

Ciências Sociais Aplicadas: Entendendo as Necessidades da Sociedade

Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)

Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)

Ciências Sociais Aplicadas: Entendendo as Necessidades da Sociedade

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C569	<p>Ciências sociais aplicadas [recurso eletrônico] : entendendo as necessidades da sociedade / Organizadora Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Ciências Sociais Aplicadas. Entendendo as Necessidades da Sociedade; v. 1)</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-423-8 DOI 10.22533/at.ed.238192506</p> <p>1. Ciências sociais – Pesquisa – Brasil. I. Silvestre, Luciana Pavowski Franco. II. Série.</p> <p style="text-align: right;">CDD 301</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

No e-book “Ciências Sociais Aplicadas: Entendo as Necessidades da Sociedade”, apresentam-se artigos e pesquisas que mantêm relação com demandas da sociedade contemporânea, a partir de estudos realizados nas diferentes regiões do Brasil, representando a diversidade territorial, bem como, as singularidades e elementos que as conectam.

Apresentam-se ainda, três artigos em espanhol, sendo estes de cursos de graduação e pós graduação do Uruguai, México e Espanha e um em inglês do programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília. Tais artigos mostram-se pertinentes e contribuem para as discussões e análises que são apresentadas aos leitores a partir do campo das Ciências Sociais Aplicadas.

São ao todo cinquenta artigos divididos em dois volumes. Os artigos foram organizados em seis seções, conforme segue: **Tecnologia e Comunicação**, sendo esta a primeira seção, em que são abordadas as relações existentes entre a tecnologia e a comunicação com os processos de trabalho, políticas públicas, inovação nos processos de gestão e de conhecimento; O **Comportamento Organizacional**, título que nomeia a segunda seção, apresenta-se de maneira expressiva nos artigos que também tematizam os processos decisórios e de gestão de conhecimento no setor empresarial, com valorização do capital humano e da função social das empresas; **Cidadania e Políticas Públicas**, aborda pesquisas realizadas entorno das políticas de saúde, de atendimento às crianças e adolescentes, da educação, da questão agrária, da segurança pública e das políticas tributárias na lógica de cidadania e garantia de direitos; **Estado e Sociedade**, aborda as relações estabelecidas entre estes, apontando para a importância e impacto dos movimentos sociais para a definição de pautas que contemplem os diferentes interesses existentes na sociedade de classes; *Os artigos que compõem a seção Trabalho e Relações Sociais* debatem o grau de satisfação de acesso ao trabalho em um contexto de terceirização e precarização das relações estabelecidas através deste e por fim, em **Estudos Epistemológicos** apresentam-se dois artigos que analisam perspectivas diferentes do processo de construção do conhecimento.

Os artigos apresentam pesquisas de envergadura teórica, as seções mantêm articulação entre si e contribuem para a divulgação e visibilidade de estudos e pesquisas voltadas para as necessidades e desafios postos para vida em sociedade no atual contexto social, econômico e político.

Luciana Pavowski Franco Silvestre

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A CONTRIBUIÇÃO DA DIGITALIZAÇÃO NA SEGURANÇA E SALVAGUARDA DE ACERVOS RAROS	
Alissa Esperon Vian	
Mariana Briese	
Marcia Carvalho Rodrigues	
Heytor Diniz Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.2381925061	
CAPÍTULO 2	17
A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NO TRABALHO DOS MOTORISTAS DO APLICATIVO UBER	
Fábio Cannas	
DOI 10.22533/at.ed.2381925062	
CAPÍTULO 3	27
A INTEGRAÇÃO ENTRE A LOGÍSTICA E O MARKETING OBJETIVANDO AGREGAR VALOR PARA O NÍVEL DE SERVIÇO AO CLIENTE	
Carmelinda Parizzi	
DOI 10.22533/at.ed.2381925063	
CAPÍTULO 4	39
AERO REPORTAGEM O DIA A DIA DO REPÓRTER AÉREO	
Rogerio Botelho Parra	
DOI 10.22533/at.ed.2381925064	
CAPÍTULO 5	51
ANÁLISE DE IMAGENS DAS REDES SOCIAIS: A MEDIAÇÃO DO SIGNO VISUAL NA PRODUÇÃO DA IDENTIDADE	
Fernanda Pimentel Faria de Miranda	
DOI 10.22533/at.ed.2381925065	
CAPÍTULO 6	66
COMUNICAÇÃO, CRIAÇÃO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO NO SETOR PÚBLICO DE SAÚDE: REVISÃO SISTEMÁTICA	
Valéria Khristina Fregadolli Ferreira	
Juliana De Conto	
DOI 10.22533/at.ed.2381925066	
CAPÍTULO 7	78
CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DE UMA IMAGEM CORPORATIVA POSITIVA: ANÁLISE DO EDITORIAL DA REVISTA GOL	
Daniel Lyra Pinto de Queiroz	
Marta Cardoso de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.2381925067	
CAPÍTULO 8	90
ELABORAÇÃO DE SOFTWARE PARA AUXILIAR ESTUDANTES PARA ESTUDO - STUDYION	
Gustavo Andrioli	
Ana Carolina de Luca	
DOI 10.22533/at.ed.2381925068	

