, 2020). Conforme assinalam Gonzales e Llano (2020), novos modelos de negócio foram construídos de forma centralizada, sob inspiração da doutrina capitalista do Vale do Silício, dando origem as grandes corporações digitais capitalistas.

Nesse novo modelo, relações econômicas e sociais capitalistas foram transpostas para as plataformas digitais, reproduzindo a criação, apropriação e reprodução da desigualdade, passando a atuar de forma oportunista (SRNICEK, 2017). Nessa nova empresa capitalista que atua no mercado *online*, segundo Schmidt (2017), o provedor da plataforma desempenha o papel de intermediário e coordenador dos dois lados do mercado, ou seja, o dos fornecedores e o dos consumidores. Esse provedor é a única dessas três partes que possui acesso total e controle sobre os dados, processos e regras da plataforma. Tal situação de assimetria de informações, lhe permite interferir na maior parte dos custos, condições de riscos e passivos que, lhe favorece no crescimento exponencial desse modelo de negócio, dirigido pelo capital de risco e submetido aos efeitos de rede. Nesses novos modelos de empresas capitalistas, a principal estratégia utilizada pelos provedores da plataforma tem sido o controle sobre os dados gerados. Esses modelos geradores de desigualdades vêm favorecendo a emergência de monopólios ou de oligarquias.

Foram identificados, por Vercellone *et al.* (2018), três modelos dominantes de capitalismo de plataforma: (1) baseado na gratuidade comercializável que disponibiliza de forma gratuita informações ao consumidor, especialmente, por meio de mecanismos de busca e, em contrapartida, esse consumidor deixa um conjunto de informações comercializáveis em mercados de publicidade *online* (Ex. Google e Facebook); (2) de comércio de bens tangíveis e intangíveis, que combina a receita de vendas diretas e intermediadas, aos usuários com receitas de ganhos com publicidade

e de prestação de serviços de informática a terceiros (Ex. Amazon); (3) de economia sob demanda (ou plataforma de trabalho) que tem por finalidade principal promover a ligação entre usuários e prestadores de serviços, cujas origens estiveram baseadas em princípios de consumo colaborativo (Ex. Uber, AirBNB).

Srniceck (2017) também chamou essa última modalidade de plataforma enxuta, pelo fato destes fornecedores de serviços permitirem o acesso aos mesmos, mesmo sem possuir nenhum bem. Por meio deste processo de intermediação, o gestor da plataforma busca estabelecer um padrão de serviço de qualidade ao cliente, visando capturar o máximo de valor agregado (CORBAL, 2018), investindo em ativos intangíveis e no emprego de mão-de-obra a baixos custos (VERCELLONE *et al.*, 2018).

O modelo de lucro e organização do trabalho do capitalismo de plataforma sob demanda, segundo Vercellone *et al.* (2018) se dá mediante combinação de três dispositivos básicos. Primeiro, a incidência de comissão sobre cada transação. Segundo a consideração do prestador do serviço como empreendedor parceiro que atua por conta própria (autônomo), permitindo ao provedor da plataforma repassar aos mesmos, grande parte dos riscos e custos relacionados à sua atividade (contribuições previdenciárias por exemplo). Terceiro, caracteriza-se pelo investimento mínimo em ativos tangíveis, seja em relação prestador de serviços, seja em relação aos fornecedores independentes.

O exemplo mais conhecido nesse modelo de capitalismo de plataforma sob demanda no ramo de transporte de passageiros é o da empresa UBER. A ideia de sua criação, conforme informações oferecidas no próprio *site* da empresa, surgiu em 2009, na Califórnia, cidade de São Francisco, constituindo-se como empresa em 2010. Surgiu sob forma de *startup*, segundo Bilbil (2019), para o atendimento de demanda de transporte mediante aplicativo, frente à constatação de uma demanda reprimida para o uso de táxis. Iniciou seu negócio, segundo Schmidt (2017), oferecendo serviços com limusines de luxo e motoristas profissionais. No entanto, em junho de 2012, conforme assinalam Collier, Durbal e Carter (2017), duas outras empresas, a Lyft e a Sidecar, criaram um modelo de transporte baseado em aplicativo, do qual participavam motoristas voluntários com seu próprio carro, mediante preço sugerido e não obrigatório, aproximando-se do modelo *peer-to-peer* da economia compartilhada. Um mês depois, a empresa Uber optou por lançar o UberX, com a

participação de motoristas com seu próprio veículo, mas definindo a tarifa, passando por rápida expansão em outras cidades. As três empresas, Uber, Lifty e Sidecar, procuraram se diferenciar no mercado norte-americano, considerando-se como empresas de plataforma digital e que, por isso, não deveriam estar sujeitas aos mesmos regulamentos dos transportes tradicionais de táxi (COLLIER, DUBAL e CARTIER, 2017). Os motoristas, nesse caso, passaram a ser considerados parceiros autônomos desse negócio mantido por meio de plataforma.

O serviço de transporte por demanda, oferecido *online,* passou a ser arquitetado e coordenado pela UBER, sem ser proprietária de nenhum carro. O crescimento vertiginoso da empresa para outros países, pela oferta dessa modalidade de serviço tem sido justificado, não só pelo baixo valor cobrado pelas corridas em relação aos serviços tradicionais de táxi e, muitas vezes até do ônibus, como também, pelo conforto que procura proporcionar ao passageiro e, ainda, pela rapidez e agilidade com que esse, geralmente, é atendido (CASSEL, LADEIRA e CYBIS, 2019).

Visto da perspectiva dos passageiros, conforme Schmidt (2017), a empresa Uber oferece um serviço superior ao do táxi convencional, dada agilidade na solicitação e atendimento, podendo-se fazer contato direto e dialogar com o motorista que vai atendê-lo, combinando detalhes. De modo geral, tende a ser visto como um serviço mais personalizado, amigável, confiável e também mais barato. Alguns pais, segundo o autor, revelaram ter confiança em adotar um motorista com o qual já teve contato nessa modalidade de serviço, para buscar seus filhos na escola, inclusive acompanhando sua trajetória por meio do smartphone.

Já na perspectiva dos motoristas, conforme Schmidt (2017), a principal motivação tem sido a da flexibilidade e maior autonomia para prestar o serviço. Após 2012, a UBER optou por lançar novos produtos no serviço do transporte (Uberx, Uber-Go, Uberpop, Uberpool), procurando evitar os regulamentos existentes para serviços de transporte profissional. Para muitas pessoas que haviam perdido emprego durante a crise iniciada em 2008, operar com a UBER significou oportunidade de trabalho (SCHMIDT, 2017). Isso explica porque novas outras empresas têm surgido para operar baseadas no uso de aplicativos no atendimento da demanda por transporte, fazendo uso desses mesmos princípios, a exemplo do 99táxis e Easy Táxi. Os procedimentos desse modelo de empresa capitalista de plataforma sob demanda, no

ramo de transportes de passageiros, dada à popularização da empresa UBER no mundo, vêm sendo chamados de “uberização”.

Esse modelo de plataforma sob demanda, segundo Vercellone *et al.* (2018) tem se tornado uma lucrativa fonte de negócio, baseado num monopólio de receitas e controle do trabalho. O grande valor agregado do empreendedor desse modelo é fruto de combinação do usufruto de um monopólio duplo, tanto sobre a demanda como sobre a oferta. De um lado, centraliza a demanda dos consumidores de serviços para atender uma infinidade de demandantes (monopólio na demanda). De outro, centraliza o controle da demanda frente a uma infinidade de potenciais provedores de serviços (monopólio na oferta).

Por outro lado, Vercellone *et al.* (2018) consideram que essa prática da uberização também atribui poder de mercado ao provedor da plataforma, para induzir concorrência entre seus prestadores de serviços. Mantém o controle sobre um grande número de informações que, com o suporte de algoritmos, consegue minimizar a remuneração dos prestadores de serviços, assim como controlar sua organização do trabalho. Os algoritmos possibilitam ao gestor da plataforma exercer um controle mais preciso e, em tempo real, sobre as atividades dos prestadores de serviços e sua produtividade. Se determinadas condições não forem respeitadas, o prestador de serviço pode ser excluído da plataforma, sem nenhum custo para a empresa. Desse modo, consegue impor ao prestador de serviço, que chama de parceiro, uma situação de subordinação semelhante ao do trabalho assalariado.

Em função desse forte controle exercido sobre o trabalho, a empresa tem principal sido alvo de ações trabalhistas, que acabam se expandindo para empresas capitalistas de plataforma que atuam com estes modelos (COLLIER, DUBAL e CARTER, 2017).

2.2 ECONOMIA DE BICO: *RIDESOURCING* E *HOME DELIVERY* EM UBERIZAÇÃO

A Economia de “Bico” (*Gig Economy*) tem sido um termo aplicado para definir uma modalidade de trabalho desempenhado nas empresas capitalistas de plataforma digital, em que uma tarefa é feita em um local e tempo específicos, por uma dada pessoa específica responsável por ela (SCHMIDT, 2017). Essa modalidade, segundo

Mulcahy (2016) envolve formas de trabalho mais flexíveis e temporárias, que foram emergindo com os avanços deste modelo de plataforma sob demanda.

Ela tem sido utilizada nos modelos de Capitalismo de Plataforma sob demanda, tanto para o transporte (Ex. UBER), como para acomodação (Ex. AirBNB). No entanto, esse termo já era amplamente utilizado nos EUA, para práticas de trabalhadores *freelancers*, mais especificamente para participantes de banda de *jazz*, desde o início do século XX e conhecida pela sua natureza flexível (FREDERICO, 2021).

De acordo com o *Macmillan Dictionnary* (2022, online), era um termo considerado “gíria”, para se referir a artistas que atuavam como *rock, pop* ou *jazz*. A Economia de Bico, por sua natureza, se expandiu nos EUA, logo após a crise financeira de 2008, sob forma de Economia Compartilhada, potencializada pelas plataformas digitais. Segundo Kohn (2018), durante essa época, era comum a pessoa se cadastrar junto à plataforma por meio de um processo seletivo simples, para realizar pequenas tarefas, seja entrega de comida, oferecer uma carona, cuidar de cachorro de terceiros, entre outros. Atuavam como prestadores de serviços independentes.

Nos modelos de empresas capitalistas de plataforma sob demanda, segundo Schmidt (2017), a Economia de “Bico” ganhou força, graças à disseminação generalizada de *smartphones* com rastreadores de GPS. Por meio destas novas ferramentas digitais é atribuído a uma pessoa, que necessita se apresentar no tempo realizar o serviço. De um lado, os *smartphones* também servem não para alocar o demandante do serviço no espaço, com seu perfil dado por informações e avaliações arquivadas e derivadas de viagens anteriores. De outro, serve para eleger o motorista que vai atendê-lo. Nessa modalidade, o provedor conhece as pessoas com as quais está lidando, inclusive sobre suas qualidades (simpatia, pontualidade, entre outras), uma vez que, motoristas e usuários classificam um ao outro. Visando maior segurança e garantir a confiança dos usuários frente aos possíveis riscos, por exemplo, é sempre verificado com antecedência o certificado de registro criminal do transportador. As mídias sociais, conforme alertam Cochrane e Mello (2020) tem sido instrumentos mais utilizados por essas empresas para manter os prestadores de serviços contratados automotivadas.

2.2.1 Ridesourcing

Ridesourcing, de acordo com Cassel, Ladeira e Cybis (2019), é a expressão usada para definir o serviço prestado por um motorista à um passageiro, por meio de um aplicativo de celular, numa Economia de Bico. Essa prática emergiu com o surgimento das empresas UBER e Lift, que rapidamente alcançou o mundo. Na época, foi considerada por muitos uma oportunidade para preencher horas vagas, seja para ganhar uma renda extra ou mesmo para adotar esse serviço como atividade econômica diante da falta de emprego, prevalente durante a crise na economia vivenciada após 2008 (CASSEL, LADEIRA E CYBIS, 2018). Pelo fato de os serviços apresentarem valores menores que os dos táxis comuns, serem rápidos e com as devidas precauções de segurança garantidas ao usuário, se expandiram rapidamente.

Os serviços de *ridesourcing* acabaram se popularizando em todo o mundo, segundo Martins *et al.* (2019) como forma de mobilidade compartilhada. Tornaram-se atraentes nessa época, não só os serviços de compartilhamento de veículos motorizados, mas também de bicicletas, patinetes, graças à flexibilidade, conveniência e custos mais reduzidos.

Martins *et al.* (2019, p. 252) caracteriza um serviço de *ridesourcing*, diferenciando-o do serviço tradicional de táxi:

> O serviço consiste em passageiros que solicitam uma viagem através de um aplicativo de smartphone que procura motoristas próximos. Quando o motorista aceita a viagem, o passageiro recebe informações do veículo e do condutor, além da localização em tempo real e o tempo estimado de espera. O aplicativo ainda fornece navegação via GPS, ajudando motoristas não profissionais a achar os destinos, reduzindo as chances de se perderem ou de tomarem rotas ineficientes. Outro recurso do serviço é o cálculo do valor da viagem antes de solicitá-la. Além disso, o usuário pode escolher a qualidade e o tamanho do veículo, e se quer ou não dividir a corrida com outros viajantes. O que diferencia o *ridesourcing* do táxi é sua inabilidade de obter passageiros na rua, os motoristas só podem pegar passageiros quando a viagem é pré-estabelecida com a origem e o destino especificados.

Os serviços de *ridesourcing* cresceram muito também no Brasil, com serviço de compartilhamento para o transporte, iniciado com atuação da empresa UBER. De acordo com Cassel, Ladeira e Cybis. (2018), a UBER chegou, praticamente, junto com a Copa do Mundo, no Rio de Janeiro, em 2014, espalhando-se rapidamente para outras cidades. Atraíram para os serviços de *ridesourcing,* principalmente, a força de

trabalho ociosa que tinha automóvel e acesso à Internet, como também, aqueles que viram a possibilidade de usar veículos de terceiros, pagando também por isso.

Martins *et al.* (2019) referiram-se à existência de cerca de 22 milhões de usuários no país, seja para o tipo de serviço no qual o motorista usa seu próprio carro para transportar pessoas ou mesmo para compartilhar esses carros com outro motorista, em sistema de revezamento. Conforme o próprio site da empresa UBER no Brasil, como signatária do Fórum de Empresas e Direitos LGBT, ela ainda promove a inclusão de pessoas LGBTQ+, apoiando essa parceria (UBER PRIDE, 2018).

