



GT – “22”: “Urbanização e cidades na era digital: desigualdades e resistências”

O MOTORISTA DE APLICATIVO COMO NOVO AGENTE SOCIAL DE PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO EM SÃO GONÇALO E NITERÓI

Douglas Eduardo Couto Fernandes
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Faculdade de Formação de Professores
geodcf1983@gmail.com

RESUMO: O objetivo deste artigo é destacar o papel do motorista de transporte de passageiros por aplicativo enquanto agente social de produção do espaço urbano, bem como realizar uma análise de algumas de suas práticas socioespaciais, em especial daqueles que atuam nos municípios de São Gonçalo e Niterói - os dois mais populosos do Leste Metropolitano fluminense. Realizamos também um questionário digital e algumas entrevistas com motoristas selecionados, bem como anotações obtidas em campo, resultantes de observação participante.

Palavras-chave: Motoristas de aplicativo; Produção de espaço urbano; Agentes sociais

1. INTRODUÇÃO

Vivemos numa fase do capitalismo que o professor Milton Santos denominou de “meio técnico-científico-informacional” (SANTOS, 2006). Esse período se iniciou após a segunda guerra mundial, se consolidando mundialmente a partir dos anos de 1970. Tal período é caracterizado pela união, sem precedentes, da ciência e da técnica, junto da informação, cujos instrumentos “(...) conhecem uma difusão mais generalizada e mais rápida do que as precedentes famílias de objetos.” (SANTOS, 2006, p. 240) De fato, segundo Santos, a tecnologia da informação protagoniza essa fase da história, caracterizada por uma crescente massificação no uso das ferramentas digitais em todas as esferas da sociedade.

Podemos destacar, sobretudo, a evolução da qualidade, velocidade e mobilidade da internet (internet móvel) e o advento dos smartphones, com sua rápida adoção por parte das diversas camadas da sociedade, como uma das faces mais características desse meio técnico-científico-informacional. Com os telefones inteligentes vieram os aplicativos, através dos quais a população passou a ter acesso a inúmeros serviços e comodidades antes inimagináveis (MORAES, 2020), como efetuar compras, pagar contas, se comunicar com outras pessoas e instituições (de forma muito mais prática e rápida do que através de ligações telefônicas), dentre outros - bastando, para tal, portar um telefone celular dotado de acesso à internet.

Com essa banalização do uso do digital, criou-se uma nova psicofera, “(...) reino das ideias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido (...)”, termo usado por Milton Santos (2006, p. 256) inspirado pelas indicações de Ana Clara Torres Ribeiro, para denominar uma “(...) esfera imaterial do espaço, que se apresenta nos valores, hábitos, crenças, desejos, projetos, ideologias e discursos (...)” (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021, p.2). Nessa nova psicofera, entre outras coisas, dissemina-se que o transporte público, como forma de deslocamento pelo espaço urbano, é inerentemente ineficaz, insuficiente e precário, e, portanto, indesejado. Logo, a mobilidade urbana poderia ser aprimorada fazendo uso do transporte individual, aproveitando-se das possibilidades abertas pelas inovações tecnológicas.

Além disso, cabe salientar que essa era digital e globalizada, aliada a essa nova psicofera, tem provocado diversas transformações no conjunto das relações socioespaciais, inclusive nas relações de trabalho, com a extinção de postos de trabalho tradicionais e criação de outros, tendo a informação como principal elemento no processo de acumulação do capital

(TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021). Com isso, novos agentes sociais têm surgido e possibilitado novas interações espaciais, somente possíveis com a intermediação das ferramentas digitais.

Neste artigo, analisa-se a emergência dos motoristas de transporte de passageiros por aplicativo como novo agente social, que, com suas práticas espaciais específicas, intensificam, criam e modificam interações espaciais, atuando na produção do espaço urbano. Esses novos trabalhadores e trabalhadoras emergem a partir da gênese dos aplicativos de transporte e sua popularização, criados por empresas globais - e que atravessam todas as escalas de operação do território (TOZI, 2019). Para realizar tal investigação, recorreremos a uma revisão bibliográfica sobre o tema, além da observação participante em campo valendo-me de minha atuação como motorista de aplicativo desde 2017. Em adição a isso, usaremos algumas das informações coletadas por meio de um questionário digital e de entrevistas semiestruturadas realizadas com motoristas (cujos detalhes serão melhor esmiuçados mais à frente), todos residentes nos municípios de São Gonçalo e Niterói-RJ. O estudo dessas que são as duas cidades mais populosas do leste metropolitano fluminense potencializa a construção de um panorama sobre um fenômeno essencialmente urbano, que é o transporte individual de passageiros por meio de aplicativos.

2. A CHEGADA DOS APLICATIVOS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS NO BRASIL E O MOTORISTA DE APLICATIVO COMO PARTE DOS AGENTES PRODUTORES DO ESPAÇO URBANO

A Uber surge no já mencionado contexto de meio técnico-científico-informacional. Fundada em 2009 nos EUA, chegou ao território brasileiro em 2014, na cidade do Rio de Janeiro, por ocasião da Copa do Mundo de Futebol, e rapidamente se popularizou, passando a atuar cada vez mais em outras cidades do país. Outras poucas empresas se somaram na oferta desse serviço, como a espanhola Cabify (atualmente extinta), a 99 Pop (startup brasileira, adquirida pela chinesa Didi em 2018) e, mais recentemente, a Indrive (fundada na Rússia em 2013, atualmente com sede na Califórnia).

Nesse panorama de rápida popularização, conforme aponta Tozi (2019), já em 2016, o mercado brasileiro ocupava a segunda colocação mundial em rentabilidade para os aplicativos de transporte, perdendo apenas para os Estados Unidos - e as regiões metropolitanas do Rio de

Janeiro e São Paulo já haviam se tornado as áreas com o maior número de viagens em todo o mundo. Outro fator determinante à ação dessas empresas em um determinado território é a materialidade deste (TOZI, 2018): existência de comércio, serviços, atrações turísticas, realização de eventos de diferentes portes, e modalidades diversas de transportes - ônibus, trens, metrô; hospitais, escolas, escritórios, empregos e moradias numa densidade demográfica concentrada.