CAPÍTULO 9	98
EL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES COMO UNA POSIBLE HERRAMIENTA TEÓRICA Y METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	
Rebeca Teja Gutiérrez	
Adrian Trueba Espinosa	
Nidia López Lira	
Rosa María Rodríguez Aguilar	
DOI 10.22533/at.ed.2381925069	
CAPÍTULO 10	111
ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO DE UMA EMPRESA FAMILIAR DO SETOR ALIMENTÍCIO DO OESTE DE SANTA CATARINA	
Odenir Giaretta	
Elizângela Mara Carvalheiro	
DOI 10.22533/at.ed.23819250610	
CAPÍTULO 11	125
FATORES DETERMINANTES DA TOLERÂNCIA AO RISCO E O PROCESSO DECISÓRIO NAS ORGANIZAÇÕES: ELABORAÇÃO DE UM ROTEIRO DE ENTREVISTAS	
Rafaela Rodrigues da Silva	
Mariana Câmara Gomes e Silva	
Liana Holanda Nepomuceno Nobre	
DOI 10.22533/at.ed.23819250611	
CAPÍTULO 12	128
GESTÃO DO CONHECIMENTO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO NUMA INDÚSTRIA CERÂMICA BRASILEIRA NO SUL DO ESTADO DE SANTA CATARINA	
Jaqueline Bitencourt Lopes	
Cristina Keiko Yamaguchi	
DOI 10.22533/at.ed.23819250612	
CAPÍTULO 13	141
INFLUÊNCIA DAS PROMOÇÕES DE DESCONTO NO VOLUME DE VENDAS DE UM SUPERMERCADO DE FRANCISCO BELTRÃO - PR	
Andrius Ivo Scalabrin	
DOI 10.22533/at.ed.23819250613	
CAPÍTULO 14	156
INFLUÊNCIA DO MARKETING DIRETO NA GERAÇÃO DE RESULTADOS DA COOPERATIVA SICREDI FRONTEIRAS PR/SC/SP	
Andreza Piton Farina	
Josiane Bombardelli	
DOI 10.22533/at.ed.23819250614	
CAPÍTULO 15	171
LIDERANÇA: QUAL O SEU PAPEL DENTRO DA ORGANIZAÇÃO	
Marinez Cristina Vitoreli	
Débora Scardine da Silva Pistori	
Francine Negrão Souza	
DOI 10.22533/at.ed.23819250615	

CAPÍTULO 16	181
O DISCURSO DA RESPONSABILIDADE CORPORATIVA COMO FORMADOR DE UMA IMAGEM EMPRESARIAL POSITIVA PARA O GRUPO JERÓNIMO MARTINS	
Marta Cardoso de Andrade Hélder Uzêda Castro	
DOI 10.22533/at.ed.23819250616	
CAPÍTULO 17	194
O PROCESSO DE FUSÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES: RAZÕES ESTRATÉGICAS	
Alan Rodrigues Renata Galdino de Souza Isaac Antônio Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.23819250617	
CAPÍTULO 18	216
PERFIL E MOTIVAÇÃO DOS ACADÊMICOS DE ADMINISTRAÇÃO DA ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS	
Higor Caixeta Batista Tereza Cristina Pinheiro de Lima Oliveira Renato Mendes Silva	
DOI 10.22533/at.ed.23819250618	
CAPÍTULO 19	229
PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA E A ATUAÇÃO ESTATAL	
Alana Beatriz Silva Costa Priscila Francisco Silva Rodrigo Resplande Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.23819250619	
CAPÍTULO 20	237
ECONOMIA COMPORTAMENTAL: ASPECTOS SINGULARES DOS AGENTES NA TOMADA DE DECISÃO	
Michele Lins Aracaty e Silva Cleyce Vieira de Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.23819250620	
CAPÍTULO 21	248
ANÁLISE DO IMPACTO SOCIOECONÔMICO FAMILIAR NA EDUCAÇÃO INFANTIL DAS ESCOLAS PÚBLICAS DO MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA-TO	
Leandro Barros de Moura Edelvar Vicente Rippel	
DOI 10.22533/at.ed.23819250621	
CAPÍTULO 22	258
CONTRIBUIÇÕES DO LETRAMENTO PARA A FORMAÇÃO INTEGRAL DO SER HUMANO	
Luis Roberto Ramos de Sá Filho Nilo Agostini	
DOI 10.22533/at.ed.23819250622	