2.3 *DELIVERY ONLINE* OU ENTREGA DOMICILIAR MEDIADA POR APLICATIVOS

Outra modalidade de serviço associado ao modelo de Plataformas Capitalistas sob demanda que vem crescendo vertiginosamente nos últimos anos, especialmente, a partir da situação de confinamento estabelecida pela pandemia da COVID-19, tem sido a prática da entrega domiciliar mediada pelo uso de aplicativos (*delivery online*).

Embora o serviço de entrega domiciliar na cidade seja uma prática muito antiga, tendo crescido nos últimos anos, especialmente no ramo do alimento, como pizzas, ela ainda se dava majoritariamente mediada pelo uso do telefone. A prática de entrega domiciliar mediada pelo uso de aplicativos (*home delivery*), tem conhecido um crescimento vertiginoso muito recentemente, atingindo não só o ramo de alimentos como o ramo comercial do varejo, entre outros.

Bezerra *et al.* (2012) informou sobre o aumento da proporção de alimentos consumidos fora do domicílio no Brasil, apresentado pelo Inquérito Nacional de Alimentação (INA) ligado à Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada em 2008-2009. Segundo essa pesquisa, 31% dos gastos familiares já eram destinados à alimentação fora do domicílio em 2008-2009, contra 24% em 2002-2003.

Outro estudo realizado pela empresa *Delivery Much* em 2018, aponta a indicação dada pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), a respeito do grande sucesso do setor de restaurantes e alimentos que havia optado pelo *delivery*. O faturamento com *delivery* nesse ramo tinha sido ampliado em quase dez vezes entre 2017 e 2018. Verificou-se nesse estudo que 47% da população

brasileira já pedia lanche, almoço ou jantar por meio do *smartphone*. O maior ou menor consumo em cada cidade estudada esteve estreitamente relacionada à sua maturidade digital.

Em 2016, segundo Nahas (2018), a empresa Uber lançava seu aplicativo Uber Eats em grandes capitais brasileiras, como Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre. No ano seguinte, entrava o iFood em toda América Latina. Estas empresas, conforme lembra o autor, não têm restaurantes, mas operam apenas com um catálogo de vendas de comida. Ainda em 2016, foi lançada a *startup* James *Delivery*, que optava por um serviço de *concierge* digital. O termo *concierge*, de origem francesa, utilizado nas portarias de hotéis, diz respeito a um serviço de atendimento à todas as necessidades dos clientes. Essas plataformas digitais, dotadas de *big data*, segundo Sordily (2017), buscam oferecer assistência e suporte aos clientes com grande rapidez, mediante tarefas realizadas por robôs.

Lira (2020) apresentou nove das principais empresas de plataforma digital que se ocupam de entregas a domicílio para o varejo no Brasil e suas especificidades na forma de atender e atuar (Quadro 2).

Quadro 2: Empresas de destaque que atuam com *delivery online* no Brasil

Empresa	Quem atende	Forma de atuar
Rappi	Atende restaurante, varejo, farmácia, entre outros	Ponte entre cliente, fornecedor e entregador disponível (com carro, moto ou bicicleta)
Loggi	Atende restaurante, varejo, e-commerce, escritórios	Ponte entre cliente, fornecedor e entregador disponível (moto-entregador)
Eu entrego	Atende restaurante, varejo, e-commerce, escritórios (com serviço de rastreio)	Ponte entre cliente, fornecedor e entregador (qualquer pessoa) que aceita a proposta e que pode negociar uma contraproposta
Shipp	Presta serviço de entrega de quase qualquer tipo de coisa.	Ponte entre cliente, fornecedor e entregador mais próximo (com moto ou bicicleta)
B2Log	Marketplace de entrega (de prazo curto) para e-commerce	Após a coleta, o veículo segue para os hubs de onde partem os entregadores (com patinetes e bicicletas, carros ou motos).
James	Foi comprado pelo grupo Pão de Açúcar (supermercados)	Ponte entre cliente e entregador (com carro, moto ou bicicleta)
Pedala	Atende e-commerce	Após a coleta, o veículo segue para seus centros de distribuição de onde partem os entregadores (somente com bicicletas).
Shippfy	Atende e-commerce	Ponte entre cliente, fornecedor e entregador (com táxi, carro, moto, bicicleta)

Logbee	Atende e-commerce (segundo logística)	Ponte entre cliente, fornecedor e entregador (com carro comum ou utilitário)

Fonte: Anne Lira (2020).

O novo cenário dado pela chegada dessas empresas, que atuam sob demanda, dotadas de grandes avanços em tecnologias digitais, segundo Nahas (2018), as tem conduzido a atuar também no mercado do varejo. Nesses casos, passam a atuar como *delivery omnichannel*, ou seja, com vários canais de atendimento em compra e venda, integrando as lojas físicas, virtuais e o consumidor, de modo que este último não perceba diferenças entre o mundo *online* e *off-line*, que passam a serem vistos de forma cada vez mais integrada. Essas empresas de plataforma, também têm sido chamadas de multi *delivery*, por atuar com produtos de uma variedade de ramos, desde a entrega de alimentos, varejo junto aos supermercados, escritórios, lojas de pets, floriculturas, entre outros.

2.4 DIREITO DO TRABALHO FRENTE ÀS CONDIÇÕES DADAS PELAS NOVAS TECNOLOGIAS

De acordo com Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), é importante repensar as novas condições de trabalho proporcionadas pelo uso das novas tecnologias, cuja subordinação, diferente do modelo industrial fordista / taylorista, não ocorre mais sob o comando hierarquizado, sob ordens dadas pelo empregador, são regras estabelecidas que podem ou não serem aceitas e é diferente de se estar dentro de um escritório, sendo comandado e visto pelo superior o dia todo. Essa forma de controle vem sendo alterada com a Revolução Digital e gera um novo tipo de relação, por meio do trabalho flexível, em cuja modalidade o contrato não tem mais por objeto o tempo em horas trabalhadas e lugar previamente fixados, para operar com determinados objetos, sob um comando hierárquico. Nas novas condições, empregado se colocam à disposição do contratante para realizar um trabalho, que passa a ser quantificado em relação à sua produção e não mais pelo tempo que dispõe para esse fim. O controle se dá por meio de objetivos, mediados por comandos programados pré-ordenados e mutáveis. O trabalhador, nesse caso, tem autonomia para reagir aos mesmos, mas fica sob o comando dos algoritmos da empresa, que distribui os serviços segundo a demanda e impõe o preço do produto. Conforme bem

lembram Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), ainda que esteja sendo alterada a modalidade de trabalho, permanece a natureza da exploração do trabalho por empresas.

2.4.1 Zona Cinzenta do Trabalho e Emprego

O mundo do trabalho, segundo Vieira e Fonseca (2018) atravessa um momento sombrio e de grandes transformações, marcado por riscos de retrocessos e desproteção do trabalhador.

Essa nova situação de trabalho, que se manifesta na chamada economia compartilhada, gerada pela mediação dos aplicativos e plataformas digitais, ao mesmo tempo em que proporciona vitalidade e ambiguidade, gera uma série de questionamentos, colocando em questão instituições e políticas públicas herdadas do modelo fordista. Tais questionamentos vêm incitando novas reflexões para melhor compreensão desse processo, que possam apontar maiores garantias no atual mundo do trabalho e emprego.

Entre essas reflexões, emerge a noção de “zona cinzenta de trabalho e emprego”. Afinal, novas modalidades profissionais estão se manifestando, com fronteiras mais fluidas entre modalidades de emprego e trabalho, favorecendo novas profissões ou sem alterá-las, mas sujeitas a regras com menos direitos trabalhistas (CARELLI e CARELLI, 2020).

Carelli e Carelli (2020) trazem a noção de zona cinzenta de trabalho e emprego, cujo movimento é o surgimento de novas profissões ou o deslocamento de profissões existentes com estatutos com menos direitos, coincidindo com o surgimento de termos cada vez mais fluidos entre formas de emprego e trabalho, o que acaba por minar a relação binária entre legal e ilegal, formal e informal, autônomo e subordinado. O termo zona cinzenta pode inserir o trabalhador numa área de interação, total ou parcial, sob o controle ou poder de regulação de atores não institucionais, submetido às margens de manobra existentes na própria regulação legal.

Os empregos que, até então, eram constituídos segundo regras de um tradicional modelo fordista, ficaram sujeitos a regulamentos estabelecidos por atores

não-institucionais (BUREAU e DIEUAIDE, 2018). Isso leva a supor que, as construções e interpretações das tradicionais normas fordistas já não conseguem dar conta do atual mundo de trabalho. Isso parece ocorrer, principalmente, diante de situações plurais, nas quais o trabalhador exerce mais de uma atividade ao mesmo tempo. Essa nova condição conduz à uma zona cinzenta em relação ao Direito do Trabalho, tanto em relação ao trabalho subordinado com em relação ao trabalho autônomo.

Para Azais (2019), os trabalhadores que assumem essas novas modalidades de trabalho, são figuras emergentes que resultam de três processos. O primeiro se constitui naquela figura declinante, saída de um *status* consolidado para uma situação precária, cujo emprego se encontra em desaparecimento ou por ter se submetido a alguma forma de trabalho degradante. O segundo tipo, é o da figura em transição, que aceita se submeter a essa situação, por se encontrar na expectativa de assumir, posteriormente, um emprego mais estável e mais bem remunerado, a exemplo de jovens estagiários, estudantes. A terceira, seria a figura ascendente, representada pela pessoa que enxerga, nessa situação, uma oportunidade e nela se engaja, na busca de maior independência e autonomia, seja para sair de relações assalariadas ou, até mesmo, para recuperar conquistas anteriormente perdidas.

De todo modo, essas estratégias empresariais pelo uso de formas contratuais aparentemente independentes excluem o entregador de proteções trabalhistas. Para Bureau e Dieuaide (2018), as fronteiras dessa zona cinzenta, também podem conduzir a um espaço de interação entre as duas situações binárias. As zonas cinzentas correspondem exatamente às práticas situadas nos espaços intermediários de regulação, com dinâmica própria, difíceis de serem analisadas em termos de formalidade / informalidade, à luz dos padrões fordistas de trabalho. Nesse sentido, a zona cinzenta pode ser interpretada como um complexo de situações de trabalho, do qual fazem parte, ao mesmo tempo, autonomia e subordinação.

Para Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), essa situação conduz à criação de uma nova figura trabalhista capaz de estabelecer, de forma mais objetiva, diferenças entre o trabalho subordinado de emprego estabelecido no modelo fordista e aquela própria das novas condições dadas pela economia do compartilhamento.

De acordo com Carelli e Carelli (2020), já existem em alguns países, a garantia de alguns direitos conquistada por trabalhadores dessa nova categoria. Para

corresponder às especificidades da nova situação, Oitaven, Carelli e Casagrande (2018) consideraram necessário criar a figura do trabalhador independente, com características passíveis de posicioná-lo numa situação intermediária entre o empregado e o contratado de forma independente, para dar conta das especificidades da economia do compartilhamento. Torna-se importante encontrar um modelo, capaz de incentivar a inovação no mundo do trabalho e, ao mesmo tempo, gerar mais certezas, tanto para os trabalhadores, como para as empresas e o governo. No entanto, ainda inexiste consenso a respeito das novas medidas, sem evitar judicialização em diversas situações.

2.4.2 A exploração identificada nas novas condições de trabalho

Os estudos e reflexões proporcionados por Oitaven, Carelli e Casagrande (2018) permitem identificar nas empresas que operam com trabalhadores sob demandas, por meio de plataformas digitais, diversas formas de exploração do trabalho e que se manifestam de diversas maneiras.

A precificação do serviço sob o comando da empresa, por meio dos algoritmos, tem se manifestado como uma forma de comando da empresa sobre o tempo de trabalho do motorista. Afinal, a prática de preços extremamente baixos na prestação do serviço, para enfrentar a concorrência, exigem mais horas trabalhadas do motorista para garantir sua sobrevivência. Outra forma de controle da empresa ocorre por meio de premiações, uma vez que, por meio dela se retira o motorista de quando ele preferia estar em casa, para mantê-lo ativo. Também o controla para chegar a determinados lugares solicitados e ainda por meio do “preço dinâmico” atrai o motorista para locais de maior demanda. Uma outra forma de controle sobre o motorista ocorre por meio das notas atribuídas pelos usuários do serviço. Ocorre que esse cerceamento de liberdade, no lugar de ser centralizado, parte de várias formas de vigia, o que leva a deduzir sobre uma aparente liberdade, ou seja, uma “autonomia sob subordinação”, realizada por meio de prêmios e punições. Essas práticas levam a empresa a suspender motoristas que recusam o trabalho e não respondem devidamente às suas regras, podendo ser suspensos, sob forma de descadastramento do aplicativo.

Na interpretação dos autores citados, o Direito do Trabalho brasileiro apresenta meios para lidar com essa nova modalidade de exploração do trabalho. Isso permitiu a alteração do parágrafo único, do artigo 6º, da Consolidação das Leis do Trabalho, ao incluir a organização do trabalho por programação como vínculo empregatício.

> Parágrafo único. Os meios telemáticos e informatizados de comando, controle e supervisão se equiparam, para fins de subordinação jurídica, aos meios pessoais e diretos de comando, controle e supervisão do trabalho alheio.

Depreende-se dessas colocações, a necessidade dessa nova modalidade de trabalho ainda ser acompanhada e controlada, em acordo aos Direitos do Trabalho. Afinal, conforme bem lembram Oliven, Carelli e Casagrande (2018), como o empregador e prestadores de serviços são automaticamente ligados por meio dos aplicativos, sem se escolher um ao outro, de fato eles se desconhecem. Nesse caso, não é adequado inserir tais empresas na chamada “economia de compartilhamento”.

2.4.3 Teoria do panóptico pós-moderno no trabalho

A teoria do panóptico pós-moderno no trabalho, trazida por Teodoro e Andrade (2000), vem amparar uma condição a que vem se submetendo os moto-entregadores, chamada de “autonomia sob subordinação”. Esta teoria traz os princípios de vigilância e punição baseados numa inspeção em prisão de confinamento, apontadas por Jeremy Benthan (2008)[4], como um modo infalível de garantir o poder da mente sobre outras mentes. Alguns dos pontos essenciais destes princípios do panóptico são: (1) centralidade da situação do inspetor, combinada com os dispositivos conhecidos e eficazes para ver sem ser visto”; (2) as pessoas inspecionadas devem sempre se sentir como se estivessem sob inspeção ou com grande possibilidade de estar nesta condição: (3) o inspetor precisa ter a satisfação de saber que a disciplina tem efeito a respeito do que é solicitado de acordo com as regras em vigor; (4) para este fim as instruções fornecidas (transientes e incidentais) em todo início de atividade; (5) quanto maior a probabilidade da pessoa sentir-se

[4] Filósofo e jurista inglês que viveu no século XVII. Estes princípios teriam sido apresentados em cartas escritas por ele na Rússia, em 1789, destinadas a um amigo inglês. O conteúdo delas foi posteriormente refletido por Michel Foucault na obra “Vigiar e punir” como biopolítica de poder, que transpôs a outras condições, como asilos, casas de correção, hospícios, escolas, casas de trabalho.

vigiada, mais forte e intensamente poderá ser persuadida; (6) o sucesso com as infrações mais leves e frouxas contribui para a adoção de transgressões maiores e mais rigorosas.