Contudo, para que o modelo de negócios dessas empresas funcione, é necessário que trabalhadores e trabalhadoras atuem como motoristas. Estes são, geralmente, denominados por essas empresas como “motoristas parceiros” (TOZI, 2018). Tal termo possui a intencionalidade de promover uma ideia de parceria, empreendedorismo e liberdade. Todavia, o que se tem visto é exatamente o oposto: os motoristas não possuem voz ativa em tomadas de decisões estratégicas, além de não possuírem quaisquer direitos trabalhistas formais (o próprio uso do termo é uma tentativa da empresa de não se responsabilizar por estes), além de arcarem com todas as despesas pertinentes à sua atividade - compra/aluguel e manutenção do veículo, combustível, multas e impostos, etc. (LEAL *et al*, 2021; FRANCO e FERRAZ, 2019). Além disso, não são raros os casos em que uma dessas empresas (notadamente a Uber) rompe a chamada “parceria” sem informar ao motorista parceiro o motivo de tal ruptura, o que o obriga, em determinadas situações, a acionar a justiça em busca de uma solução¹.

Segundo Roberto Lobato Corrêa, a produção do espaço é “(...) decorrente da ação de agentes sociais concretos, com papéis não rigidamente definidos, portadores de interesses, contradições e práticas espaciais que ora são próprios de cada um, ora são comuns.” (CORRÊA, 2018, p. 41). Ele também reforça que a produção do espaço “[é] consequência da ação de agentes sociais concretos, históricos, dotados de interesses, estratégias e práticas espaciais próprias, portadores de contradições e geradores de conflitos entre eles mesmos e com outros segmentos da sociedade.” (CORRÊA, 2018, p.43) Assim, é através da ação desses agentes que o espaço é produzido, tanto com materialidades diversas - estradas, áreas urbanas, etc. quanto com significados diversos, como status, religiosidade, etnicidade, etc. (CORRÊA, 2018). Nesse

¹ Exemplos podem ser encontrados em: Portal sul21. Disponível em <https://sul21.com.br/noticias/geral/2023/05/justica-condena-uber-a-indenizar-motorista-bloqueado-por-perda-de-renda-e-danos-morais/> . Acesso em 05/01/2024. Portal Mídia News. Disponível em <https://www.midianews.com.br/cotidiano/motoristas-sao-banidos-sem-justificativa-e-relatam-descaso-da-uber/423133>. Acesso em 05/01/2024.

sentido, “[a] ação desses agentes sociais (...) está inserida no processo de produção, circulação e consumo de riquezas no interior de uma sociedade que se caracteriza por ser social e espacialmente diferenciada” (CORRÊA, 2018, p. 46).

O autor tipifica esses agentes, os classificando em: “proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado e os grupos sociais excluídos” (CORRÊA, 2018, p. 42) - tais agentes, ou atores, coexistem no espaço geográfico - possuindo diferentes poderes - e operando em múltiplas escalas, numa relação dialética. E são as interações socioespaciais que ocorrem entre esses múltiplos agentes que produzem e reproduzem o espaço urbano, interações essas que se transformaram e complexificaram a partir do contexto da Revolução Industrial - e que se intensificaram ainda mais no atual período técnico-científico-informacional, articulando áreas dentro da cidade, além de cidades entre si formando uma rede urbana extremamente complexa (CORRÊA, 1997).

O Estado, nesse contexto, possui um papel duplo e contraditório de agente, visto que atua no desenvolvimento e nas transformações urbanas, e de mediador entre os demais agentes e seus conflitos (BAHIANA, 1978). As empresas desenvolvedoras e proprietárias dos aplicativos se configuram em outro tipo de agente - que podemos incluir dentro da tipologia de Corrêa (2018) como sendo proprietários dos meios de produção. Trata-se de proprietários *sui generis*, visto que não possuem os meios de produção tradicionalmente identificados – como fábricas, maquinário, etc., além de serem empresas de capital aberto, cujos acionistas estão distribuídos pelo planeta – e não estão necessariamente vinculados aos espaços dos quais extraem sua renda. Logo, como mencionamos antes, o aplicativo (plataforma) é, de fato, o meio de produção, visto que, sem ele, não existe mediação entre o motorista e o passageiro (FRANCO e FERRAZ, 2019). Nesse sentido, tanto o veículo como o aparelho celular do motorista não se configuram como meio de produção, mas sim como ferramentas de trabalho propriamente ditas.

Neste artigo, defende-se que os motoristas de aplicativo constituem um subgrupo no conjunto dos grupos sociais excluídos, e são analisadas as suas práticas espaciais nas relações entre si, com os demais subgrupos desse mesmo conjunto (a população que utiliza o serviço de transporte por aplicativo, os demais motoristas “concorrentes”, etc.), bem como com o Estado e com os donos dos meios de produção (no caso, as empresas proprietárias dos aplicativos).

Na verdade, esses motoristas fazem parte de um amplo processo de precarização e informalização do trabalho, aliado à informática e à informação, chamado por diversos autores de “uberização” do trabalho. Esse fenômeno global, em conjunto com um crescente desemprego no Brasil – que aumentou de 7,9% em 2013 para mais de 11,9% em 2020 – levou uma grande massa de desempregados a buscarem renda para subsistência através dos aplicativos de transporte, sobretudo na Uber, que já dominava o setor (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021).