CAPÍTULO 23	266
ENCONTRO COM O REAL: CRIANÇAS REVELAM A RELAÇÃO VERDADEIRA COM O AMIGO AUTISTA	
Igor Lucas Ries	
DOI 10.22533/at.ed.23819250623	
CAPÍTULO 24	273
O BRINCAR NA INFÂNCIA: O CENÁRIO DA CULTURA LÚDICA	
Suélen Normando da Silva Vasconcelos	
Sangelita Miranda Franco Mariano	
Renato Silva Vasconcelos	
Flávia Gabriella Franco Mariano	
DOI 10.22533/at.ed.23819250624	
CAPÍTULO 25	288
LA EVALUACIÓN DEL ACOGIMIENTO RESIDENCIAL DE MENORES DESDE LA PERSPECTIVA DEL TRABAJO SOCIAL: ANÁLISIS DE LAS VIVENCIAS SUBJETIVAS DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS NARRATIVAS	
Edurne González Goya	
Mabel Segú Odriozola	
DOI 10.22533/at.ed.23819250625	
CAPÍTULO 26	295
INVESTIGAÇÃO SOBRE A NATUREZA JURÍDICA DO TRANSPORTE DE PASSAGEIROS – UBER- E A CONSTITUCIONALIZAÇÃO DO DIREITO ADMINISTRATIVO BRASILEIRO	
Candida Joelma Leopoldino	
Eduardo Stachera	
DOI 10.22533/at.ed.23819250626	
SOBRE A ORGANIZADORA	309

A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NO TRABALHO DOS MOTORISTAS DO APLICATIVO UBER

Fábio Cannas

Cientista Social e Assistente Social – Especialista em Planejamento e Gestão - Mestrando em Políticas Sociais e Serviço Social - UFRGS
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
Porto Alegre – RS

RESUMO: O desenvolvimento de novas tecnologias digitais tem transformado as relações sociais no mundo do trabalho. Diferentes atividades profissionais vêm sendo realizadas, produzindo um cenário de incertezas quanto ao trabalho formal e protegido. O caso da Uber é um dos mais emblemáticos, pois opera em um contexto de desregulamentação, afetando milhares de trabalhadores no Brasil. Nesse sentido, buscamos realizar uma reflexão teórica, a partir de uma revisão bibliográfica, apresentando de modo inicial, o que pode caracterizar-se como o acobertamento da relação formal de trabalho entre a empresa e os motoristas.

PALAVRAS-CHAVE: Uber; Tecnologias Digitais; Trabalho; Relações Sociais.

1 | INTRODUÇÃO

Desde o surgimento da internet no ano de 1969, as Tecnologias de Informação e Comunicação –

TIC's tem contribuído para uma nova dinâmica econômica e social. O ritmo cada vez mais célere de suas novas descobertas e aplicações contribuem para constituir um ambiente em que a questão social se expressa como reflexo da rápida transformação do capitalismo no início do século XXI. Esta nova arena é marcada pelo nascimento da cibercultura, uma rede digital que conecta tudo e todos de maneira global e em tempo real, implicando em ciclos de convergências de processos físicos, econômicos, sociais, políticos e culturais. Segundo Lévy (1999), estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorarmos as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano. É claro que o capital já está atento às transformações em curso e principalmente buscando formas de apropriação das diferentes manifestações da cibercultura. Segundo o autor:

As hierarquias burocráticas (fundadas na escrita estática), as monarquias midiáticas (da televisão e do sistema de mídias) e as redes internacionais da economia, só mobilizam e coordenam parcialmente a inteligência, a sabedoria e a imaginação dos seres humanos. É por isso que a invenção de novos procedimentos de pensamento e negociação que possam fazer emergir verdadeiras inteligências coletivas

se faz urgente. As tecnologias intelectuais, os instrumentos de comunicação e do pensamento coletivos estão produzindo sistematicamente as ferramentas que lhe permitirão constituir-se em coletivos inteligentes. (LÉVY, 1994, p. 15).

Ainda segundo o autor, a inserção e participação dos indivíduos na cibercultura os coloca automaticamente ao lado das grandes empresas globais de tecnologia. O acesso à internet por telefonia móvel somente é possível a partir de smartphones, sendo que, no Brasil, fabricantes como Samsung, Motorola e LG são responsáveis por quase 80% do mercado nacional. No que tange o acesso dos usuários de internet em relação à participação em redes sociais, no país as duas com maior número de participantes ativos são Facebook e Whatsapp, com 139 milhões e 120 milhões de usuários respectivamente. A média de tempo de acesso às redes sociais no Brasil é de quase 4 horas por dia, o que demonstra a capacidade de influência dessas empresas sobre os mais diferentes aspectos da vida do brasileiro.