Para Teodoro e Andrade (2020) a sociedade industrial estaria se transformando numa sociedade do controle, com uma nova lógica de acumulação mediada algoritmos. Estes funcionam como uma poderosa fonte de acumulação dos dados subjetivos e privados, obtidos pelo vínculo empregatício, que permite à empresa monitorar o trabalhador dentro e fora do mundo do trabalho, sem que ele chegue a tomar consciência disso. Nesta nova lógica de acumulação, a apropriação se dá não somente da força de trabalho como da vida privada do trabalhador. Por meio de informações coletadas e do uso dos algoritmos, a empresa consegue prever e modificar o comportamento humano, num verdadeiro mecanismo de vigilância. Para estas autoras, nesta nova prática de vigilância pós-moderna, esta forma de poder soberano acaba com a liberdade alcançada pelo Estado de Direito Democrático.

3 CARACTERÍSTICAS E PERCEPÇÃO DAS CONDIÇÕES DE ATUAÇÃO DOS MOTO-ENTREGADORES EM SERVIÇOS DE *DELIVERY ONLINE*

No Brasil, essa modalidade de atividade econômica, pautada no modelo de uberização, é garantida por Lei, ou seja, não é ilícita, mas não são garantidos os direitos trabalhistas; mas o direito social de aposentadoria, auxílio doença sim, como autônomo, mas a legislação permite a quem presta serviço escolher seu próprio horário de trabalho, sua clientela. Nesse caso, a própria pessoa prestadora do serviço ou ofertante de um produto gerencia seu trabalho e escolhe como quer realizá-lo.

A única obrigação é que o serviço seja realizado com excelência, com qualidade. De acordo com Ratcher (2019, online), é "[...] uma economia com relações de trabalho mais flexíveis e autônomas potencializadas pelo surgimento de tecnologias para conectar diretamente vendedores e compradores".

Refletindo sobre essas transformações no mundo do trabalho e da economia, apesar de o trabalho compartilhado ou colaborativo estar suprindo a necessidade de renda de muitos, há uma certa preocupação por parte da Organização Internacional do Trabalho (OIT) em relação à perda da segurança que um emprego formal oferece, especialmente, quando se pensa que esse trabalhador não terá direitos básicos do trabalho assegurados e nem garantida sua seguridade social. Nesse sentido, o direito laboral dessas pessoas sofre imenso prejuízo, ainda mais, se for levado em consideração todas as mudanças que a Lei de seguridade social e, também, a Lei trabalhista brasileira sofreu nesses últimos anos, do século XXI (BERNIS; GYINSBURG, 2019).

Pensando dessa forma, é preciso levar em consideração que a legislação trabalhista mudou e ampliou o prazo de contribuição e a idade para aposentadoria. Isso significa que os trabalhadores precisam de muitos anos de trabalho e muito tempo de contribuição para se aposentar. Desse modo, esse tipo de serviço prestado pelo entregador para as empresas construídas no modelo de *delivery* não garante os benefícios de um trabalho formal. As plataformas digitais trouxeram nova forma de relacionamento trabalhista, não oferecendo nenhuma segurança ou garantia, mas movimentando a economia de uma forma totalmente inovadora, podendo se pensar em uma economia solidária compartilhada e colaborativa, onde há troca de produtos

e serviços e ou a venda desses produtos, mediados por essas plataformas digitais, sem que haja necessidade de se pagar mais caro por isso.

Os serviços de *delivery online* ganharam grande destaque, a partir da situação de pandemia da COVID-19, deflagrada em 2020, contribuindo para o aumento de empresas de plataforma digital. Convergiram, entre outros, para essa situação, a necessidade de adoção de medidas de isolamento social, a valorização desse serviço por evitar aglomerações e o aumento do desemprego. Desse modo, com o fechamento dos estabelecimentos físicos, o comércio eletrônico disparou e o setor de transporte público sofreu impasses.

De acordo com a Exame, em abril de 2020, a Rappi havia registrado 300% de crescimento no número de pedidos de cadastros de moto-entregadores. No iFood, 175 mil pessoas tinham solicitado para entrar na plataforma somente no mês de março. A 99Food, que havia iniciado em novembro de 2019, já registrara até abril um aumento de 20% de pedidos. Os *smartphones* associados às outras ferramentas digitais no trabalho plataformizado, conforme lembram Nascimento e Reis (2021), facilitaram a intermediação do controle centralizado dos provedores com suporte de algoritmos. Além de controlar o tempo e o trabalho dos prestadores de serviços, extrai para seu controle dados desses e dos consumidores. Nesse processo, diversos estudos surgiram em nível de Brasil, levando em conta as grandes cidades, que apontaram a perversidade desse modelo de negócio capitalista. Enquanto essas empresas cresciam, os salários dos moto-entregadores tornaram-se menores, podendo ser banido ou descredenciado a qualquer momento, além dessa modalidade de trabalho proporcionar maior exposição ao contágio pelo vírus da COVID-19.

Entre os vários estudos realizados, destacaram-se aqueles efetuados por pesquisadores da Rede de Estudos e Monitoramento da Reforma Trabalhista (Remir Trabalho), da Universidade Federal do Paraná (ABILIO *et al.*, 2020), e Universidade Federal da Bahia (Núcleo de estudos Conjunturais, 2020). Todos constataram que a maioria dos moto-entregadores tiveram seu tempo de trabalho ampliado e seus rendimentos rebaixados em 2020, ano da pandemia, trazendo indícios de exploração do trabalho do entregador. Por outro lado, um balanço realizado pelo Batalhão da Polícia Militar de Trânsito, na cidade de Campo Grande em 2020 ocorreram 3 a 4 vezes mais acidentes com motocicletas do que no ano anterior. Também, esses trabalhadores considerados essenciais durante a pandemia, mais expostos ao risco

de contrair o vírus da COVID-19, nem sempre contaram com o suporte necessário das empresas para protegê-los.

3.1 METODOLOGIA DA PESQUISA

A questão e objetivos apresentados na introdução, associados ao corpo teórico-conceitual trabalhado nos capítulos anteriores, permitiram construir a proposta metodológica da pesquisa.

3.1.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa foi de natureza exploratória, com a finalidade de uma maior aproximação da realidade que se pretendeu conhecer, vivida pelos moto-entregadores em Campo Grande/MS, utilizando estudo de caso. Foi ainda de natureza descritiva, no sentido de descrever as características do objeto da pesquisa e dos profissionais nele envolvidos, para posterior reflexões e análises. A abordagem de análise dos dados coletados foi de natureza qualitativa e quantitativa.

O estudo de caso, envolvendo moto-entregadores domiciliares que operam por meio de aplicativos em Campo Grande/MS, teve como finalidade melhor compreensão da especificidade da realidade em que atuam os moto-entregadores, com um número maior de variáveis que concorrem para sua compreensão (YIN, 2016). Conforme lembra Gil (2019), o estudo de caso favoreceu maiores detalhamentos a respeito do conteúdo que se pretende abordar.

Buscou-se quantificar e interpretar, por meio de gráficos, as respostas dos entrevistados, numa tentativa de compreensão da realidade humana vivida por estes moto-entregadores na realidade de Campo Grande/MS.

3.1.2 Procedimentos utilizados na coleta dos dados

São descritas aqui a origem das fontes consultadas e os procedimentos adotados na coleta, como fontes secundárias e primárias. Foi realizada pesquisa bibliográfica e documental de suporte para proporcionar um aprendizado a respeito do objetivo buscado. Constou de um levantamento na *Internet* de periódicos nacionais

e internacionais, teses, dissertações, livros, relatórios técnicos, artigos em sites relativos ao tema selecionado, mediante uso dos principais termos ligados à temática, assim como selecionando alguns autores e instituições mais relevantes. A ideia foi identificar o que foi publicado e discutido, assim como a construção de conhecimento nessa temática. Nesse processo, buscou-se catalogar os documentos encontrados, procurando selecionar aqueles que apresentavam maior aderência à pesquisa. Essa fonte de pesquisa favoreceu, não só a detecção e seleção do material bibliográfico buscado, como a avaliação crítica e as várias tendências sobre o tema investigado.

A fonte primária foi a elaboração de entrevista, aplicada aos moto-entregadores, que operam por meio de aplicativos em Campo Grande/MS. Diante do desconhecimento do total de moto-entregadores na cidade (universo da pesquisa) optou-se por contatar a população prontamente acessível, portanto num formato de amostra não-probabilística. Foi estabelecido previamente um número de 100 moto-entregadores para serem pesquisados, escolhidos aleatoriamente, quantidade que foi considerada válida para se contemplar a variedade existente no universo desconhecido. No movimento da aplicação das entrevistas já foi possível notar um dos elementos que caracterizam o regime de trabalho intermitente, executado pelos sujeitos.

Para esse fim, procurou-se identificar os pontos preferenciais, nos quais esses costumam permanecer, em alguns bairros da cidade, quando se encontram em serviço e à espera de novos chamados. As entrevistas foram sendo preenchidos a partir de movimentos de empatia e boa vontade por parte de entregadores que, por sua posição de liderança e por seus conhecimentos em rede, iam indicando a pesquisa para outros, e aos poucos a "amostra" foi sendo construída, a partir da empatia do tecido vivo dos entregadores. Nesse sentido, a informalidade foi um elemento catalisador da participação e facilitador dos movimentos de empatia que viabilizaram a construção de toda a pesquisa em campo.

O período de pesquisa envolvendo a busca de moto-entregadores pela cidade compreendeu os meses de outubro e novembro de 2021, sempre nos períodos da manhã e da noite. Pela manhã, eles eram mais escassos, mas conforme o horário do almoço se aproximava, eles brotavam nos estacionamentos dos Hipercompers e restaurantes. No período da noite era possível observar que eles se concentravam em pontos estratégicos da cidade, como Praça do Rádio, Euclides da Cunha, Mcdonalds

da Avenida Mato Grosso, Habibs na Afonso Pena, *shoppings centers* e em especial, avenida Bom Pastor, corredor gastronômico de Campo Grande. Não raro, era possível vê-los isolados em um lugar qualquer, aguardando por novos pedidos. Essas ocasiões costumavam ser mais propícias para se aproximar e ter conversas mais tranquilas. Os entregadores mais difíceis de entrevistar eram os que estavam no frenesi dos restaurantes, no ir e vir acelerado do esforço de bater suas metas de entrega. Por outro lado, nesses momentos de observação, foi possível tomar conhecimento da efetiva manifestação da prática de Delivery como um esforço constante, acelerado e atento, compondo o tecido da realidade vivida por esses moto-entregadores.

Todos os moto-entregadores domiciliares pesquisados tomaram conhecimento e concordaram previamente com o conteúdo dos Termos de Livre Consentimento. Na entrevista constaram 17 questões relativas ao perfil dos entrevistados e ao trabalho que realizavam (anexo).

3.1.3 Organização e interpretação dos dados coletados

Os dados obtidos mediante a consulta de fontes secundárias permitiram contextualizar melhor as atividades de campo. Os dados secundários foram apresentados anteriormente. Por sua vez, os resultados da coleta junto aos moto-entregadores domiciliares, realizados por meio da entrevista, foram tabulados no *software Excel* e transformados em gráficos diretamente no *software Word,* posteriormente analisados por meio de técnica quantitativa e qualitativa. Os resultados da pesquisa não significaram simples transposição de dados obtidos, mas tentativa do desvendamento dessas novas realidades e reflexões críticas sobre as mesmas, no sentido de compreendê-las como totalidades complexas e em movimento. Em seguida, esses resultados foram fundamentados, de acordo com os sentidos e significados da pesquisa, à luz do referencial teórico anteriormente selecionado.

3.2 RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA COM MOTORISTAS DE ENTREGAS A DOMICÍLIO POR APLICATIVO

As entrevistas realizadas junto a uma população amostrada de 100 moto-entregadores que realizam entregas a domicílio por meio de aplicativo ou aqueles que iniciaram tais serviços por iniciativa própria, na cidade de Campo Grande/MS, permitiram delinear alguns traços da manifestação da vivência do trabalho dos moto-entregadores, identificando suas principais características, bem como as percepções construídas por eles, seja em relação ao motivo que os conduziram a essa prática, como em relação a como se sentem ao realizá-las. O clima geral das entrevistas, durante as quais ocorreram as abordagens iniciais e a aplicação das entrevistas, foi marcado por afirmações de boa vontade e de esperança. Alguns observaram, por exemplo, que era muito "bacana" que existissem pesquisas assim, pois ajudavam a aproximar um pouco mais os entregadores da sociedade. Um deles, por exemplo, afirmou que "muita gente não sabe como a gente corre [...]".

3.2.1 Perfil dos entrevistados

Essa modalidade de trabalho em Campo Grande/MS, de acordo com os dados obtidos, ocupa pessoas de 18 aos 54 anos de idade. A faixa predominante esteve entre 21 a 30 anos, o que significou quase metade deles (43%). Foram seguidos por aqueles entre 31 a 40 anos, que chegaram a representar pouco mais de um terço do total (32%). Abaixo de 20 anos e acima de 50 anos, como se pode observar, a percentagem foi bem menor. (Gráfico 1).

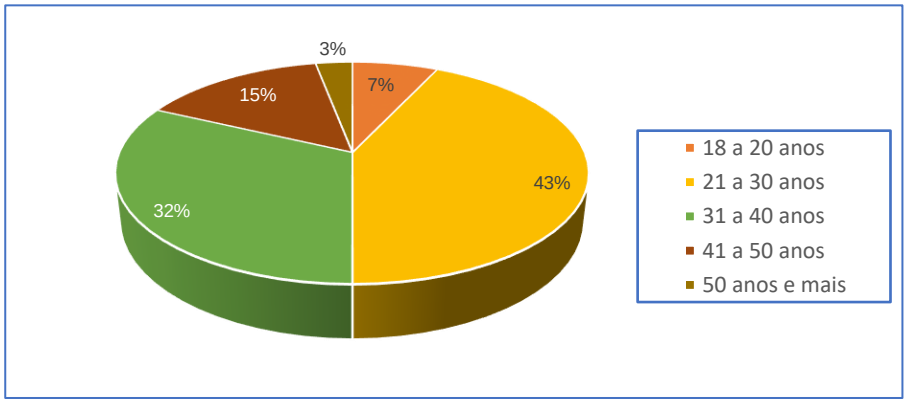

Gráfico 1: Idade dos entrevistados
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022.