Podemos afirmar, portanto, que a informalidade é a principal característica intrínseca ao fenômeno da uberização. Como aponta Machado da Silva (2002), a partir dos anos 80, o termo informalidade foi tacitamente sendo substituído pela dupla “empregabilidade/empreendedorismo” (MACHADO DA SILVA, 2002, p. 100), resultando em

(...) novos modos de produção capitalista, cuja característica mais fundamental é a individualização e a subjetivação dos controles que organizam a vida social, inclusive a produção material [o qual] adquire um sentido oposto, de mecanismo de convencimento ideológico (ou, se se preferir, um termo mais agressivo, de “domesticação”) que se encaminha no sentido de reconstruir uma cultura do trabalho adaptada ao desemprego, ao risco e à insegurança (...) (MACHADO DA SILVA, 2002, p. 101)

Podemos notar claramente que os motoristas de aplicativo, em geral, não se veem como desempregados - ou como trabalhadores informais. A substituição pragmática do termo “informal” pelo de empreendedor, ou até mesmo de microempresário, foi muito bem-sucedida e alcançou a psicosfera da sociedade urbana a ponto de mascarar a real natureza precária do trabalho desse enorme contingente de pessoas (cerca de 1,5 milhão em 2022)² - inclusive, parcela significativa desses trabalhadores têm optado por abandonar seus empregos tradicionais e formais em busca de maior autonomia, ganhos e liberdade – ser empresário de si (MACHADO DA SILVA, 2002).

² Agência IBGE Notícias. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38160-em-2022-1-5-milhao-de-pessoas-trabalharam-por-meio-de-aplicativos-de-servicos-no-pais>. Acesso em 05/01/2024.

É preciso salientar que o grupo dos motoristas de aplicativo é extremamente heterogêneo, mas podemos subdividi-lo (analiticamente) em 4 subgrupos (a despeito dos 2 subgrupos delimitados por Tozi):

a. **Agentes qualificados:** aqueles com formação técnica ou superior, que atuavam no mercado formal de trabalho, com boa remuneração e direitos trabalhistas, e geralmente possuem veículo próprio (TOZI, 2019). Ficaram desempregados, e viram nos aplicativos de transporte uma oportunidade de obter renda para subsistência, ao custo de um aumento na carga horária de trabalho e perda dos direitos trabalhistas (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021, p.10).

b. **Agentes pouco qualificados:** aqueles com pouca formação profissional ou poucos anos de estudo, que já atuavam no mercado de trabalho informal. (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021, p. 10).

c. **Agentes iniciantes no mundo do trabalho:** o fenômeno da uberização se banalizou na sociedade a ponto de alguns jovens optarem por obter renda através dos aplicativos de transporte, em vez de buscar vagas no mercado formal de trabalho. A justificativa é a de que os rendimentos como motorista são maiores do que um emprego formal com salário mínimo (R\$1.320,00 em 2023), a despeito da inexistência de direitos trabalhistas, como férias, décimo-terceiro salário e contribuição compulsória ao INSS.

d. **Influenciadores digitais:** há uma parcela de motoristas que usa o meio digital para além da obtenção de renda com os aplicativos de transporte, em plataformas como Youtube, Instagram e Tik Tok (entre outras) para gerar conteúdo relacionado ao mundo dos aplicativos de transporte. Alguns deles atingem uma grande capilaridade como influenciadores, articulando-se uns com os outros e também com motoristas que atuam em outros países, formando uma rede digital de conteúdos considerados relevantes para outros motoristas de aplicativo.

São características intrínsecas a esse conjunto de trabalhadores a submissão a longas jornadas de trabalho – muitas vezes excedendo 12 horas diárias, e 6 ou até mesmo 7 dias por semana (TOZI, 2019) - o que ocasiona cansaço, fadiga constante, aparecimento de doenças crônicas como tendinite, entre outras; gastos sempre crescentes com as principais ferramentas

de trabalho, como a substituição constante de seus smartphones e uma série de gastos incidentes sobre o veículo usado para o trabalho: pagamento de impostos e taxas de licenciamento anual, eventuais multas, manutenção preventiva e corretiva, pagamento da parcela do financiamento ou aluguel do mesmo, combustível, etc., conforme aponta Fábio Tozi:

Além disso, a transferência de custos fixos aos trabalhadores permite que as empresas ofereçam baixos preços nas corridas, o que implica que a parcela que cabe aos motoristas tende constantemente à redução. Trata-se, portanto, de um preço artificial, pois não incorpora o desgaste e manutenção dos instrumentos de trabalho (smartphone, carro, combustível, revisões e consertos), que são absorvidos pelos trabalhadores. Essas práticas, que poderiam configurar dumping ou concorrência desleal, são camufladas na psicosfera da inovação e da modernidade que as empresas invocam para si e na necessidade de sobrevivência dos trabalhadores, a despeito deles se considerarem ou não autônomos e empreendedores. (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021, p. 9)

Além disso, outro fator colabora para que esses trabalhadores sejam precarizados, que é a falta de um reajuste nas tarifas pelo serviço. Até o término da escrita do presente artigo, ainda não havia nenhum tipo de regulamentação aprovada por parte do Estado que pudesse beneficiar os motoristas, ou ao menos minimizar a natureza precária do seu trabalho. Tal fato tem feito com que, para obter uma renda líquida minimamente satisfatória, os motoristas precisem dedicar cada vez mais horas ao trabalho, o que, a longo prazo, tende a se tornar inviável.

No que se refere à atuação desses novos agentes sociais, pode-se dizer que operam em escala local ou, no máximo, em outras cidades da respectiva Região Metropolitana. No entanto, quando analisamos as redes às quais esses motoristas se integram, podemos dizer que a escala de operação tem aumentado, principalmente no tangente às lutas e reivindicações dos trabalhadores por melhorias nas condições de trabalho e remuneração, bem como na circulação de estratégias de atuação profissional, haja vista a abrangência espacial dessas redes de influenciadores digitais³. Veremos mais sobre essas práticas socioespaciais a seguir.