Outro aspecto a ser observado diz respeito à hegemonia do capital e sua característica flexível que pode ser identificado na mobilidade da valoração da marca das grandes empresas globais. Das 10 marcas mais valiosas do mundo avaliadas em 2017: 1º Google, 2º Apple, 3º Amazon, 4º AT & T, 5º Microsoft, 6º Samsung, 7º Verizon, 8º Walmart, 9º Facebook e 10º ICBC - segundo o ranking elaborado pela consultoria Brande Finance, divulgado pela revista Exame, 80% são empresas de tecnologia, com a missão de desenvolver software, hardware e infraestrutura lógica para garantir a interconectividade global.

O mesmo ranking avaliado em 2007 - 1º Coca-Cola, 2º Microsoft, 3º IBM, 4º GE, 5º Nokia, 6º Toyota, 7º Intel, 8º Mc Donald's, 9º Disney e 10º Mercedes-Benz - ou seja, um intervalo temporal de uma década, mostra a mobilidade do setor de tecnologia e sua capacidade de ganhar espaço frente ao modelo de capitalismo industrial fordista. Em 2007 apenas quatro empresas de tecnologia foram elencadas entre as dez marcas de maior valor de mercado, juntamente com gigantes do setor automotivo, como Toyota e Mercedes-Benz e também do segmento alimentício como Coca-Cola e Mc Donald's, que não aparecem mais entre as dez primeiras posições.

O fato destas marcas serem as mais valiosas não significa que sejam as empresas com maior valor de mercado, mais lucrativas ou as que mais empregam no mundo – este ranking ainda é ocupado por bancos e instituições financeiras – o reflexo da valoração da marca destas empresas está justamente na sua capacidade de influenciar e ditar tendências sociais, culturais e econômicas. É inquestionável a influência de empresas como Microsoft, Google e Facebook nas mais diferentes faces que caracterizam a sociedade de classes contemporânea.

Essas empresas são a face mais recente da hegemonia do capital, que reforçam sua característica global e flexível. Suas novas Tecnologias de Informação e Comunicação – TIC's colocam os indivíduos em contato em tempo real em qualquer parte do mundo, possibilitando complexos sistemas de monitoramento de informações que atendem integralmente à lógica operativa do capital. Essas são novas

características que reforçam o mecanismo de acumulação ilimitado de capital no plano mundial. Conforme Druck (2010), um processo que dissocia o capital e as formas materiais de riqueza, conferindo-lhes um caráter abstrato, cuja valorização através do trabalho excedente garante que se perpetue a acumulação.

As novas Tecnologias de Informação e Comunicação- TIC's são uma realidade cada vez mais presente na vida social, em especial as tecnologias *mobile*. A utilização e a difusão de dispositivos móveis configuram-se como a plataforma dominante do mercado mundial. Segundo Gabriel (2010), estudos revelam que a maioria das pessoas que possuem aparelhos celulares não fica a mais de um metro de distância deles, ou seja, os celulares têm se incorporado cada vez mais à vida cotidiana das pessoas, em todas as situações, e está quase se tornando parte de seu corpo.

A pesquisa do PNAD divulgado pelo portal G1 aponta que o número de internautas brasileiros ultrapassou a marca de 120 milhões de usuários, o que corresponde a 58% da população. No mês de agosto de 2017, a telefonia móvel registrou 242.167.504 linhas em operação de acordo com dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Levando em conta que o Brasil possui 207,7 milhões de habitantes, segundo dados do IBGE, podemos concluir que existem no mercado nacional mais de um celular por habitante. Outro dado significativo havia mostrado que os smartphones ultrapassaram os computadores e se tornaram os aparelhos preferidos para os brasileiros se conectarem à internet. Dados relevantes que demonstram uma tendência cada vez maior de conectividade do brasileiro, podendo ter maior ou menor influência em suas relações de trabalho.

Outro dado interessante diz respeito ao crescimento de 70% em transações financeiras no Brasil por aplicativos móveis, no ano de 2017 em relação a 2016, segundo pesquisa realizada pela Federação Brasileira de Bancos – Febraban, divulgado pelo portal da revista Época. Essas transações correspondem a 35% do total de operações financeiras e somados smartphones, tablets ou computadores, representam 58% de todas as transações realizadas no Brasil.

Ainda sobre o universo dos trabalhadores do setor financeiro, segundo matéria do portal Estadão, em 2017 foram fechadas um total de 1.485 agências e 17.905 postos de trabalho. Este número acumulado de 2013 a 2017 totaliza 57.677 postos de trabalhos fechados no setor financeiro no Brasil. Essa diferença representou uma redução de 430.624 para 372.947 no total de postos de trabalho no setor.