O número de moto-entregadores solteiros pode ser considerado relevante, uma vez que entre os entrevistados, significou pouco mais de metade deles (52%). Os casados ou que mantém união estável (45%) aparecem em segundo lugar (45%), seguidos dos divorciados (3%), conforme se pode verificar no Gráfico 2. Se adicionado este último aos dois anteriores, esta situação em relação aos moto-entregadores solteiros fica em relativo equilíbrio.

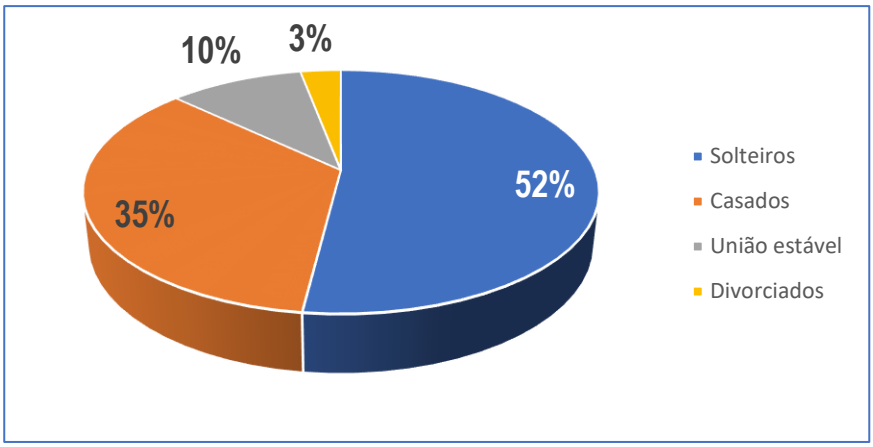

Gráfico 2: Estado civil dos entrevistados
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Sobre o nível de escolaridade dos entrevistados, o Gráfico 3 ajuda a identificar que a grossa maioria possui Ensino Médio completo e incompleto (76%), seguido do Ensino Fundamental completo e incompleto (14%) e Ensino Superior incompleto e completo (10%).

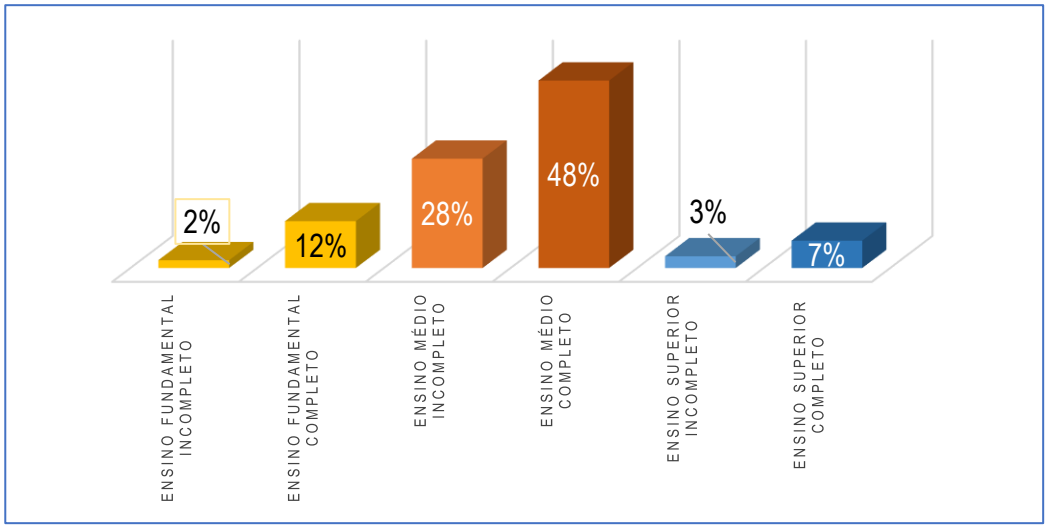

Gráfico 3: Nível de escolaridade dos entrevistados
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

3.2.2 Motivos da opção por esta modalidade de trabalho

Os motivos que conduzem estes trabalhadores a optar por esta modalidade de moto-entregador, no caso dos entrevistados que vivenciam a realidade de Campo Grande/MS, leva a enquadrá-los de forma mais preponderante na “figura emergente” apontada por Azais (2019), ou seja, que têm uma dupla finalidade, empírica — permitem decifrar as transformações contemporâneas do trabalho e do emprego— e teórica, propõem ir além da análise dicotômica em que se baseia a relação de emprego, por ser demasiado redutora . O termo “figura” evoca “a aparência externa geral e relativamente caracterizada” de um fenômeno. O qualificador “emergente” refere-se à ideia de um processo, que pode ser evolutivo ou involuntário. Reflete os movimentos específicos do emprego e das relações trabalhistas. Portanto, a expressão “figura emergente” sublinha o caráter “relativamente” definido de uma posição no mercado de trabalho, ou seja, não imutável. A maioria (81%) vislumbrou a oportunidade de manter “boa renda” (50%) ou mesmo de poder “complementar” aquela que já recebe atuando em outra modalidade de trabalho (30%). Observe-se no Gráfico 4 que, entre estes, apenas 19% afirmaram optar pelo trabalho de moto-entregador, por estarem desempregados, portanto, enquadrados na figura do trabalhador “em situação precária” (AZAIS, 2019, p. 126-127).

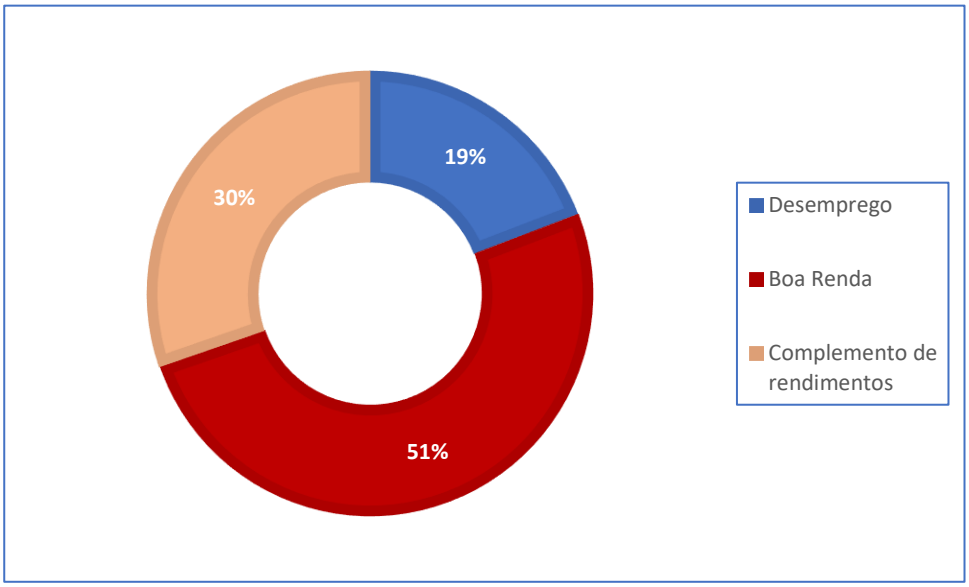

Gráfico 4: Motivos pela opção desta modalidade de trabalho
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Ainda corroboram as informações dadas acima, ao se verificar no Gráfico 5 as respostas dadas pelos entrevistados, quando se perguntou se consideram essa modalidade a melhor alternativa. Foi possível verificar que 30% dos entrevistados que atuam com outra atividade consideram essa modalidade de moto-entregador uma forma de complementar a renda. Nesse caso, pode-se enquadrar esses moto-entregadores, segundo Carelli e Carelli (2020), numa situação fluida entre o trabalho legal e o outro sob a regulação de atores não institucionais (BUREAU e DIEUAIDE, 2018). Isso significa que, praticamente, um terço dos entrevistados se encontra numa "zona cinzenta" em relação ao Direito do Trabalho. Apenas 15% informaram não considerar essa uma boa alternativa.

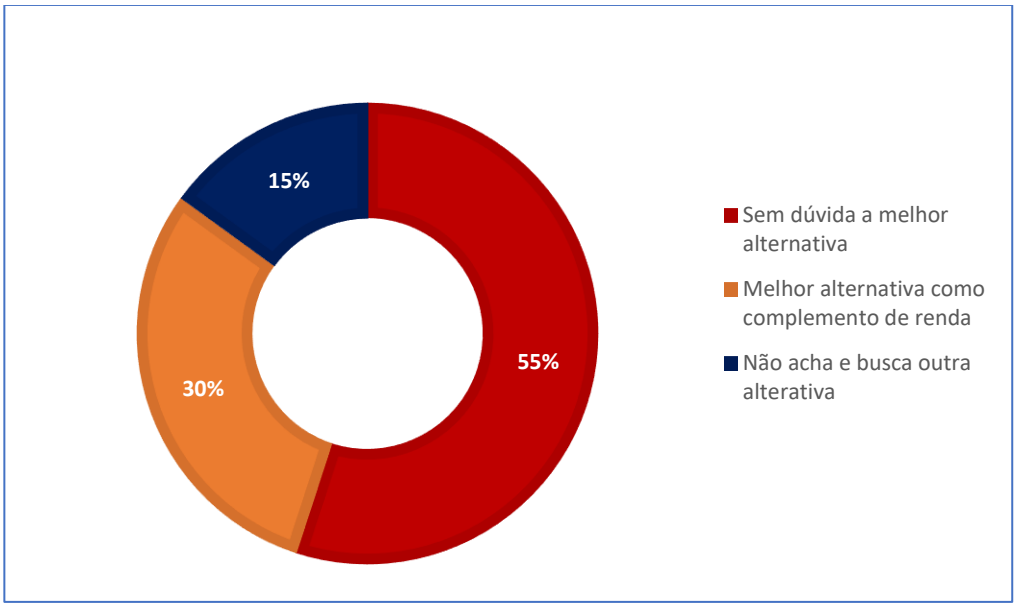

Gráfico 5: Opinião dos Entrevistados sobre a prática da moto-entrega como alternativa de trabalho
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022.

Se de um lado, uma grande maioria dos moto-entregadores que atuam em Campo Grande/MS optam por essas novas estratégias contratuais dos trabalhadores sob demanda como trabalho aparentemente independente, de outro, conforme bem lembram Bureau e Dieuaide (2018), nessas condições, eles permanecem excluídos das atuais proteções trabalhistas.

Importante salientar também, o motivo apresentado por aqueles 15% de entrevistados que preferem encontrar alternativas para não continuar trabalhando nas atuais condições de moto-entregadores. Entre esses, 50% consideram essa modalidade de trabalho perigosa e ainda levam em conta as despesas com

combustível e manutenção do veículo utilizado exigidas para poder trabalhar. Os outros também se referem a uma dessas dificuldades, seja a exaustão física aliada aos perigos no trânsito (14,3%), ou aos perigos a serem enfrentados no trânsito (14,3%), ou ainda frente às despesas com combustível e manutenção. Também se manifestaram 7,2% por alegarem que essa modalidade de trabalho acaba exigindo muito tempo disponível. Além disso, 7,2% do total de entrevistados considera não obter renda suficiente com esta atividade (Gráfico 6).

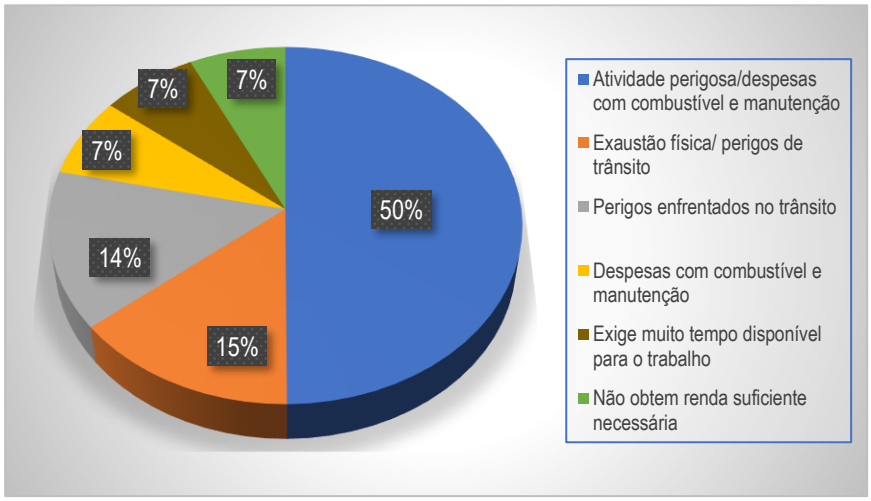

Gráfico 6: Motivos alegados para quem busca nova alternativa
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Dadas essas alegações, torna-se importante conhecer, por meio das respostas dadas pelos moto-entregadores entrevistados a respeito das práticas vivenciadas por eles na realidade da cidade de Campo Grande/MS.

3.2.3 Modalidade de trabalho vivenciada pelos moto-entregadores em Campo Grande/MS

Essa modalidade de trabalho, testemunhada pelos moto-entregadores entrevistados, comprova a afirmação de vários deles, de que ela exige, ao menos de 61% deles, mais 8 horas de trabalho em média por dia. Chama atenção neste sentido, para aqueles que chegam a trabalhar em média por dia, de 13 a 16 horas (35%) e de 9 a 12 horas (26%) na atividade de moto-entrega, portanto, apenas 39% exercem essa prática de moto-entregadores e atuam até 8 horas/dia em média (Gráfico 7).