³ O canal “Uber do Chefe”, pertencente a um motorista de aplicativo morador e atuante na cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, possui mais de 280 mil inscritos no Youtube, com médias de mais de 40 mil visualizações por vídeo e um recorde de mais de 600 mil visualizações em um único vídeo, além de 143 mil inscritos no Instagram. Canal disponível em <https://www.youtube.com/@uberdocheffe>. Vídeo

3. PRÁTICAS SOCIOESPACIAIS DOS MOTORISTAS DE APLICATIVO

Segundo SOUZA (2013), o conceito de práticas espaciais é complexo, pois se trata da “(...) ponte conceitual entre as relações sociais e o espaço” (SOUZA, 2013, p. 238). Nesse sentido, ele afirma: “(...) a prática espacial é uma prática social” (SOUZA, 2013, p. 239). Ou seja, para a compreensão do fenômeno, deve-se levar em conta como de igual importância tanto o espaço em que ocorre, em suas múltiplas escalas, quanto a sociedade em que está contextualizado. Por isso, optamos por adotar neste artigo o amálgama “socioespacial” ao tratar das práticas específicas e coletivas dos motoristas de aplicativo. Dizemos isso tendo em vista que cada grupo de agentes produtores do espaço urbano é caracterizado por uma combinação de práticas socioespaciais, gerando estratégias socioespaciais complexas (SOUZA, 2013). Quando tais práticas possibilitam a relação entre outros grupos de agentes sociais, ocorrem as interações espaciais, fomentando a (re)produção do espaço urbano.

Podemos qualificar melhor essas interações, recorrendo à explicação de Roberto Lobato Corrêa:

As interações espaciais constituem um amplo e complexo conjunto de deslocamentos de pessoas, mercadorias, capital e informação sobre o espaço geográfico. Podem apresentar maior ou menor intensidade, variar segundo a frequência de ocorrência e, conforme a distância e direção, caracterizar-se por diversos propósitos e se realizar através de diversos meios e velocidades. (CORRÊA, 1997, p. 279)

Dentre essas interações, as que se relacionam diretamente com o serviço de transporte por aplicativos e seus motoristas envolvem “(...) o deslocamento de consumidores aos centros de compras, a visita a parentes e amigos, a ida ao culto religioso, praia ou cinema (...)” (CORRÊA, 1997, p. 279). Além dessas interações, podemos mencionar ainda o deslocamento diário ou esporádico ao trabalho, à escola, faculdade e cursos, festas e eventos de tamanhos variados. Os deslocamentos urbanos, cada vez mais intensos, são características intrínsecas da evolução do capitalismo, sobretudo no período técnico-científico-informacional vigente (SANTOS, 2006).

postado pelo autor do canal em 06/01/2024, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Ic2NogpoGwA>. Acesso em 28/01/2024. Canal do Instagram disponível em <https://www.instagram.com/uberdochefe/?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA%3D%3D>. Acesso em 05/02/2024.

As plataformas de transporte são multinacionais, com sede no exterior, e exercem um controle centralizado tanto sobre os motoristas, quanto sobre os territórios em que operam através do algoritmo existente em seu aplicativo (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021; SLEE, 2017), o qual vem sendo alimentado e aprimorado com dados obtidos através do trabalho dos motoristas e solicitações dos passageiros ao longo dos anos (sem que os motoristas recebam algum valor por isso, diga-se de passagem), aumentando o controle algorítmico sobre os trabalhadores de uma forma cada vez mais eficiente.

Essa evolução algorítmica constante tem tornado cada vez mais desafiador, para o motorista, obter uma renda que, além de garantir a subsistência, lhe proporcione uma melhor qualidade de vida. Com isso, esse grupo de trabalhadores tem tentado se adaptar, elaborando estratégias para subsistir. Muitas dessas estratégias envolvem explorar brechas no algoritmo do aplicativo, enquanto outras se valem das redes solidárias que esses motoristas mantêm entre si. É preciso frisar que todas as práticas e estratégias socioespaciais desses motoristas se encaixam em dois grandes - e complexos - objetivos: a obtenção de renda de forma mais eficiente e a busca por uma maior sensação de segurança. Analisaremos aqui algumas dessas estratégias, e na próxima parte, apresentaremos algumas observações acerca da pesquisa que realizamos com motoristas que residem e atuam no Leste Metropolitano do Rio de Janeiro. Essas estratégias são, também, práticas espaciais, à medida em que se valem do espaço como região, como território e como rede, estabelecendo uma série de relações dos motoristas entre si e com os demais agentes produtores do espaço urbano.

a. **Oferecimento de viagens particulares:** uma alternativa para melhores ganhos, já que, nessas viagens, não há taxa de serviço a ser paga às plataformas - que variam de 10 a 40% em alguns casos. Nessa estratégia, o preço de uma corrida particular é combinado diretamente entre o motorista e o passageiro, e costuma-se tomar como base o valor do próprio aplicativo de passageiro para cálculo (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021). Em alguns casos, motoristas passaram a obter sua renda principal dessa forma, estruturando uma rede em forma de carteira de clientes, ou criando uma rede solidária e estruturada de contatos com outros motoristas, objetivando atender aos clientes de forma independente às plataformas de transportes. A espacialidade dessa prática se torna mais nítida quando consideramos que a confiabilidade na relação entre o motorista e o cliente, nesse caso, está diretamente vinculada

ao estabelecimento de laços compartilhados referentes, principalmente, ao lugar em que moram, que são geralmente próximos. Esse vínculo traz, além da sensação de segurança para ambos, a confiança de que nenhuma das partes irá declinar do acordo para realização das corridas, visto que, geralmente, a demanda por esse tipo de serviço surge de uma necessidade urgente para o cliente - um compromisso ou uma viagem, por exemplo - em que ele não pode se atrasar ou faltar. Da parte do motorista, fica a confiança de que os preparativos que ele fez para efetuar o serviço, como estar no local combinado com antecedência e a limpeza do veículo, por exemplo, não tenham sido em vão.