Diante deste cenário acreditamos na pertinência de explorarmos como as novas Tecnologias da Informação e Comunicação influenciam as relações no mundo do trabalho. É necessário estarmos atentos às inovações tecnológicas inseridas nas mais diversas dimensões da vida em sociedade, em especial nas novas formas de trabalho decorrentes dessas inovações. O desafio de criar mecanismos de resistência à precarização do trabalho deve ser permanente enquanto as contradições entre o capital e o trabalho persistirem em criar novas expressões da questão social. Este, segundo lamamoto:

Na esfera da organização da produção, o padrão fordista-taylorista convive com formas de organização da produção dotadas de elevado padrão tecnológico, mediante a incorporação dos avanços científicos de última geração apropriados pelas empresas multinacionais, mas que tem como contrapartida relações de trabalho regressivas do ponto de vista dos interesses dos trabalhadores. (IAMAMOTO, 2015, p. 143).

Ainda segundo a autora, as novas tecnologias capturam os espaços privados, subordinando-os aos movimentos do capital que extrapolam o território da produção, e fazem com que todo o cotidiano passe a ser administrado a partir da lógica da mercantilização universal das relações sociais. Invade, dessa forma, áreas que outrora o indivíduo podia reservar como espaços de autonomia, como a família, a fruição estética, o ócio e o erotismo.

2 | O SURGIMENTO DA UBER

O exemplo mais recente do surgimento de novas formas de prestação de serviços, a partir exclusivamente da utilização de aplicativos ou plataformas online, é identificado no setor de transporte de passageiros, também chamado de “compartilhamento de viagens”. Embora algumas empresas operassem modelos de negócios similares no início dos anos 2000, nos Estados Unidos, foi em 2010 que nasceu em São Francisco (EUA) a Uber, maior operadora mundial desse segmento.

A Uber expandiu-se na velocidade da luz, o número de motoristas saltou de menos de dez mil, em janeiro de 2013, para mais de 150 mil apenas dois anos depois. Em março de 2015, a Uber dizia estar presente em cerca de 450 cidades e 60 países. Seus investimentos correspondem a uma capitalização de US\$ 70 bilhões, mais valiosa que a Ford e a General Motors. (SLEE, 2017, p. 101).

Dados de 2018, disponibilizados no site da própria Uber, indicam sua presença em 600 cidades de 65 países, sendo que o número de motoristas no mundo contabiliza mais de 3 milhões, e o número de usuários é de 75 milhões. No Brasil a operação da Uber iniciou em 2014, e, segundo a empresa, os motoristas chegam a mais de 500 mil sendo que destes, segundo o site do jornal Folha de São Paulo, 150 mil encontram-se no estado paulista. Quanto aos usuários, a empresa divulga por seu portal um total de 20 milhões, em mais de 100 cidades brasileiras.

As primeiras plataformas desenvolvidas datam do início dos anos 2000 nos EUA, tendo sido concebidas com o objetivo de conectar pessoas que usavam seus carros com outras pessoas que estariam indo para o mesmo destino. O conceito era o de compartilhamento de viagens e possuíam a finalidade de criar uma cultura colaborativa baseada em tecnologia digital. Segundo Slee:

O chamariz das plataformas era o conceito social e ambiental: fornecia opções acessíveis para dirigir, fomentou um sentimento alternativo, comunitário (você é um membro, em vez de consumidor) e promoveu uma imagem verde (uso mais eficiente de recursos em comparação com o uso individual dos veículos). É uma combinação que continua a atrair pessoas para a Economia do Compartilhamento. Infelizmente, o apelo comunitário acabou sendo mais esperança do que realidade.

Para o autor, a Uber embora nunca tenha se manifestado publicamente como uma empresa desenvolvida para contribuir com a cultura da chamada economia do compartilhamento, utilizou-se das mesmas estratégias das plataformas digitais anteriores para conectar motoristas e usuários. Resultado de uma postura agressiva de mercado, com altos investimentos em desenvolvimento de tecnologia e publicidade, tornou-se rapidamente a principal operadora desse modelo de serviço no mercado mundial.

3 | CAPITALISMO E NOVAS TECNOLOGIAS

Embora o capital se molde com extrema facilidade para enfrentar formas de resistência, sua estratégia de dominação, baseada no aumento das taxas de mais-valia, se mantém intacta. Segundo Castel (1998), a caracterização sócio-histórica do lugar ocupado pela condição de assalariado é necessária para mensurar a ameaça de fratura que assombra as sociedades contemporâneas e empurra para o primeiro plano as temáticas da precariedade, da vulnerabilidade, da exclusão, da segregação, do desterro e da desfiliação.