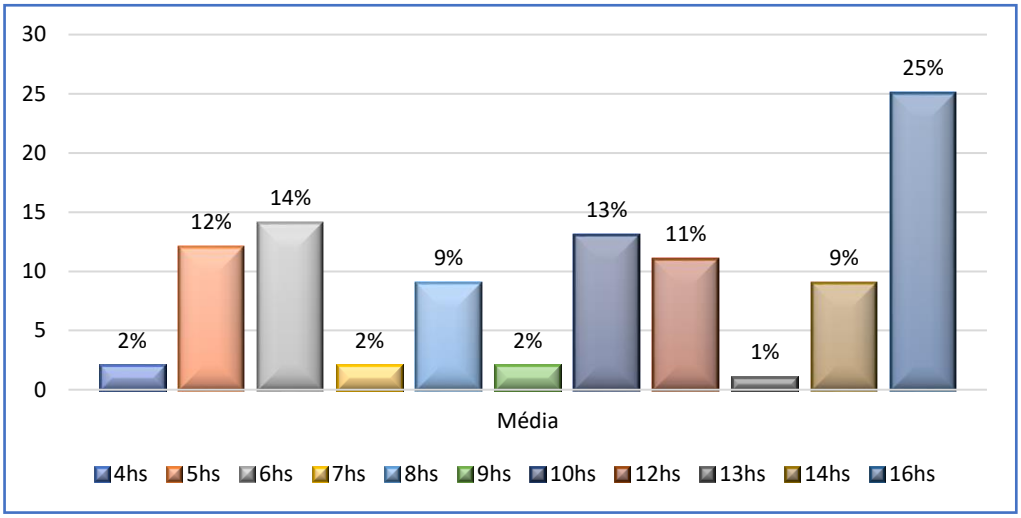

Gráfico 7: Média de horas/dia trabalhadas pelos entrevistados
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

A mesma intensidade de trabalho na prática de moto-entregador, também se reflete no número de dias da semana utilizados para esse fim. Do total de entrevistados, somente 16% informaram trabalhar entre 4 a 5 dias durante a semana. Operar durante 6 dias da semana, segundo eles, tem sido uma prática de metade deles (50%). Saliente-se a quantidade apreciável de 38% que permanecem ocupados a semana inteira (Gráfico 8).

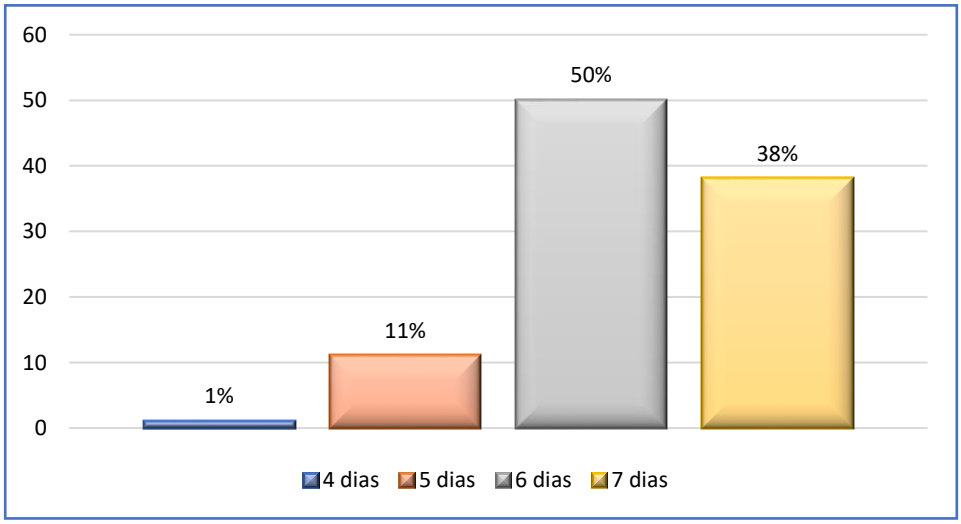

Gráfico 8: Dias trabalhados por semana
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

A decisão pelo tempo a ser trabalhado é definida, segundo a manifestação de 56% dos entrevistados, pelo próprio moto-entregador. No entanto, 27% afirmaram ter o tempo determinado por meio de operadores logísticos e 17% pelo gestor do aplicativo (Gráfico 9). Essas duas situações apontam, na visão de Oitaven, Carelli e Casagrande (2018) que pelo menos 44% deles permanecem numa condição de "autonomia sob subordinação", uma vez que, a decisão para o tempo de trabalho não depende diretamente do moto-entregador (Gráfico 9).

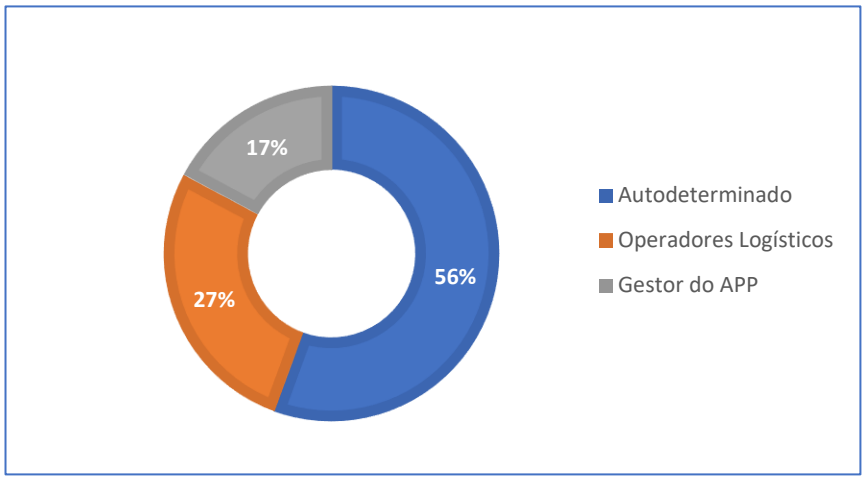

Gráfico 9: Quem decide sobre o tempo trabalhado
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Diante dos 27% que afirmaram ter seu tempo de trabalho determinado pelo operador logístico, de acordo com o relatado pelos moto-entregadores por aplicativos, esses se engajam numa especificidade na forma de trabalho com a plataforma *Ifood*. Essa empresa opera com duas modalidades de entregadores: (1) o entregador "nuvem" e o (2) operador logístico (O.L) que pode estar vinculado a uma das várias empresas existentes.

O "entregador nuvem" é aquele, a exemplo de outras plataformas, que realiza um cadastro e uma vez aprovado pode começar a trabalhar, efetuando as entregas, com jornada e horários dinâmicos e flexíveis. Cadastro aceito, ele se posiciona num local, e o iFood encaminha os pedidos. Tudo o que tem a fazer é buscar o pedido e levar até o cliente. Nesse caso, o momento de operar depende da decisão do moto-entregador *logar* e permanecer no aplicativo.

No caso do "operador logístico", ou simplesmente "OL", ele opera por meio de uma "empresa parceira" da plataforma *Ifood*, que conta com uma quantidade de vagas fixas para administrar. Ele pode ficar nessa condição de um semestre a um ano. Nessa

modalidade, apesar do moto-entregador ter seu cadastro aprovado com maior facilidade, recebe como brinde sua máquina de cartão, além de *bags* e uniforme para operar, com um valor mínimo garantido ao final do dia. Quem começa o trabalho com uma pontuação maior passa a ter prioridade nos pedidos, uma vez que a plataforma prioriza quem está cadastrado como OL. Obrigatoriamente, o moto-entregador precisa escolher um período do dia para permanecer logado (entre esses a hora do almoço, da janta ou da tarde), o que acaba por retirar a flexibilidade, característica dessa modalidade de trabalho. Desconectar do aplicativo, antes do período terminar, vai lhe trazer uma série de consequências, como a redução da pontuação e avaliação, e entregas direcionadas a outro entregador, como mencionado pelo entrevistado "42". O "OL precisa estar na pista, faça chuva ou faça sol", gerando estabilidade nas entregas pela plataforma. A situação exposta também se faz sentir na afirmação do entrevistado "3" ao dizer: *"*sinto que preciso aproveitar as oportunidades dentro do aplicativo para ganhar mais*".*

Indagados sobre o que os impulsiona a trabalhar, para 86% deles é a alteração de tarifa, mas as promoções também incentivam 23% dos entrevistados, assim como os alertas de meta condicionam 22% deles. Ainda produzem efeitos sobre 13% dos moto-entregadores entrevistados o aumento do *score*, assim como para 9% as promoções conforme a rota (Gráfico 10). Importante destacar que no caso dessa questão, os entrevistados tiveram a liberdade de responder a mais de uma delas, desde que a variável tivesse influência para impulsioná-lo a trabalhar.

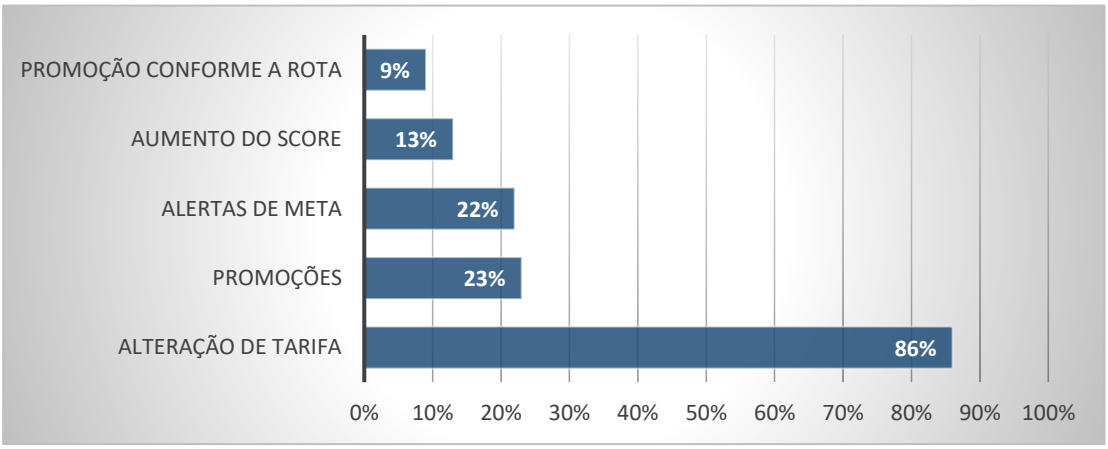

Gráfico 10: Estratégias para impulsionar o trabalho do moto-entregador
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Questionados sobre o motivo dos entrevistados precisarem manter a taxa de rejeição baixa, 10% afirmaram ser indiferentes; 2% porque Operador Logístico, no

caso do IFood, por exemplo, tem essa opção, precisa cumprir uma meta, não pode recusar entrega e há um preposto da empresa que administra o serviço dos entregadores, não pode haver rejeição; 17% para manter o score alto; 71% para não sofrer penalidade como exemplo, bloqueio, conforme revela o Gráfico 13.

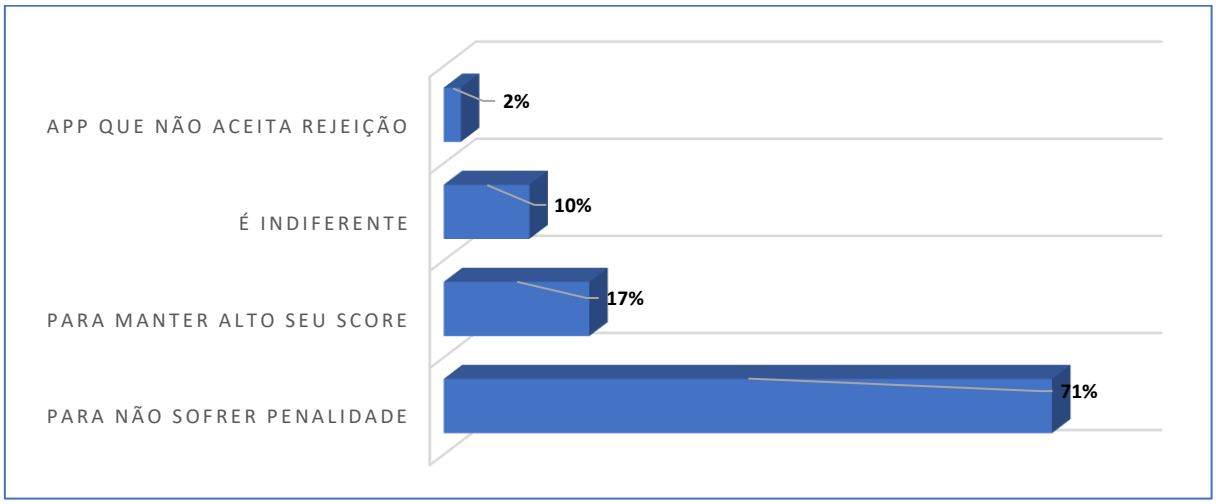

Gráfico 11: Necessidade de manter taxa de rejeição baixa
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

A situação é tão grave, que quando indagado sobre a taxa de rejeite, levou o entrevistado "5" a responder: *"se rejeitar já era, tá f...., pode ir embora pra casa".* As regras utilizadas pelos gestores das diferentes plataformas a respeito da taxa de rejeição, como se pode verificar, manifesta-se como mais uma forma dessas empresas capitalistas estabelecerem uma condição de autonomia sob subordinação.

Conforme colocado por Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), estratégias, tais como a precificação dos serviços, estabelecidas por meio de prêmios e punições, conforme destacados nos gráficos 10 e 11, podem, inclusive, levar o moto-entregador, até mesmo, ser descadastrado do aplicativo.

Os rendimentos mais preponderantes que envolvem 55% dos moto-entregadores que atuam em Campo Grande/MS, de acordo com os entrevistados, variam entre 1 até 3 salários. Ainda 39% deles conseguem receber entre 3 até 5 salários. No entanto, um pequeno percentual (6%) afirmou receber até apenas 1 salário (Gráfico 12).

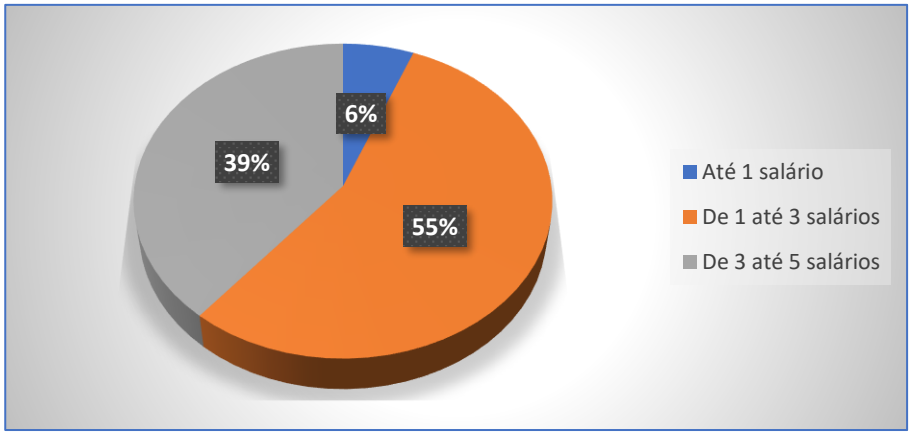

Gráfico 12: Rendimentos dos moto-entregadores em Campo Grande/MS
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Como se pode verificar, os rendimentos são variáveis e dependem das diversas formas do moto-entregador responder aos comandos dos algoritmos.