b. **Exploração de falhas algorítmicas das plataformas digitais:** os aplicativos de transporte possuem, desde sua gênese, falhas algorítmicas (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021) que vêm sendo exploradas pelos motoristas. É importante mencionar que algumas dessas táticas são ilícitas, e ferem os Termos Gerais de Uso das plataformas, podendo ocasionar banimentos da mesma. Algumas dessas táticas ilícitas envolviam a manipulação do GPS através de outros aplicativos, resultando em ganhos acima do padrão. Outra brecha bastante utilizada pelos motoristas envolvia o direcionamento. A Uber disponibiliza, aos motoristas, 2 direcionamentos diários. Ao ativar um direcionamento, o motorista só recebe ofertas de viagens no sentido do destino escolhido, finalizando o direcionamento. Contudo, havia um “macete”, amplamente disseminado pelos motoristas através das redes solidárias estabelecidas por esses, que ao ser utilizado fazia com que o direcionamento não expirasse. Com isso, o motorista podia, ao usar essa brecha, se manter dentro de uma mesma área de atuação, direcionando as corridas dentro dessa região da cidade - ou mesmo se aproveitando do movimento pendular entre cidades da Região Metropolitana, otimizando os seus ganhos. Outros motoristas utilizavam desse “recurso” para se manter nas regiões consideradas mais seguras das cidades, evitando áreas consideradas de risco, ou regiões nas quais as possibilidades de corridas eram mais escassas. O uso dessa brecha configurava, portanto, uma subversão, por parte dos motoristas, ao controle central hegemônico feito pela Uber. Além disso, nota-se o uso, por parte desses agentes, de seletividade espacial, visto que, pela experiência e pelos conhecimentos adquiridos no cotidiano de trabalho, aprenderam a selecionar, dentro de uma área de atuação, os locais que consideram mais atrativos financeiramente e com maior sensação de segurança. Contudo, após uma atualização

compulsória, a Uber resolveu o erro no algoritmo, impossibilitando o uso dessa falha específica. Nesse contexto, os motoristas passaram a recusar mais corridas indesejadas, objetivando se manter dentro dessa área de atuação.

c. **Uso intenso de redes sociais digitais:** Os motoristas se valem dessas redes, criadas a partir de contatos pessoais em locais de abastecimento, de espera em filas virtuais de aeroportos e através de pessoas próximas que também são motoristas de aplicativo. Utilizam principalmente o aplicativo WhatsApp (mensagens instantâneas), onde são formados grupos de motoristas de aplicativos, alguns com indivíduos conhecidos, que moram na mesma região ou possuem grau de amizade ou parentesco, e outros mais heterogêneos, com motoristas de partes diferentes da cidade ou mesmo de outras cidades - e que são desconhecidos entre si. Esses grupos são utilizados para construção e difusão de práticas de subversão, de mobilização e estratégias de segurança, principalmente através da troca de informações em tempo real com outros motoristas que também estão trabalhando naquele instante, além de ser comum, por parte dos membros desses grupos, o compartilhamento da localização em tempo real. Caso alguém esteja em uma área considerada perigosa, outros motoristas podem auxiliar, até mesmo indo ao encontro deste. Além disso, são compartilhadas informações sobre eventos, engarrafamentos, acidentes, operações policiais ou de fiscalização estatal, dentre outras situações que interferem na segurança e na demanda de corridas. Outra possibilidade trazida por essas redes informacionais é a mobilização dos motoristas. Nesse sentido, além do próprio WhatsApp, aplicativos como Instagram e Youtube são amplamente utilizados, e os motoristas influenciadores propagam através desses meios a organização de manifestações contra as empresas (TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021), cuja principal característica é a de os motoristas ficarem um dia combinado sem trabalhar. A ideia é causar algum tipo de prejuízo às plataformas e chamar a atenção da mídia e da sociedade civil sobre suas reivindicações.

Existe uma série de outras práticas socioespaciais utilizadas pelos motoristas de aplicativo, que vão sendo implementadas ou abandonadas de acordo com as mudanças no algoritmo dos aplicativos. Contudo, pode-se dizer que todas essas práticas, envolvendo seletividade espacial, objetivam principalmente a segurança do motorista e/ou aumento de ganhos.

4. OS MOTORISTAS DE APLICATIVO DE SÃO GONÇALO E NITERÓI: UMA PRIMEIRA APROXIMAÇÃO

O objetivo deste tópico é apresentar alguns resultados de uma pesquisa efetuada especificamente com motoristas de aplicativo residentes e atuantes nas duas cidades mais populosas do Leste Metropolitano fluminense, como forma de aproximação inicial de um panorama acerca da sua condição de Agente Social precarizado, mas que busca, com suas estratégias socioespaciais, subverter o controle algorítmico centralizado das plataformas digitais de tecnologia - sobretudo a Uber e a 99 Pop.

Para essa pesquisa, fizemos um questionário digital com 30 questões, idealizado para ser respondido de maneira fácil pelos voluntários, devido à natureza cansativa do seu trabalho. Sua divulgação se deu por meios digitais, através das redes sociais e grupos de motoristas de aplicativo no Whatsapp.

Elaboramos também uma série de perguntas a serem respondidas em entrevistas semiestruturadas, com linguagem acessível, objetivando o aprofundamento acerca de alguns dos tópicos abordados no questionário digital. Ao citar falas dessas entrevistas, optamos por usar as iniciais dos nomes dos voluntários, visando preservar seu anonimato. Somam-se a essas duas pesquisas as observações coletadas em campo, que foram facilitadas pela nossa atuação por mais de 6 anos como motorista de aplicativo. O questionário foi respondido pelos voluntários ao longo do ano de 2023 e as entrevistas foram realizadas no final de 2023 e no início de 2024.