As fronteiras entre o real e o virtual são cada vez mais tênues. Conforme Lévy (1994), os grandes aspectos civilizatórios ligados ao surgimento da multimídia são caracterizados por novas estruturas de comunicação, de regulação, de cooperação, de linguagens e técnicas intelectuais inéditas e de modificações de tempo e de espaço.

É possível que o momento histórico atual resgate contradições análogas as do início da revolução industrial. Nesse período, o advento da maquinaria produziu um processo sequencial em que a manufatura supera a atividade artesanal e subsequentemente é substituída pela utilização de máquinas rudimentares, chegando, por fim desse primeiro ciclo, ao maquinário movido a vapor.

Foram profundos os impactos da indústria moderna e da maquinaria para os trabalhadores daquele período, produzindo reflexos em toda a sociedade. No entanto, o capitalista não só preservou sua estratégia central de explorar a força de trabalho do operário, como acabou por potencializar sua extração. Segundo Marx:

Esse emprego, como qualquer outro desenvolvimento da força produtiva do trabalho, tem por fim baratear as mercadorias, encurtar a parte do dia de trabalho da qual precisa o trabalhador para si mesmo, para ampliar a outra parte que ele dá gratuitamente ao capitalista. A maquinaria é meio para produzir mais-valia. (MARX, 2017, p. 427).

O capital, desde os seus primórdios até os dias de hoje, busca preservar sua essência. Garantir a extração de mais-valia, reduzindo o tempo de trabalho destinado a gerar a subsistência do trabalhador e ampliar o tempo em que ele trabalha e é expropriado pelo empresário. Embora a reflexão anterior, baseada na utilização da tecnologia empregada pela maquinaria, esteja embasada na instância da produção,

vamos tentar descortinar como o emprego de novas tecnologias no século XXI pode influenciar as relações de trabalho na instância da circulação.

Surge no horizonte o que Chesnais (1996, p. 13) chama de “uma nova configuração do capitalismo mundial e dos mecanismos que comandam seu desempenho e sua regulação”, remetendo a uma diferente fase de acumulação do capital. Essa nova fase do capitalismo sustentada pelo uso cada vez mais presente das novas tecnologias, faz com que um regime de acumulação predominantemente financeira do capital venha ganhando força.

A partir da década de 80 o capitalismo triunfa e parece dominar todo o globo, o modelo de acumulação caracteriza-se pela centralização de gigantescos capitais financeiros e o uso de tecnologia para a atuação mundial dos grupos e empresas. Segundo Chesnais:

Os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) estão entre as despesas industriais mais concentradas do mundo. Uma concentração particularmente elevada por país, junto com uma concentração muitas vezes bastante alta por companhia. Os grandes grupos industriais mundiais têm, invariavelmente, despesas muito elevadas de P&D. A tecnologia é uma dimensão central de sua atuação internacional. É também um dos campos mais determinantes onde se entrelaçam as relações de cooperação e de concorrência entre rivais. (CHESNAIS, 1996, p. 141).

A relação entre ciência, tecnologia e atividade industrial, principalmente no final dos anos 70 produziu transformações significativas do ponto de vista de competitividade no sistema industrial e de prestação de serviços. Uma característica desse processo é a alta capacidade de difusão intersetorial, seja no aperfeiçoamento de produtos já existentes, seja na área de desenvolvimento de novos produtos ou serviços. O autor afirma que grupos de atividades industriais e de serviços se estabelecem em torno de uma base comum tecnológica, gerando importantes processos de sinergia. Ainda segundo Chesnais:

Independentemente de seu impacto sobre o crescimento macroeconômico e sobre o nível de emprego, cuja natureza e amplitude são controvertidas, esses desdobramentos modificam os parâmetros da competitividade microeconômica, bem como as condutas concorrenciais das empresas. Estas foram obrigadas, por todos os fatores mencionados, a aumentar bastante suas despesas (ou seus investimentos imateriais) em P&D. O custo dessas despesas, de resto, tem aumentado sensivelmente. Tal elevação foi particularmente forte na informática (semicondutores e computadores), abrangendo praticamente todos os setores. O efeito conjunto do aumento do nível de despesas requeridas pelas transformações nos “paradigmas tecnológicos”, e no custo destas, explica o crescimento da parcela do valor agregado que é investido em tecnologia. (CHESNAIS, 1996, p. 143).