3.2.4 Modalidade de trabalho vivenciada na situação específica da pandemia COVID-19

As novas condições trazidas pela pandemia da COVID-19, em que a atuação dos moto-entregadores se tornou estratégica, foram questionadas aos entrevistados. Ao menos para 70% deles esse momento passou a significar ampliação da jornada de trabalho. Já para 25% dos entrevistados essa situação não trouxe alterações no tempo destinado ao trabalho, enquanto 5% não respondeu a esse questionamento (Gráfico 13).

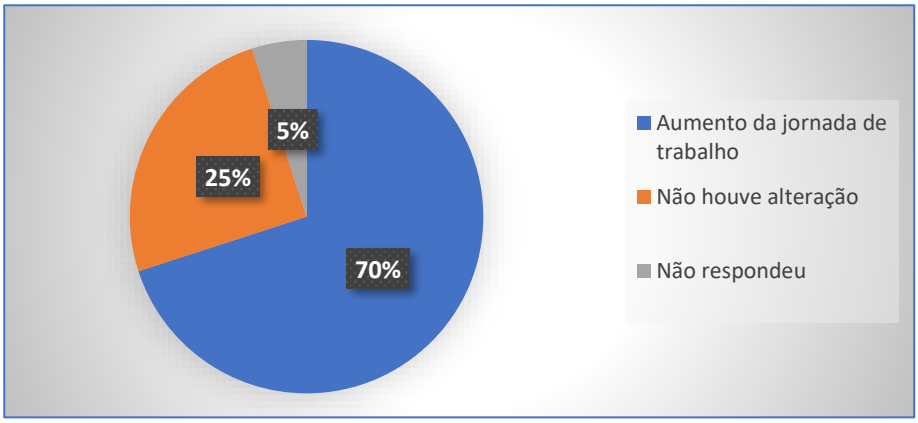

Gráfico 13: Interferência da Pandemia na jornada de trabalho
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Dos 25% que relataram falta de alteração na jornada de trabalho na época da pandemia, esses mesmos moto-entregadores já trabalhavam de 14 a 16 horas diárias

antes da pandemia, de forma que não havia mais como estender a jornada. A maior parte (70%) afirmou trabalhar de duas a três horas a mais durante o período de *lockdown*. No depoimento do entrevistado “2”, ele assinalou que manteve a mesma jornada sem ficar parado e com um número de entregas muito maior.

No entanto, o aumento da jornada de trabalho em situação de pandemia também se fez refletir na melhoria dos rendimentos dos moto-entregadores, ao menos reconhecido por 74% dos entrevistados, embora não para 2% deles. Entre esses, 16% alegaram ter mantido a situação anterior de rendimentos e 8% não responderam.

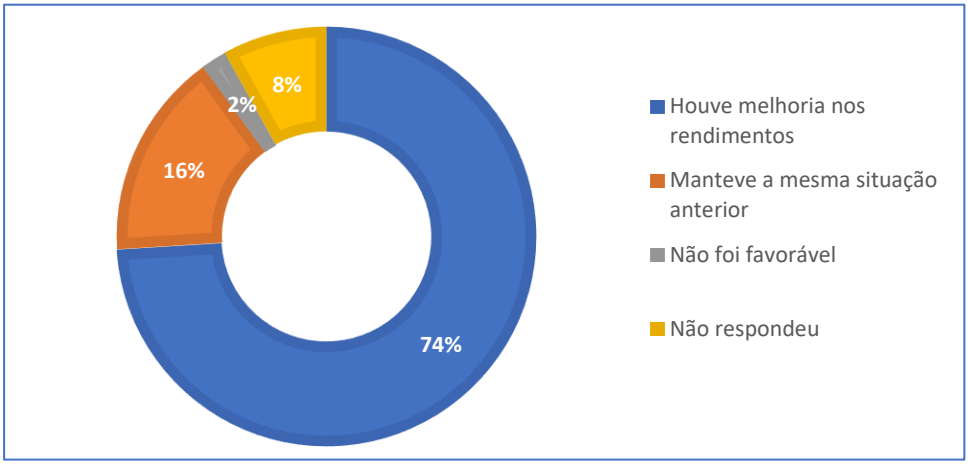

Gráfico 14: Interferência da Pandemia nos rendimentos
Fonte: Entrevistas aplicados aos moto-entregadores, 2022

Embora os rendimentos tenham sido maiores, o ritmo frenético de entregas se deu pelo fato de várias plataformas terem diminuído o valor das tarifas. Nesse caso, passaram a trabalhar mais e ganhar menos por cada entrega feita. Conforme se pôde verificar nas falas do entrevistado 20, quando perguntado sobre a melhoria nos ganhos no período da pandemia, a essa nova condição também se acrescentou o custo do combustível: “Aumentou um pouco a renda, mas considerando o aumento do combustível e a tarifa mais baixa, não houve tanta melhora como esperado”. Nesse contexto, 13 % dos entrevistados confirmaram ter enfrentado dificuldades durante esse período.

3.2.5 Posicionamento dos moto-entregadores em relação às condições de trabalho vivenciadas

Do total dos moto-entregadores entrevistados, 43% não demonstram interesse em se enquadrar no regime CLT, por apreciar a flexibilidade dessa nova modalidade de trabalho sob demanda. Outros 15% também não expressam esse desejo, não só por considerarem melhores condições de flexibilidade nessa modalidade de trabalho, como pela boa remuneração que ele considera em relação à sua situação anterior. Somam-se a esses 6% dos entrevistados que preferem permanecer como estão, em função da melhor remuneração nessa modalidade. Ainda 3% deles alegam preferir se manterem nessa situação, por não terem que se preocupar com pagamento de impostos. Desse modo, no total, foram 63% do total de moto-entregadores entrevistados que demonstraram se sentirem mais ajustados às novas condições de trabalho e não mostram interesse em se enquadrarem no regime CLT.

Dentre os outros entrevistados, 21% deles só se enquadrariam se as remunerações fossem maiores, enquanto 3% aceitariam apenas se a remuneração fosse a mesma que recebe nas atuais condições, mas em sua área profissional de origem. Por outro lado, 9% dos entrevistados informaram ver no regime CLT uma forma de se sentirem mais seguros.

Como se pode verificar, mesmo diante de relações de subordinação mantidas pelas empresas capitalista de plataforma no serviço de transporte sob demanda, colocadas pelos próprios moto-entregadores entrevistados, grande parte deles ainda percebem facilidades e oportunidades em relação às condições vividas anteriormente.

Detalhe importante observado durante as entrevistas foi que, para os entrevistados que optam por essa modalidade de trabalho como complemento de renda, a razão de não querer ser amparado pela CLT é, sobretudo, o interesse em preservar sua flexibilidade de horário para conciliar as atividades. Já os moto-entregadores por aplicativos, que estão na condição de ter essa atividade como principal fonte de renda, possuem razões diferentes. Também se detectou nesse mundo do trabalho como moto-entregador entrevistado que buscava apenas complementação de renda, aqueles que só utilizavam essa prática para situações

ocasionais, como pagar uma extra, fazer uma viagem, conhecer novas pessoas, usar de pretexto para sair de casa.

Verificou-se, por outro lado, que aqueles que declararam fazer do serviço de entrega sua melhor opção como fonte de trabalho e de renda no momento, estavam vivendo situações mais precárias. Além do desemprego, pode-se citar o caso de um entrevistado, que relatou vivenciar uma situação anterior de ajudante de pedreiro, que o expunha a uma condição de trabalho braçal executado ao sol, com uma renda bem menor.

Ao serem questionados a respeito de melhorias desejadas em relação às atuais condições de trabalho vivenciadas, 55% sugeriram o aumento das taxas de remuneração pagas pelas empresas; 24% de contar com maior suporte delas, além de 3% que manifestaram a necessidade de melhorar a comunicação com elas, como também 3% sugeriram auxílio no combustível. Uma sugestão oferecida por 15% deles foi em relação à construção de um ponto de apoio na cidade, que lhes permitam permanecer, durante o período de trabalho, enquanto aguardam pelas demandas. Também, 5% deles se referiram à importância de poderem contar com seguro de vida e de acidentes. Essas melhorias solicitadas revelam exatamente o lado oportunista de uma plataforma controlada por um gestor que, de certa forma, dá continuidade à reprodução da desigualdade.

Nota-se, nesse momento, que embora 55% tenham sugerido aumento das taxas de remuneração, grande parte dos que não optaram por essa melhoria, acreditavam que esse aumento, poderia até mesmo prejudicá-los, já que altas taxas poderiam desestimular os consumidores de realizar os pedidos pela plataforma.

Como se pode verificar pelas respostas dos moto-entregadores entrevistados em Campo Grande/MS, apesar das relações de subordinação dos algoritmos a que são submetidos junto às plataformas capitalistas de demanda em serviços de transporte para entrega a domicílio, existe uma quantidade nada desprezível deles que ainda prefere continuar sob as condições mais flexíveis potencializadas por elas.

Pode-se deduzir que, ainda são poucos os moto-entregadores conscientes de que são movidos a uma condição de trabalho sob controle dos algoritmos, por meio dos quais, podem ser vigiados e impulsionados a trabalhar, mesmo em horários que deveriam estar destinados ao descanso. Grande parte deles ainda se sentem os

controladores do serviço que exercem. Se fizerem um bom trabalho, recebem boas avaliações, ou então estarão sujeitos às punições estabelecidas pela própria plataforma digital. Como as normas para integrar e proceder são estabelecidas por meio de plataformas digitais, estes moto-entregadores, ao que se pôde perceber, ainda não tomaram consciência da vigilância direta de suas subjetividades. Acreditam apenas que se aceitam seguir as regras, para cada regra infringida, deve haver sanções. Na percepção deles, essas regras somente são infringidas se o trabalhador o fizer por livre vontade, porque as aceitou antes e neste caso, se veem ainda como os próprios controladores do que fazem.

Nessa análise, quanto a quem determina o trabalho, sobre se existe ou não subordinação do moto-entregador para a plataforma, foi possível identificar dois grupos distintos. Um deles entende pela flexibilidade e autonomia, e outro reconhece a existência de manobras por parte da empresa de plataforma, as quais retiram do entregador o poder de decisão. Do primeiro grupo fazem parte os motos-entregadores que veem o seu trabalho como autodeterminado, onde eles estabelecem suas metas, com autonomia para determinar sua jornada de trabalho, afastando a ideia de subordinação a um empregador. O segundo grupo compõe-se daqueles que reclamam por não poderem exercer esse controle, já que não podem cancelar de modo indefinido as viagens que julgarem inadequadas sem sofrer represálias por parte da plataforma. Pelo contrário, esses precisam manter uma nota alta de avaliação e uma pontuação elevada para esse fim.

O grande desafio em relação ao Direito do Trabalho, ao que se pode apreender, quando se leva em conta as colocações de Oitaven, Carelli e Casagrande (2018), está em possibilitar a afirmação da figura do moto-entregador independente, mas de acordo com os princípios da economia de compartilhamento. Isso significa estabelecer plataformas de demanda de serviços de transporte, de natureza interativa e código aberto, descentralizada (sem um gerenciamento de comando), expressando um modelo de economia “de todos para todos”, baseado no princípio em que todos ganham (ganha-ganha).

Diferente da maioria das economias de plataformas que buscam crescimento a qualquer custo e que responde, de certa forma aos do conceito de economia compartilhada é a recente plataforma de entregas *AppJusto*, criado no Brasil. De forma descentralizada, os próprios entregadores decidem quanto vão cobrar por

corrida, mantendo a autonomia na opção em fazer ou não a entrega, sem sofrer bloqueios e suspensões. Essa plataforma foi criada em 2020, em um momento de grande insatisfação dos entregadores e restaurantes, que se viram explorados pelas grandes plataformas com as condições que eram impostas, que de forma oportunista, se aproveitaram da situação de *lockdown* em razão da pandemia de COVID-19, escancarando as diferenças sociais que antes já eram sentidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

As considerações a respeito do mundo do trabalho relativo às entregas locais de curta distância por meio de aplicativos (*delivery*), realizadas por moto-entregadores em Campo Grande/MS partem, evidentemente, do referencial teórico trabalhado e das informações obtidas diretamente desses profissionais.

Frente à atual complexidade da vida urbana e das ferramentas proporcionadas pelo processo de transformação digital, não há como negar o papel das tecnologias digitais numa mudança disruptiva na vida cotidiana das pessoas nas cidades e nos novos modelos de negócio. Afinal, elas proporcionam processos interativos em tempos reais, muito mais apropriados para se ganhar agilidade, ampliar processos de flexibilidade e tomar decisões. A mediação dessas novas tecnologias digitais, como se pôde refletir teoricamente, pode proporcionar um conjunto de benefícios socioeconômicos e ambientais nos territórios das cidades, por meio de canais abertos e descentralizados.

No entanto, quando o Estado aceita a interferência da governança pelos algoritmos das grandes empresas oligopolistas, sem os devidos cuidados, corre o risco de contar com efeitos indesejáveis, tanto econômicos como sociais. Entre outros, como se pôde constatar, estão a segurança dos dados privativos dos cidadãos e a precarização do trabalho, frente aos mecanismos de predição e detecção automatizadas.

No caso das plataformas capitalistas sob demanda, voltadas ao transporte para entregas domiciliares, vistas a partir de Campo Grande/MS, foi possível verificar que, embora propiciem maior flexibilidade e remuneração, o fazem num processo de subordinação do trabalho e de inserção de parte dos moto-transportadores numa “zona cinzenta”, em cuja condição se inclui o moto-entregador que mantém o trabalho enquadrado no regime CLT, complementado por aquele de moto-entregador.

Desse modo, o trabalho realizado sob o comando dessas plataformas ou de simples aplicativos, de forma centralizada, não dá oportunidade de construção de uma autêntica economia compartilhada, a exemplo de um *ridesourcing*, que envolvem plataformas *peer-to-peer*, envolvendo interações descentralizadas e de código aberto,

num processo de inovação colaborativa. Os modelos de plataformas capitalistas sob demanda, como se pôde constatar, mesmo que apresentem maior vitalidade, ainda são marcados por riscos de retrocessos e desproteção do trabalhador. Ele permite ao gestor da plataforma repassar grande parte dos riscos e custos ao moto-entregador, perpetuando o processo de desigualdade. Por outro lado, também é importante lembrar que as instituições e políticas públicas herdadas do modelo fordista de natureza hierárquica não são mais apropriadas para reger essa nova modalidade sistêmica de interagir.