Numa aproximação inicial, observa-se que a grande maioria dos entrevistados são experientes no trabalho com os aplicativos, sendo que 66,7% deles atuam nesse ramo há mais de 3 anos e 20% entre 2 e 3 anos. Tal fato revela uma consolidação das plataformas de transporte e do trabalho nos aplicativos enquanto fonte continuada de renda para essas pessoas. Além disso, quase todos conheceram o trabalho com os aplicativos através de amigos, o que salienta a relevância das redes solidárias urbanas no contexto da busca pela sobrevivência, principalmente em São Gonçalo, de onde vêm 80% daqueles que responderam ao questionário.

Fica evidente, na investigação realizada, uma carga de trabalho extenuante desses motoristas. Os resultados apontam que a maioria dos motoristas trabalha, em média, 6 dias por semana, e uma parcela significativa (33%) atua durante os 7 dias da semana, sem folga. Além

disso, é comum que se trabalhe por 10 a 12 horas diariamente, o que traz inúmeros problemas à qualidade de vida dessas pessoas, trazendo problemas de saúde diversos. De fato, 46% dos voluntários alegaram já ter sentido, em decorrência do trabalho com os aplicativos, dores musculares ou nas articulações, enquanto 6,7% apontaram lesão por esforço repetitivo e outros 6,7% estresse, pelas muitas condições adversas do cotidiano de trabalho.

Os fatos apurados relativos às jornadas extenuantes de trabalho dos motoristas de aplicativo assumem uma gravidade ainda maior, tendo em vista que 60% dos que responderam ao questionário não contribuem com o INSS. Aliando isso ao fato de que estão trabalhando com os aplicativos desde antes da pandemia, em maioria, podemos constatar que essas trabalhadoras e trabalhadores terão dificuldades futuras, em se tratando de idade e contribuição por tempo de serviço para fins de aposentadoria, além, claro, da ausência de qualquer tipo de pensão caso precisem se ausentar do trabalho por motivos de saúde.

De fato, os motoristas de aplicativo têm encontrado uma série de problemas ao trabalhar nessas plataformas. Para C.C., o principal deles é que

(...) todas as decisões das plataformas são unilaterais. (...) [A] plataforma escolhe sozinha o valor que ela acha que você tem que receber, sendo que qualquer especialista conseguiria saber quais são os custos que o motorista tem, e não existe um esforço em manter esse jogo mais equilibrado, onde a gente trabalha fazendo o que a gente pode, tentando tomar um pouco menos de prejuízo. (...) [E] o que a gente ganha é o suficiente pra sobreviver mas não é o suficiente pra pagar o desgaste que o carro tem. (informação verbal) (C.C., em entrevista voluntária realizada no dia 07/01/2024 pelo autor)

O desabafo da trabalhadora, na verdade, nos aponta para a grande falácia das empresas-plataforma, como a Uber e a 99 Pop, entre outras, que usam o termo “motorista-parceiro”. Nos questionamos sobre que tipo de parceria é essa, onde somente um dos lados (aquele com mais poder) é responsável pelas decisões mais importantes acerca da precificação do serviço prestado, enquanto o lado mais vulnerável acaba por arcar com praticamente todos os custos necessários à existência desse ramo de negócios (SLEE, 2017).

Além disso, a característica informal do trabalho como motorista de aplicativo, que se vê como empreendedor ou empresário de si (MACHADO da SILVA, 2002; TOZI, DUARTE e CASTANHEIRA, 2021), acaba por desmobilizar esses trabalhadores enquanto classe. Apesar

da realização de algumas mobilizações, em sua maioria espontâneas, ou encabeçadas por associações regionais de motoristas e divulgadas digitalmente por motoristas influenciadores⁴ (como paralisações e protestos), a grande maioria dos motoristas não costuma se engajar nesse sentido, como podemos observar na enquete que realizamos, na qual 80% nunca participaram desse tipo de iniciativa. Com isso, apenas 26,7% dos entrevistados se mostraram dispostos a fazer parte de algum sindicato formal de motoristas de aplicativo, enquanto 40% nunca nem mesmo pensaram a respeito.

Ao comparar o trabalho nos dois principais aplicativos usados na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, a entrevistada C.C alega preferir a Uber

“(…) porque a Uber tem mais passageiros, e aí as corridas geralmente chamam mais perto pra buscar o passageiro. Na 99 geralmente tocam corridas pra buscar o passageiro mais longe, se estiver numa área que não tem tanta demanda (na 99), e a Uber tende a pagar um valor um pouco menos pior em relação à 99” (informação verbal) (entrevista realizada em 07/01/2024 pelo autor).

Ao questionarmos sobre a ordem de preferência de cidade para se trabalhar, no contexto da Região Metropolitana e cidades próximas, a capital fluminense foi a mais escolhida (73,3%), seguida de Niterói (66,7%) e São Gonçalo (60%). Alguns dos motivos foram apontados pelo motorista entrevistado M.R.: “Eu geralmente gosto de trabalhar muito na cidade do Rio de Janeiro. Município maior, as corridas são maiores e a demanda também é muito maior que em Niterói e São Gonçalo (informação verbal)”. Os fatores que interferem na escolha da área de atuação costumam variar entre os motoristas, sempre num balanço entre rentabilidade e sensação de segurança. Dizemos “sensação de segurança”, e não segurança de fato, pois a natureza do trabalho do motorista de aplicativo é a exposição constante a um número considerável de riscos, tanto no que se refere a acidentes diversos de trânsito, como em relação a assaltos, sequestros-relâmpago e coisas do gênero.

⁴ Para informações, consulte-se por exemplo <https://autoesporte.globo.com/mobilidade/noticia/2023/05/greve-uber-e-99-o-que-os-motoristas-de-aplicativo-estao-reivindicando-com-a-paralisacao.ghtml>, ou ainda <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/05/15/motoristas-de-aplicativo-fazem-protesto.ghtml>.