Somada a atual necessidade de investimento tecnológico para o desenvolvimento da indústria e o setor de serviços, Chesnais (1996) destaca a importância do processo de desregulamentação do capital, desempenhado pelo seu processo de internacionalização. Percebe-se a um movimento único de libertação do capital de todas as instituições que engessam e regulavam suas operações. Essa é uma

característica comum observada no Brasil quando da operação de multinacionais em seu território, onde não são medidos esforços para dar maior liberdade possível para sua atividade, criando, modificando ou suprimindo legislações existentes.

4 | RELAÇÕES SOCIAIS ENTRE A UBER E OS MOTORISTAS

Outro aspecto observado no trabalho de prestação de serviço de transporte de passageiros por plataformas *online* diz respeito às diferentes formas de configuração de suas relações sociais. Mesmo que de modo incipiente e parcial, identificamos três distintas situações: 1^a) a primeira delas possui uma estrutura em que o prestador de serviço é o proprietário do veículo que utiliza para realização do trabalho. 2^a) a segunda, o veículo utilizado é alugado de uma empresa pelo próprio motorista, que não é o proprietário do bem. 3^a) a terceira forma de relação identificada configura-se na constituição de uma frota de veículos por uma pessoa intermediando a relação entre diversos motoristas e a Uber, em que é possível o registro de diversos veículos em uma só conta. Uma das características comuns em todas essas configurações é a relação que se estabelece entre o prestador de serviço e a empresa proprietária da plataforma que conecta o trabalhador ao usuário. Segundo o site da empresa Uber:

A Uber não emprega nenhum motorista e não é dona de nenhum carro. Nós oferecemos uma plataforma tecnológica para que motoristas parceiros aumentem seus rendimentos e para que usuários encontrem motoristas confiáveis e desfrutem de viagens confortáveis. A Uber não é uma empresa de transporte. A Uber é uma empresa de tecnologia. Nós desenvolvemos um aplicativo que conecta motoristas parceiros a usuários que desejam se movimentar pelas cidades. (UBER, 2018).

Nesse sentido, o profissional prestador do serviço não se caracterizaria como trabalhador assalariado? Caso seja identificado como trabalhador assalariado, que característica poderia ser referida pelo possível ocultamento da relação social? Que relação social é estabelecida entre a Uber e o motorista que presta serviço de transporte de passageiros através desta plataforma virtual? Qual o significado de “motorista parceiro” utilizado pela empresa?

Uma questão levantada por Fausto (1983, p.236) que diz respeito à característica da origem do rendimento: “Mas aí há um problema que é na realidade o seguinte: as especificidades da fonte de rendimento basta para estabelecer uma identidade de classe, qualquer que seja o caráter do rendimento?” Se o motorista do aplicativo é ele próprio o proprietário do veículo, portanto o detentor dos meios de produção, seria ele assalariado? Segundo Fausto:

Em primeiro lugar, as “classes” que se constituem a partir das relações da circulação simples, (...) sem assalariados. Eles são produtores de mercadorias, mas não obtêm mais-valia, se não num certo sentido e eventualmente de si próprios: É possível que esses produtores que trabalham com seus próprios meios de produção, não só reproduzam sua capacidade de trabalho, mas produzam mais-valia, na medida em que sua posição lhes permite se apropriar do seu próprio sobretrabalho ou de uma parte dele. Desses grupos, Marx dirá que eles não são nem produtivos nem

O que necessitamos desvendar é a afirmação da empresa proprietária da tecnologia que diz não empregar nenhum motorista, portanto, que relação social é essa que se estabelece? No entanto, surge aqui outra questão, poderiam os motoristas não serem nem produtivos nem improdutivos? Fausto (1983, p. 249) ainda afirma que “Ora, este fenômeno, o de quem com o desenvolvimento da produção capitalista todos os serviços se transformam em trabalho assalariado e todos os seus executantes em assalariados, tendo assim esse caráter em comum com o trabalhador produtivo”.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diferentes configurações das relações sociais dos prestadores de serviços com a Uber nos leva a crer em uma possível condição de acobertamento da condição de assalariados. Propomos ainda que o trabalho realizado por esses profissionais configura-se como trabalho produtivo. Para Marx (2017, p.586) “a produção capitalista não é apenas produção de mercadoria, ela é essencialmente produção de mais-valia”. Na relação de triangulação que configura-se entre o usuário, o prestador de serviço e a empresa proprietária da tecnologia, identifica-se a produção de mais-valia e quem se apropria dela é a empresa, mesmo que o trabalho realizado pelo motorista não esteja inserido na esfera da produção material, mas no chamado setor de serviços, como afirma Marx:

Um mestre-escola é um trabalhador produtivo quando trabalha não só para desenvolver a cabeça das crianças, mas também para enriquecer o dono da escola. Que este invista seu capital em uma fábrica de ensinar, em vez de numa de fazer salsicha, em nada modifica a situação. O conceito de trabalho produtivo não compreende apenas uma relação entre atividade e efeito útil, entre trabalhador e produto do trabalho, mas também uma relação de produção especificamente social, de origem histórica, que faz do trabalhador o instrumento direto de criar mais-valia. (MARX, 2017, p. 586).