Se esse mundo do trabalho baseado em plataformas digitais e aplicativos for conduzido de forma adequada e mais focalizado na melhoria da qualidade de vida de todos, inclusive sua população-alvo, pode inclusive, contribuir como motor de desenvolvimento local, sob forma de uma cidade inteligente, mais humana e inclusiva. Ele será possível, por meio desse esforço ecossistêmico mediado por tecnologias digitais na escala da cidade de Campo Grande/MS, em ambientes mais democráticos, humanizados, seguros e sustentáveis.

Por meio da interpretação da percepção do ponto de vista do moto-entregador, foi possível constatar que ainda é grande o número de moto-entregadores que encontram na motivação por essa modalidade de trabalho, a flexibilidade e liberdade para atuar e complementar renda. Essa se apresentou como a principal razão pelas quais os entrevistados não desejam ser enquadrados no sistema de trabalho pela CLT. Esse critério de flexibilidade destacado pelos entrevistados, também leva a refletir sobre as características do atual regime jurídico brasileiro, que se mostra até certo ponto, engessado para contemplar e reger juridicamente novas modalidades de trabalho.

Por mais que a atividade dos moto-entregadores por aplicativo de Campo Grande possa ser classificada como uma atividade laboral precária, a pesquisa permitiu revelar que ela ainda representa uma oportunidade de renda ou complemento dela para esses trabalhadores. Convém observar, o perigo da ausência de regulamentação, diante da clara insegurança jurídica, em que não se consegue avaliar, a luz do ordenamento jurídico brasileiro atual, o amparo legal que o direito do trabalho pode oferecer. Afinal, diante desse cenário de precariedade social dos trabalhadores, fica claro que esses merecem mais em termos de benefícios e proteções do que as plataformas estão dispostas a oferecer. É urgente conferir

alguma forma de proteção por meio de uma legislação que enxergue seus anseios e entenda sua realidade.

As recomendações são para que as empresas instalem equipamentos tecnocientíficos a serviço desses profissionais, em parcerias público-privadas, por exemplo, pontos inteligentes de suporte e acolhimento para os trabalhadores em determinados momentos da sua jornada.

REFERÊNCIAS

ABILIO, L.C *et al*. **Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a Covid-19**. Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano (Edição Especial-Dossiê Covid-19, p. 1-21, 2020.

ANGELIDOU, M. Smart city policies: a spatial approach. **Cities,** 41, 2014. p. 3-11.

AVILA, R. Against Digital Colonialism. *In* MULDOON, J.; STRONGE, W. (org) **Plataforming Equality: Police Challenges for the Digital Economy.** Autonomy Research Ltd. 2020 (p. 47-57).

AZAÏS, C. Figures émergentes. *In*: Bureau, M.-C.; Corsani, A., Giraud, O., Rey, F. (Eds.). **Les zones grises des relations de travail et d'emploi. Un dictionnaire sociologique**. Buenos Aires: Teseo, 2019.

BENTHAM, Jeremy [et al.]. **O Panóptico**. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

BERNIS, Maira; GUINSBURG, Natalia. De la flexibilización a la plataformización: el desafío de repensar el trabajo en la economía GIG. In: **XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales**, Universidad de Buenos Aires, 2019. Disponível em: https://cdsa.aacademica.org/000-023/126.pdf. Acesso 15 mar. 2022.

BERVIAN, P. A.; CERVO, A. L.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6a ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007

BEZERRA I.N; SOUZA A.M; PEREIRA R.A; SICHIERI R. **Consumo de alimentos fora do domicílio no Brasil**. Rev Saúde Pública, v. 47, p. 200-211, 2013. https://doi.org/10.1590/S0034-89102013000700006. Acesso 15 mar. 2022

BILBIL, Ebru Tekin. New governance and digital platform companies: The case of uber. **International Journal of Public Administration in the Digital Age (IJPADA)**, v. 6, n. 2, p. 49-68, 2019.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo, Porto Alegre: Bookman, 2011.

BREUX, S. ; DIAZ, J. **La ville intelligente** : origine, définitions, forces et limites d'une expression polysémique. Institut national de la Recherche Scientifique Centre - Urbanisation Culture Société. Montréal, 2017.

CÂMARA, S. F.; CARVALHO, H. J.B.; SILVA, F.A.A.; SOUZA, L.L.F; SOUZA, E.M. Cidades inteligentes no nordeste brasileiro: análise das dimensões de trajetória e a contribuição da população. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, São Paulo, v. 21, n. 69, Maio/Ago. 2016.

CARAGLIU, A; DEL BO, C.; NIJIKAMO, P. Smart Cities in Europa. **Journal of Urban Technologique**, 2011. p. 65-82.

CARNINO G.; MARQUET C. Les datacenters enfoncent le cloud : enjeux politiques et Impacts environnementaux d'Internet. **Zilsel: Science Technique, Société,** n. 1 (vol.3), 2018. p. 19-62.

CARVALHO, A.V.N. **Sociedade da informação e do conhecimento na União Europeia**: prioridades da estratégia de Lisboa. Conhecimento & Diversidade, Niterói, n. 5, p. 10–21 jan./jul. 2011.

CASSEL, Daniela Lichtler; LADEIRA, Maria Cristina Molina; CYBIS, Helena Beatriz Bettella. Caracterização dos serviços de *ridesourcing* e sua relação com o transporte coletivo: Estudo de caso em Porto Alegre. In: **Anais do XXXII Congresso de Pesquisa e Ensino em Transportes**. 04 a 07 novembro 2018. Disponível: http://146.164.5.73:30080/tempsite/anais/documentos/2018/Gestao%20de%20Transportes/Gestao%20do%20Transporte%20de%20Passageiros%20II/6_565_AC.pdf. Acesso: Acesso 15 mar. 2022.

CASTELLS, M. **O digital é o novo normal**. Fronteiras: sociedade e tecnologia, 2020. Disponível em https://www.fronteiras.com/artigos/o-digital-e-o-novo-normal Acesso em Acesso 15 mar. 2022.

CASTELLS, M. **O digital é o novo normal**. Fronteiras: sociedade e tecnologia, 2020. Disponível em https://www.fronteiras.com/artigos/o-digital-e-o-novo-normal Acessado em 26 de maio de 2022.

COCHRANE, Danielle Rezende Rodrigues; MELLO, José André Villas Boas. Consequências da economia GIG na identidade profissional. **Logeion: Filosofia da Informação**, v. 6, n. 2, p. 142-156, 2020.

COLLIER, R.B; DUBAL, V.B. e CARTER, C. Labor Platforms and Gig Work: the failure to regulate. **Institute for Research on Labor and Employment**. Working paper n. 116-17, 2017. Disponível em https://irle.berkeley.edu/working-papers/. Acesso 15 mar. 2022.

CONFEDERAÇAO NACIONAL DOS DIRIGENTES LOJISTAS. **Uso da tecnologia e Internet para aumentar vendas das micro e pequenas empresas**, abril, 2018.

CONFEDERAÇAO NACIONAL DOS DIRIGENTES LOJISTAS. **Uso da tecnologia e Internet para aumentar vendas das micro e pequenas empresas**, abril, 2018.

COUTINHO, Clara Pereira; BOTTENTUIT Jr, João Batista. **Comunicação Educacional:** do modelo unidireccional para a comunicação multidireccional na sociedade do conhecimento. Braga, 2007. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7770. Acesso 15 mar. 2022

CRUCHET, M. **Les datacenters**: des enjeux économiques et environnementaux. Cell'i, outubro de 2018.

CURY, M.J.F.; MARQUES, J.A.L.F. A cidade inteligente: uma reterritorialização. **Redes** - Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 1, janeiro-abril, 2017.

DAVIS, N. **Artificial Intelligence and Big Data**: a power combination for future growth. Singularity University, março de 2019.

DELIVERY MUCH FRANQUIA. ***Delivery* Much Franquia**: resultados de 2018 e por que apostar em 2019. *Delivery* Much Blog, 2018. Disponível em: https://blog.*delivery* much.com.br/*delivery* -much-franquia/. Acesso 15 mar. 2022.

EUROPEAN PARLIAMENT. **Mapping Smart Cities in the UE**. Directorate General for Internal Policies, 2014. Disponível em http://www.europarl.europa.eu/studies Acesso em Acesso 15 mar. 2022.

FARCHY, J. ; MEADEL, C.; SIRE, G. **La gratuité, à quel prix** ? circulation et échange de biens culturels sur Internet. Paris : Presse des Mines de Paris, 2015,

FARIAS, J.E.P. de; ALENCAR, M. S.; LIMA, Í.A.; ALENCAR, R. T. Cidades Inteligentes e Comunicações. **Revista de tecnologia da informação e comunicação**, nº 1, outubro, 2011.

FLANDOLI, Fabio. ***Web* 4.0.** Disponível em: http://www.lumina1.com.br/web4/. Acesso 15 mar. 2022.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987.

FRAWLEY; T FAHY, J. Revisiting the first-mover advantage theory: a resource-based view perspective. **The Irish Journal of Management**. Vol. 33, No. 1, 2006. p. 273-295.

FREDERICO, L.F. **O significado de gig economy vai muito, muito além da uberização do trabalho.** Haze Shift: Transformação Digital, fevereiro de 2021. Disponível em https://hazeshift.com.br/gig-economy-uberizacao/. Acesso 15 mar. 2022.

FRENKEN, K., SCHOR, J. **Putting the sharing economy into perspective**. Environ. Innovation Soc. Transitions (2017), http://dx.doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003. Acesso 15 mar. 2022

GOMES, J.G.C.& OKANO, M.T. **Plataformas digitais como modelos de negócio: uma pesquisa exploratória, SADSJ – South American**. Development Society Journal, (Vol.5), N.13, p. 232-254, 2019.

GOMES, J.G.C.; OKANO, M.T. Plataformas digitais como modelos de negócio: uma pesquisa exploratória, SADSJ – South American. **Development Society Journal**, (Vol.5), N.13, 2019. p. 232-254.

GONÇALVES, H.A. **Manual de metodologia e pesquisa científica**. 2ª.ediçao. São Paulo: Avercamp, 2014.

GONZALES, A.J; Llano, C.R.M. **Capitalismo digital**: fragilidad social, explotación y solucionismo tecnológico 2020. Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, p. 95-102, julho de 2020. https://dx.doi.org/10.5209/TEKN.70378. Acesso 15 mar. 2022

HIRAI, M. **A febre dos deliveries de quase tudo.** Mercado & Consumo, 2018. Disponível em https://www.mercadoeconsumo.com.br/2018/12/13/a-febre-dos-deliveries-de-quase-tudo/ Acessado em 25 de abr. 2022.

KANAN, L.A & ARRUDA, M.P. **A organização do trabalho na era digital.** Estudos de Psicologia I Campinas I 30(4) I 583-591 I outubro – dezembro, 2013.

KEMP, S. **Digital around the world in April 2020.** *We are Social*, 2020. Disponível em https://wearesocial.com/blog/2020/04/digital-around-the-world-in-april-2020KEMP Acesso em 26 abr. 2022.

KEMP, S. **Digital around the world in April 2020.** Weare Social, 2020. Disponível em https://wearesocial.com/blog/2020/04/digital-around-the-world-in-april-2020KEMP Acessado em 22 de abr. de 2022.

KOHN, S. Conheça a Gig Economy, a economia dos 'bicos'. **Canaltech**, 25 de Setembro de 2018. Disponível em: https://canaltech.com.br/carreira/conheca-a-gig-economy-a-economia-dos-bicos-123448/. Acesso 18 mar. 2022.

KOMNINOS, N. The architecture of intelligent cities: integrating human, collective, and artificial intelligence to enhance knowledge and innovation. **2nd International Conference on Intelligent Environments**, Institution of Engineering and Technology, Athens, 5-6 de julho, 2006.

KON, F.; SANTANA, F. Z. **Cidades Inteligentes: Conceitos, Plataformas e desafios**. JAI - Jornada de Atualização em Informática. CSBC, 2016. Disponível em

http://interscity.org/assets/JAI2016-CidadesInteligentes.pdf. Acesso em 3 de abr. de 2022.

LIMA, J.K & BRIDI, M.A. **Trabalho digital e emprego**: a reforma trabalhista e o aprofundamento da precariedade. Caderno. CRH (vol.32), n.86, Salvador Maio/Agosto de 2019. Disponível em https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-49792019000200325&script=sci_arttext Acessado em 22 de abr. de 2022.

LIMA, M.F.U.M. de & VALENTE, J.L.C.V. **Regulação de plataformas digitais**: o estado da arte do debate internacional. **Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política – Compolítica8**, Brasília, FAC – UnB, de 15 a 19 de maio de 2019, p.1-16.

LIRA, A. **9 empresas de *delivery* :** qual é o melhor serviço de entrega para o seu negócio? Harmo Feedback Inteligence, 23 julho, 2020. Disponível em https://harmo.me/blog/9-empresas-de-entrega-multi-*delivery*/. Acesso 15 mar. 2022

LUNA, C. **Pandemia vai mudar dinâmica do mercado de trabalho e acelerar automação.** Estadão: Economia e Negócios, 2020. Disponível em https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,pandemia-vai-mudar-dinamica-do-mercado-de-trabalho-e-acelerar-automacao-dizem-pesquisadores,70003270503 Acessado em 22 de abr. de 2022.

MANCINI, M. **Internet das Coisas**: história, conceitos, aplicações e desafios. MM Project, 2020. Disponível em http://mmproject.com.br/download/historia-conceitos-aplicacoes-e-desafios/. Acesso em 2 de abr. 2022.

MANN, Felipe Caruso Fernandes. **Economia compartilhada e consumo colaborativo no brasil:**análise das motivações e características dos seus participantes. Dissertação (Engenharia da Produção). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

MARTINS, Douglas Lima et al. Análise sobre o impacto dos aplicativos de *ridesourcing* nas ações dos planos de mobilidade urbana. In: CONGRESSO DE PESQUISA E ENSINO EM TRANSPORTE DA ANPET. 2019.

METCALFE B. Metcalfe's law after 40 year of Ethernet, **IEEE Computer**, v. 46, n. 12, dez. 2013. p. 26-31.

MULCAHY, D. **The gig economy**: the complete guide to getting better work, taking more time off, and financing the life you want. New York: Amacom, 2016.