Como dito, a sensação de segurança pode variar de acordo com a trajetória individual do motorista, mas existem algumas convergências com respeito a áreas mais ou menos perigosas, bem como cidades mais ou menos atrativas para se trabalhar. Nesse sentido, C.C., por exemplo, acha “trabalhar em São Gonçalo, pra uma pessoa que não conhece a cidade, muito difícil” (informação verbal), apontando a infraestrutura viária da cidade como um entrave. Mas o principal problema, para ela, é “a questão da segurança, porque praticamente todos os bairros são periféricos, e na maioria dos bairros tem barricada” (informação verbal). Ela faz um comparativo com Niterói, alegando que esta possui localizações inseguras mais fáceis de se identificar e memorizar, portanto, sendo mais fáceis de evitar. M.R. também sinaliza nesse sentido, dizendo que São Gonçalo “é uma cidade infelizmente dominada por facções criminosas e as ruas são fechadas.” Já Niterói, segundo ele, “é uma cidade que tem uma condição melhor, a gente já consegue transitar melhor, com certo grau de segurança” (informação verbal). Tais afirmações assumem um peso extra, quando consideramos que ambos os entrevistados residem na cidade de São Gonçalo há bastante tempo.

Uma particularidade interessante dos dados levantados é a prevalência do aplicativo WhatsApp (86,7% dos voluntários) como opção para grupos virtuais de motoristas de aplicativos, o que reforça também o fato de o WhatsApp ser o aplicativo de mensagens/rede social mais utilizado no Brasil. O uso do aplicativo potencializa a disseminação de múltiplas estratégias socioespaciais, buscando relativa sensação de segurança e melhores rendimentos, como afirma o entrevistado M.R.:

Até por uma questão de se proteger na rua, a gente acaba criando grupos com outros motoristas, pra ver as melhores estratégias de trabalho, o pessoal diz os melhores lugares pra trabalhar, questões de trânsito e tudo o mais, isso ajuda muito. Se a gente ficar só dependendo de aplicativo, eles jogam a gente pra onde eles bem entendem. Mas essa dinâmica de grupo, ela é muito importante, pra esse tipo de trabalho. (informação verbal) (entrevista realizada em 10/01/2024 pelo autor)

Nota-se, nesses casos, uma contradição entre a ampla disseminação do individualismo e da competição propagadas pela ideologia neoliberal (e que é adotada em grande medida por esses trabalhadores) e práticas socioespaciais que acabam por estabelecer laços de solidariedade entre os motoristas, que passam a agir coletivamente como uma estratégia de adaptação e sobrevivência.

Estratégias que visem uma otimização nos ganhos dos motoristas têm sido cada vez mais implementadas por esses, como vimos, principalmente tendo em vista que, ao longo dos anos, desde que os aplicativos chegaram ao país, praticamente não houve reajuste nas tarifas que esses trabalhadores recebem. Por outro lado, os custos envolvidos na realização do trabalho aumentam constantemente, espremendo cada vez mais a fatia de lucro que possa garantir uma subsistência aos motoristas. Na enquete, 73,3% dos motoristas afirmaram que gastam entre 30 e 50% do valor bruto repassado pelas empresas-plataforma com combustível e manutenção do veículo, sendo que outros custos, como depreciação do veículo pela alta quilometragem, e gastos envolvendo compra de aparelho celular e plano de internet, não foram considerados.

Essas estratégias, portanto, envolvem tanto a escolha de corridas mais rentáveis, nas quais o motorista experiente analisa o ganho por quilometragem percorrida e pela duração da corrida, como também a busca constante pela redução de custos comuns no cotidiano de trabalho. A experiência do motorista em circular pelo espaço urbano, aliada à constante troca de informações em tempo real por redes sociais como WhatsApp e Instagram, ampliam o uso da seletividade espacial por parte dos motoristas, como vemos quando M.R. afirma que

(...) a gente tenta rodar nos locais onde a gente sabe que a demanda é maior, e principalmente nos horários que a gente sabe que tem demanda, né? A gente acaba tendo que fazer um cálculo aí, demanda vezes menos trânsito pra tentar balancear e lucrar o máximo que puder com o menos de desgaste possível. (...) Isso a gente aprende na prática. Bater muita cabeça, a gente acaba aprendendo os horários, demandas, e também aquela questão que eu tinha falado, da ajuda dos motoristas, porque cada motorista sempre tem alguma coisa a adicionar pro outro. Tem a estratégia X, a Y, a gente junta as duas e vai aprendendo com o tempo, tudo é pela experiência mesmo, de dirigir com o aplicativo. (informação verbal) (entrevista realizada em 10/01/2024 pelo autor)

Já no que tange aos gastos no cotidiano de trabalho, existem também estratégias que os motoristas adotam. C.C., por exemplo, evita gastos com alimentação na rua, alegando: “(...) a comida, eu não compro nada na rua. Eu sempre levo meu café da manhã, meu lanche da manhã, e pelo menos 1 litro de água”. Já M.R. usa uma estratégia diferente: “ e questão de comer, eu procuro restaurantes mais em conta, aí na hora do almoço eu paro, 1 horinha, uma hora e meia, me alimento, descanso, e depois a gente volta pra batalha”.

5. CONSIDERAÇÕES E REFLEXÕES

Conforme procurou-se analisar, o atual período técnico-científico-informacional do capitalismo trouxe às relações socioespaciais um novo agente, compondo uma nova categoria dentro do que Roberto Lobato Corrêa (2018) chama de grupos sociais excluídos: o motorista de aplicativo. Trata-se de uma forma de trabalho extremamente precarizada, visto não haver direitos trabalhistas, tampouco vínculo empregatício. Além disso, os próprios motoristas arcam com todos os custos da operação. Também foi observado que há uma grande heterogeneidade de pessoas atuando como motoristas por aplicativos: pessoas com e sem formação superior, técnicos, jovens ingressando no mercado de trabalho, além de influenciadores digitais.