O usuário somente acessa o serviço de transporte por intermédio da plataforma, realizando na maioria das vezes o pagamento pelo sistema de crédito através de cartão. Esse pagamento é feito diretamente a empresa proprietária da tecnologia, no caso a Uber, que compõe, juntamente com o automóvel, os meios de produção indispensáveis para a realização do serviço. Dos pagamentos recebidos é feito um repasse aos “motoristas parceiros”, dos quais uma parcela fica para a empresa. O que representa essa parcela na relação social entre eles, se não salário?

Sobre a identificação da condição entre trabalho produtivo e improdutivo na instância da circulação, portanto fora da instância da produção, Fausto (1983, p.222) levanta a seguinte questão: “Mas qual a situação dos trabalhadores assalariados que trocam sua força de trabalho com o capital, mas que trabalham fora do processo imediato da produção?” Nesse sentido precisaremos identificar qual relação social se estabelece entre a Uber e os motoristas. Segundo Fausto:

Os trabalhadores assalariados que não vendem sua força de trabalho ao capital são evidentemente improdutos, os que trabalham para o capital industrial (excluindo as funções de circulação) são produtivos. Os trabalhadores submetidos imediatamente ao capital mas não ao capital industrial são considerados por Marx “indiretamente produtivos, como querem alguns, ou “improdutos” (já que seguramente Marx não os considerava como pura e simplesmente produtivos)? Apesar de formulações do tipo “o trabalhador comercial não produz diretamente a mais-valia” – o que pareceria autorizar a noção de trabalhador indiretamente produtivo. (Fausto, 1983, p. 222)

Nesse caso se a empresa é quem se apropria do trabalho excedente do motorista, ficando com a mais-valia, seu trabalho se enquadraria em alguma ou algumas das três configurações anteriormente expostas? Mesmo que o usuário pague diretamente ao motorista, a relação social entre eles somente é possível através do sistema Uber. Refaz-se, aqui, a mesma pergunta, de outra forma. Qual é o papel do Uber nesta triangulação? Seria apenas um intermediário, conforme é informado em seu site? Ou seria uma empresa capitalista que explora o trabalho excedente do motorista, tornando-o um trabalhador assalariado produtivo?

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL. **Brasil registra redução de 2,88% no número de acessos em operação na telefonia móvel em 12 meses.** Brasília, 25 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/dados/destaque-1/283-telefonia-movel-registra-aumento-de-156-155-linhas-em-agosto>>. Acesso em: 24 maio 2018.
- _____. **População brasileira passa de 207,7 milhões em 2017.** Brasília, 30 ago. 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2017/08/populacao-brasileira-passa-de-207-7-milhoes-em-2017>>. Acesso em: 15 maio 2018.
- CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário.** Petrópolis: Vozes, 1998.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- CHESNAIS, François. **A mundialização do Capital.** São Paulo: Xamã, 1996.
- DEARO, Guilherme. **As 10 marcas mais valiosas do mundo em 2017.** Revista Exame, São Paulo, 30 abr. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/marcas-mais-valiosas-2017/>>. Acesso em: 19 maio 2018.
- DRUCK, Graça. **Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios?** CADERNO CRH, Salvador, v. 24, n. spe 01, p. 37-57, 2011.
- FAUSTO, Ruy. **Marx: Lógica e Política** – Tomo II. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- GABRIEL, Marta. **Marketing na Era digital: conceitos, plataformas e estratégias.** São Paulo: Novatec, 2010.
- IAMAMOTO, Mariilda C. **Serviço Social em tempo de capital fetiche: capital financeiro, trabalho e questão social.** São Paulo: Cortez, 2015.

LARGHI, Nathália. **Com digitalização e fusões, bancos perdem 20 mil profissionais em 2016.** O Estado de São Paulo – Estadão, 28 jun. 2017. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,com-digitalizacao-bancos-demitiram-20-mil-profissionais-em-2016,70001868992>>. Acesso em: 24 maio 2018.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Edições Loyola, 1994.

_____. **Cibercultura.** São Paulo, SP: Ed. 34, 1999.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

REVISTA EXAME. **Pesquisa mostra as 100 marcas mais valiosas do mundo em 2007.** São Paulo, 09 out. 2008. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/pesquisa-mostra-as-100-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2007-m0134759/>>. Acesso em: 25 maio 2018.

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

UBER. **Fatos e Dados sobre a Uber.** 12 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>>. Acesso em: 18 maio 2018.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-423-8



9 788572 474238