NAHAS, B. Porque o *delivery online* tem-se tornado um bom negócio. **Forbes,** 11 de janeiro de 2018. Disponível em https://forbes.com.br/colunas/2018/01/por-que-o-*delivery -online*-tem-se-provado-um-bom-negocio/. Acesso 15 mar. 2022.

NASCIMENTO, L.L.C.; REIS, C.F. As condições de trabalho dos entregadores e entregadoras por aplicativos no Brasil durante a pandemia. **Revista Princípios,** n. 160, novembro 2020- fevereiro 2021.

NOTO LA DIEGA, Guido; JACOVELLA, Luce. UBERTRUST: How Uber Represents Itself to Its Customers Through its Legal and Non-Legal Documents. **Journal of Civil and Legal Sciences**, v. 5, n. 4, p. 199, 2016.

NUCLEO DE ESTUDO CONJUNTURAIS. **Levantamento sobre o trabalho dos entregadores por aplicativos**. Relatório 1. Universidade Federal da Bahia, agosto de 2020.

OITAVEN, J.C.C, CARELLI, L.L & CASAGRANDE, C.L. **Empresas de transporte, plataformas digitais e a relação de emprego**: um estudo do trabalho subordinado sob aplicativos. Ministério Público do Trabalho, Brasília, 2018.

OLIVEIRA, Luiz Nayjhon de Souza et al. Economia compartilhada aliado ao setor de serviços: uma revisão sistemática de trabalhos brasileiros. **ID online REVISTA DE PSICOLOGIA**, v. 12, n. 42, p. 365-377, 2018.

PIZONI, Renata; SILVA, Lucia Ghizoni Pereira; PALADINI, Edson Pacheco. Economia compartilhada: Gestão da qualidade aplicado a uma empresa do ramo de *delivery* de comida. **Revista Pretexto**, p. 66-75, 2018.

RATCHER, L. **A informalidade do mercado de trabalho: "Economia GIG" ou precarização do trabalho? (Parte I)**. 2019. Blog do Instituto Brasileiro de Economia. Disponível: https://blogdoibre.fgv.br/posts/informalidade-do-mercado-de-trabalho-economia-gig-ou-precarizacao-do-trabalho-parte-i. Acesso 18 mar. 2022.

ROCHET, J.C; TIROLE, J. **Two-Sided Markets: an overview**. IDEI, University of Toulouse, 2004.

ROGERS, D. L. **The Digital Transformation Playbook: Rethink your Business for the Digital Age**. New York: Columbia University Press, 2016

ROGERS, D.L. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

SAMPAIO, Luis Claudio; FISCHER, William; MIURA, Marcio Nakayama. Comportamento do consumidor na economia compartilhada: por que as pessoas participam. **Anais do XXIX Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ENANGRAD)**, 2018.

SCHMIDT, F.A. **Digital Labour Markets in the Platform Economy:** mapping the political challenges of Crowd Work and Gig Work. Friedrich-Ebert-Stiftung, 2017. Disponível em: https://library.fes.de/pdf-files/wiso/13164.pdf. Acesso 15 mar. 2022.

SCHWAB, K. **Quarta Revolução Industrial**. São Paulo: Edipro, World Economic Forum, 2016.

SILVEIRA, Lisilene Mello da; PETRINI, Maira; DOS SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **REGE-Revista de Gestão**, v. 23, n. 4, p. 298-305, 2016.

SORDILLI, A. **Digital concierge**: consultoria personalizada na palma da mão. Sordilli.com, 30 de maio de 2017. Disponível em https://sordili.com.br/digital-concierge-consultoria-personalizada-na-palma-da-mao/. Acesso 13 de abr. 2022.

SOUSA, F.R.; MOREIRA, L.O; MACHADO, J.C. **Computação em Nuvem**: conceitos, tecnologias, aplicações e desafios. III Escola Regional de Computação Ceará, Maranhão e Piauí (Ercemapi). Teresina, 2009.

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

SUNDARARAJAN, Arun. **Economia compartilhada**: o fim do emprego e a ascensão do capitalismo de multidão. Senac, São Paulo, 2018.

TEODORO, M.C.M; ANDRADE, K.B. O panóptico pós-moderno no trabalho. In **O futuro do trabalho**: os efeitos da revolução digital na sociedade. Carelli,R.c.; Cavalcanti , T.M.e Fonseca, V.P. (orgs). Brasília: ESPU, p. 251-271, 2020

THOMAS, L. D. W.; AUTIO, E. Innovation ecosystems in management: an organizing typology. In **Oxford Encyclopedia of Business and Management**. Oxford University Press, 2020.

UBER BLOG. **Sobre UBER Pride no Brasil**. Maio de 2018. Disponível em: https://www.uber.com/pt-BR/blog/sobre-uber-pride-no-brasil/. Acesso: 10 mar. 2022.

VERCELLONE, C *et al.* **Data driven disruptive commons-based models.** DEcentralised Citizens Owned Data Ecosystem (DECODE). V1.0, Decode D2.4, 2020, 2018.

WADE, M. Digital Business Transformation. IMD and Cisco. **Working Paper**, junho, 2017. p. 1-16.

ZUBOFF, S. **Secrets of Surveillance Capitalism**. Franffurter Allgemeine, 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A: ENTREVISTA PARA OS ENTREGADORES

Como observado na seção de metodologia do presente trabalho, a construção dessas entrevistas possui uma particularidade. Dado o regime intermitente de trabalho dos sujeitos abordados, os moto-entregadores, a aplicação das entrevistas observou as suas possibilidades, muitas vezes, remanejando horários e permitindo reconsiderações e cruzamentos de informações entre eles. Assim, por exemplo, para conseguir acessar um grupo significativo, a pesquisadora pôde contar com a disponibilidade das lideranças que foram aderindo aos poucos ao projeto de pesquisa, e recomendando aos outros e mais outros que participassem das aplicações. Nesse sentido, a informalidade foi um elemento catalisador da participação e facilitador dos movimentos de empatia que viabilizaram a construção de toda a pesquisa em campo.

DADOS GERAIS DE IDENTIFICAÇÃO
Nome:
Idade:
Gênero:
Estado civil:
Escolaridade:

1. A quanto tempo atua com serviços entrega domiciliar (*delivery*)?

R:

2-Que meio de transporte utiliza para este fim?

a- (.) Automóvel.
b- (.) Motocicleta.
c- (.) Bicicleta
d- (.) Outro. Qual?.....
e-

3- O que o(a) levou a eleger esta atividade para atuar?

a- (.) Renda complementar, pois minha atividade principal é outra. Neste caso qual?.....
b- (.) Desemprego
c- (.) Considero que a atividade oferece renda boa para viver
d- (.) Outra razão. Qual?.....

4- Quantas horas diárias em média costuma disponibilizar para os aplicativos de entrega?

R:

5- Trabalha quantos dias na semana com aplicativos de entrega?

R:

6- Você é quem tem decidido sobre este tempo de trabalho ou segue regras do aplicativo com o qual atua?

a- ( ) A decisão é minha sobre as horas e dias em que atuo.

b- ( ) Sigo as regras do gestor do aplicativo. Neste caso, informe qual é a regra?

7- Acha que a pandemia interferiu no tempo trabalhado em horas com as entregas?

( ) sim. ( ) não

8-Se a resposta foi sim, este tempo foi para mais ou para menos?

( ) para mais. Quanto aproximadamente?.....

( ) para menos. Quanto aproximadamente?.....

Neste caso, significou melhoria nos ganhos?

( ) sim. ( ) não

Comente a resposta, seja a positiva ou a negativa:

9- Assinale situações de dificuldade às quais foi submetido(a) neste tempo de pandemia durante o seu trabalho de entrega domiciliar:

( ) pegou a COVID-19

( ) teve outro problema de saúde durante o trabalho

( ) sofreu acidente de trabalho

( ) foi roubado

( ) não conseguiu entregar a mercadoria no destino

( ) Outra. Qual?

10-No caso de ter sofrido algumas destas dificuldades, teve algum apoio da empresa de aplicativo à qual estava servindo?

( ) Não.

( ) Sim, tive apoio. Neste caso, pode informar qual foi o tipo de apoio:

11- Você mantém contrato com algum tipo de seguro de danos pessoais:

a- ( ) pelo uso do aplicativo

b- ( ) para sua pessoa de modo geral

12- É contribuinte do INSS?

(.) Sim (.) Não

13-Trocaria o serviço autônomo de *delivery* por um serviço de entrega tradicional com carteira de trabalho assinada?

(.) Sim. (.) Não

Explique o motivo da resposta:

14-Quanto ao trabalho exercido por meio das empresas de aplicativos

a-Indicar o valor da taxa mínima praticada para não ser cancelado(a):

b- É viável manter a taxa de cancelamento baixa?

( ) Sim ( ) Não Explique a resposta:

c-Assinale mecanismos utilizados pelas empresas de aplicativo para impulsionar a atuação do(a) entregador(a):

( ) Alertas de meta. (.) Outros. Indique:

( ) Alteração de tarifa
( ) Bônus

d- Existe alguma taxa de cancelamento no caso de parar de usar o aplicativo?
(.) Não (.) Sim. Neste caso, qual é?

e- Média de remuneração líquida mensal, ao retirar custos com manutenção do veículo, combustível e outros.

(.) Até 1 salário-mínimo
(.) de + de 1 a 2 salários mínimos
(.) de + de 2 a 3 salários mínimos
(.) de + de 3 a 4 salários mínimos
(.) de + de 4 a 5 salários mínimos
(.) de + de 5 salários mínimos

15- Considera as atuais condições de trabalho proporcionadas pelas empresas de aplicativo como a melhor alternativa para continuar trabalhando?
(.) Sim, sem dúvida.
(.) Não, por isso busco outra alternativa.
(.) De certa forma, ajuda a complementar minha renda
Explique a resposta dada:

16-Indique algumas proposições para melhorar as condições para o trabalho do entregador junto às empresas de aplicativos?

17- Participa de algum grupo, organização, ou associação de entregadores de aplicativo?
(.) Sim. (.) Não
Se sim, de qual ou de quais?

APÊNDICE B: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TÍTULO DA PESQUISA: A PRÁTICA DO *DELIVERY* EM CAMPO GRANDE/MS E O MUNDO DO TRABALHO NA VISÃO DOS MOTO-ENTREGADORES

PESQUISADORA RESPONSÁVEL: JOSEANE KADOR BALESTRIM

Prezado Colaborador,

Você está sendo convidado a participar desta pesquisa e responder a Entrevista. Ressalta-se que este instrumento contém perguntas relacionadas ao objetivo geral da pesquisa – identificar como se originou e funciona o serviço de *delivery online*, buscando identificar como se manifesta essa prática em Campo Grande / MS na atividade profissional dos moto-entregadores e suas implicações no mundo do trabalho.

PARTICIPAÇÃO NA PESQUISA:

Ao participar desta pesquisa você irá responder este instrumento, que contém perguntas relacionadas ao objetivo geral da pesquisa – identificar como se originou e funciona o serviço de *delivery online*, buscando identificar como se manifesta essa prática em Campo Grande / MS na atividade profissional dos moto-entregadores e suas implicações no mundo do trabalho. Lembramos que a sua participação é voluntária, você tem a liberdade de não querer participar, e pode desistir, em qualquer momento, mesmo após ter iniciado as entrevistas sem nenhum prejuízo para você.

Esclareço que as informações coletadas somente serão utilizadas para os objetivos da pesquisa; e você tem a liberdade de desistir a qualquer momento

de participar da pesquisa, mesmo após ter iniciado a entrevista. Também, esclareço que seu anonimato será preservado e em nenhum momento terá prejuízo algum.

RISCOS E DESCONFORTOS

Os procedimentos utilizados, Entrevistas, poderão trazer algum desconforto ou constrangimento, que serão minimizados pelo anonimato do pesquisado, bem como a desistência do mesmo em qualquer fase da pesquisa.

O tipo de procedimento não apresenta riscos e a pesquisadora garante o anonimato dos participantes, a integridade física e emocional dos sujeitos bem como não gerar prejuízo financeiro e nem aos serviços ofertados pelas instituições participantes.

BENEFÍCIOS

Ressalto que os resultados do estudo possibilitarão o benefício de identificar como se originou e funciona o serviço de *delivery online*, buscando identificar como se manifesta essa prática em Campo Grande/ MS na atividade profissional dos moto-entregadores e suas implicações no mundo do trabalho.

FORMAS DE ASSISTÊNCIA

Se você precisar de alguma orientação e/ou encaminhamento por se sentir prejudicado por causa da pesquisa, você será encaminhado à pesquisadora responsável Joseane Kador Balestrim. Telefone para contato: (67) 98409-3008, que realizará o acolhimento e os devidos esclarecimentos.

CONFIDENCIALIDADE

Todas as informações que você fornecer serão utilizadas somente para essa pesquisa. Suas respostas ficarão em segredo e o seu nome não aparecerá em lugar nenhum das entrevistas, nem quando os resultados forem divulgados.

ESCLARECIMENTOS

Se tiver alguma dúvida a respeito da pesquisa e/ou dos métodos utilizados na mesma, pode procurar a qualquer momento o pesquisador responsável.

Pesquisadora responsável
Nome: **JOSEANE KADOR BALESTRIM**

Horário de atendimento: 2ª a 6ª feira – 08:00 h às 12:00h e 14:00h às 18:00h.

RESSARCIMENTO DAS DESPESAS:

Caso aceite participar da pesquisa, não receberá nenhuma compensação financeira.

CONCORDÂNCIA NA PARTICIPAÇÃO:

Se estiver de acordo em participar deverá preencher e assinar o Termo de Consentimento Pós-esclarecido que se segue, e receberá uma cópia deste Termo.

O **sujeito de pesquisa** ou seu representante legal, quando for o caso, deverá rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – apondo sua assinatura na última página do referido Termo.

O **pesquisador responsável** deverá da mesma forma, rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – apondo sua assinatura na última página do referido Termo.

CONSENTIMENTO PÓS-ESCLARECIDO

Pelo presente instrumento que atende às exigências legais, o senhor _____ _____, portador (a) da cédula de identidade _____, declara que, após leitura minuciosa do Termo de Consentimento Livro e Esclarecido, teve oportunidade de fazer perguntas, esclarecer dúvidas que foram devidamente explicadas pela pesquisadora, ciente dos serviços e procedimentos aos quais será submetido e, não restando quaisquer dúvidas a respeito do lido e explicado, firma seu CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO em participar voluntariamente desta pesquisa. E, por estar de acordo, assina o presente termo.

Campo Grande - MS, _____ de _____ de _____.

_____

Assinatura do participante

_____

Assinatura do (a) Pesquisador