Analizamos em seguida algumas práticas espaciais utilizadas pelos motoristas por aplicativo, como uma forma de fuga ao controle algorítmico centralizado praticado por essas plataformas. Essas práticas têm sido renovadas e reinventadas à medida que o algoritmo dos aplicativos evolui, em busca de segurança e melhores resultados.

Logo depois, apresentamos alguns resultados, com reflexões, acerca de uma pesquisa realizada com alguns motoristas de aplicativos residentes e atuantes nos municípios de Niterói e São Gonçalo, em busca de um panorama inicial que refletisse aquilo que havíamos encontrado na revisão bibliográfica, principalmente sobre as condições de trabalho, reclamações, preferências e estratégias socioespaciais que lhes proporcionem uma relativa sensação de segurança, bem como melhores resultados em termos de rendimentos. A pesquisa demonstrou que, conforme o pesquisador Fábio Tozi já havia analisado, a precariedade como condição estruturante dos motoristas de transporte por aplicativo só tem aumentado, à medida em que as plataformas multinacionais proprietárias desses aplicativos se consolidam nos espaços urbanos brasileiros. Isso tem feito com que, cada vez mais, práticas socioespaciais diversas venham sendo implementadas por esses e essas motoristas para a continuidade de seu trabalho e a busca pela sua subsistência.

Existem muitas outras questões que podem ser melhor investigadas em posteriores reflexões, como por exemplo, a emergência de associações de motoristas e similares, visto que algumas dessas têm ultrapassado a escala local, estando presentes inclusive nas negociações estabelecidas em 2023 pelo Governo Federal, objetivando uma regulamentação dos aplicativos de transporte (ainda em curso e sem resultados conclusivos até o término da elaboração deste

artigo). Somado a isso, acreditamos ser possível desvendar, com maior riqueza de detalhes, outras práticas socioespaciais realizadas por esse grupo de trabalhadores em seu cotidiano de trabalho. A espacialidade contida nessas práticas, bem como a complexificação da escalaridade das ações desses agentes produtores do espaço urbano merecem também uma reflexão mais profunda.

Concluindo, apesar de todas as dificuldades impostas aos motoristas de aplicativo, estes têm resistido e subsistido no espaço urbano, com estratégias diversas, se utilizando de redes solidárias e exercendo um conhecimento do território em que atuam, tentando escolher as regiões que julgam ser mais propícias à realização de seu trabalho. Além disso, a existência dessas redes de motoristas – que dependem diretamente das condições espaciais de realização das atividades desses motoristas - tem possibilitado, ainda que de uma forma preliminar, a organização de articulações desses em busca de atenção às reivindicações por condições mais justas de trabalho e segurança, objetivando também uma melhor qualidade de vida para esses motoristas.

5. REFERÊNCIAS

BAHIANA, L. Agentes modeladores e uso do solo urbano. Anais da Associação dos Geógrafos Brasileiros, Rio de Janeiro, n. 18, págs.53-62. 1978.

CORRÊA, Roberto Lobato. Sobre agentes espaciais, escala e produção do espaço: um texto para discussão. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão et. al. A produção do espaço urbano: Agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo. Editora Contexto, págs. 41-51. 2018.

CORRÊA, Roberto Lobato. Interações Espaciais. In: CORRÊA, Roberto Lobato et. al. Explorações Geográficas: Percursos no Fim do Século. Rio de Janeiro. BCD União de Editoras S.A., págs. 279-318.1997.

FRANCO, D. S. e FERRAZ, D. L. S. Uberização do trabalho e acumulação capitalista. Caderno EBAPE.BR. v. 17 Edição Especial. Rio de Janeiro, novembro de 2019. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/cebape/a/9NJd8xMhZD3qJVwqsG4WV3c/?lang=pt>>. Acesso em 22/04/2022.

LEAL, S. et. al. “Parceiros” assimétricos: trabalho e saúde de motoristas por aplicativos no Rio de Janeiro, Brasil. Revista Scielo. Publicado em dezembro de 2021. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/csc/a/54s4B9HLwSqvGMhHRqK3psk/abstract/?lang=pt#>>. Acesso em 01/06/2023.

MACHADO DA SILVA, L. A. Da Informalidade à Empregabilidade (reorganizando a dominação no mundo do trabalho). Caderno CRH. Salvador. Nº 37, págs. 81-109, jul-dez. 2002.

MORAES, Roberto. Commodificação de dados, concentração econômica e controle político como elementos da autofagia do capitalismo de plataforma. ComCIência. Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. Setembro de 2020. Disponível em:

<<https://www.comciencia.br/commoditificacao-de-dados-concentracao-economica-e-controle-politico-como-elementos-da-autofagia-do-capitalismo-de-plataforma/>> Acesso em 27/04/2022.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção. 4ª edição. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SLEE, Tom. Uberização: A nova onda do trabalho precarizado. Traduzido por João Peres. São Paulo. Editora Elefante, 2017.

SOUZA, Marcelo Lopes de. Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio/espacial. 1 ed - Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2013.

TOZI, F. As novas tecnologias da informação como suporte à ação territorial das empresas de transporte por aplicativo no Brasil. In: ZAAR, Miriam; CAPEL, Horacio. (Org.). Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista. Barcelona: Universidad de Barcelona/Geocrítica, maio de 2018.

TOZI, Fábio. O território brasileiro como recurso das plataformas digitais de transporte por aplicativos. XIII ENANPEGE. São Paulo, 2019.

TOZI, F; DUARTE, L. R. e CASTANHEIRA, G. R.. Trabalho precário, espaço precário: As plataformas digitais de transporte e os circuitos da economia urbana no Brasil. Revista Aracne, n.252. Barcelona, março de 2021.