

**XI ENCONTRO INTERNACIONAL DO
CONPEDI CHILE - SANTIAGO**

**DIREITO DO TRABALHO E EFICÁCIA DOS
DIREITOS FUNDAMENTAIS NO MEIO AMBIENTE
DO TRABALHO**

JEANETH NUNES STEFANIAK

MARCOS LEITE GARCIA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito do Trabalho e Eficácia dos direitos fundamentais no Meio Ambiente do Trabalho [Recurso eletrônico on-line]
organização CONPEDI

Coordenadores: Jeaneth Nunes Stefaniak; Marcos Leite Garcia – Florianópolis: CONPEDI, 2022.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-575-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: Direitos Sociais, Constituição e Democracia na América Latina

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Internacionais. 2. Direito do Trabalho. 3. Meio Ambiente do Trabalho. XI Encontro Internacional do CONPEDI Chile - Santiago (2: 2022: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XI ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI CHILE - SANTIAGO

DIREITO DO TRABALHO E EFICÁCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS NO MEIO AMBIENTE DO TRABALHO

Apresentação

O Grupo de Trabalho “Direito do Trabalho e eficácia dos Direitos fundamentais no meio ambiente do trabalho”, por ocasião do XI Congresso Internacional do Conpedi, contou com a apresentação de 10 artigos, no dia 14 de outubro de 2022, nas dependências da Universidad de Santiago de Chile, Campus de Las Condes. A jornada acadêmica contou com reflexões de elevada qualidade, abordando a complexidade do mundo trabalho na contemporaneidade, temas como o trabalho da mulher sob a ótica de tribunais brasileiro, trabalho infantil e formas de enfrentamento, trabalho doméstico remunerado e plataformizado, novos formatos laborais a sociedade da informação, trabalho decente e a chamada escravidão contemporânea, estudo de caso sobre escravidão contemporânea, o direito fundamental ao trabalho da mulher, o papel da Suprema Corte Brasileira para o advento e a consolidação da reforma trabalhista no Brasil, a inconstitucionalidade do contrato intermitente no Brasil e formatos semelhantes no direito comparado e por fim uma reflexão sobre trabalho e mercadoria: realidade e ficção. Enfim, os temas abordados pelos autores, denotam a preocupação da academia com a trajetória do Direito do Trabalho na atualidade, oriundo da crise pela qual passa tão importante direito fundamental social, crise também aprofundada pela pandemia do Covid-19, que agudizou o surgimento de novos formatos de exploração do trabalho, que já eram uma realidade antes do mencionado período como fazendo parte da agenda global neoliberal. A reunião dos acadêmicos especializados em Direito do Trabalho e os debates enriquecedores ali realizados cumpriram o propósito de contribuir com um espaço para divulgação da produção científica, de alta criticidade e com grande relevância acadêmica, assim fornecendo substrato para análise dos rumos dessa importante área da ciência jurídica.

Agradecemos a oportunidade e desejamos a todos uma boa leitura,

Jeaneth Nunes Stefaniak – Universidade Estadual de Ponta Grossa-PR

Marcos Leite Garcia – Universidade do Vale do Itajaí-SC

SERVIÇOS NA SOCIEDADE DE CONSUMO: TRAÇOS MARCANTES DO TRABALHO DOMÉSTICO REMUNERADO PLATAFORMIZADO

SERVICES IN THE CONSUMER SOCIETY: RELEVANT ASPECTS OF PLATFORM PAID DOMESTIC WORK

Pamella Bauer Velasco ¹

Paula Pinhal de Carlos ²

Resumo

O presente trabalho se propõe a responder à seguinte questão: a contratação de trabalho doméstico por meio de plataformas traz algum traço distintivo para a atividade, em relação ao seu modelo tradicional e mais pessoalizado de contratação? O objetivo é o de refletir acerca do trabalho doméstico inserido no contexto de plataformização e em uma sociedade de consumo, constantemente vigiada pelo capitalismo e pautada por relações liquefeitas. A hipótese básica é a de que a intermediação do trabalho doméstico por plataformas torna a atividade mais subjugada em relação ao seu formato tradicional de contratação. A hipótese secundária é de que a atividade não sofre grandes alterações, ainda que os traços mais marcantes de uma sociedade de consumo se espriem sobre a relação de contratação por meio de plataformas. A pesquisa sobre o tema se justifica pela relevância dessa atividade para a análise das ciências sociais em temas como a divisão sexual do trabalho e trabalho doméstico remunerado. Lançar luzes sobre esse fenômeno é importante para evoluirmos na compreensão de aspectos novos sobre a questão do trabalho doméstico remunerado, em especial quando prestado por meio de plataformas. As constatações resultantes dessa pesquisa apontam que os ônus desse modelo recaem sobre a pessoa contratada e não geram impacto negativo na continuidade de demanda por esse trabalho, salientando os traços importantes da sociedade de consumo.

Palavras-chave: Trabalho doméstico, Plataformização, Sociedade de consumo, Trabalho produtivo, Trabalho reprodutivo

Abstract/Resumen/Résumé

The present work proposes to answer the following question: does the hiring of domestic work through platforms bring any distinctive trait to the activity, in relation to its traditional and more personalized model of hiring? The objective is to reflect on domestic work inserted in the context of platformization and in a consumer society, constantly watched by capitalism and guided by liquefied relationships. The basic hypothesis is that the intermediation of

¹ Mestranda em Direito e Sociedade pela Universidade La Salle na linha de pesquisa Sociedade e Fragmentação do Direito, sob orientação da Prof^a. Dra. Paula Pinhal de Carlos. Bolsista CAPES.

² Doutora em Ciências Humanas - UFSC, com período sanduíche no INED, em Paris. Pós-doutorado em Antropologia Social pela Universidade de Toulouse (França). Professora do PPG em Direito da Unilasalle.

domestic work by platforms makes the activity more subjugated in relation to its traditional contracting format. The secondary hypothesis is that the activity does not undergo major changes, even though the most striking features of a consumer society are spread over the contracting relationship through platforms. The research on the subject is justified by the relevance of this activity for the analysis of the social sciences on topics such as the sexual division of labor and paid domestic work. Shedding light on this phenomenon is important for us to evolve our understanding of new aspects of the issue of paid domestic work, especially when provided through platforms. The findings resulting from this research indicate that the burden of this model falls on the person hired and does not generate a negative impact on the continuity of demand for this work, highlighting the important traits of the consumer society.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Housework, Platforming, Consumer society, Productive work, Reproductive work

1 INTRODUÇÃO

Ao pensarmos o modelo de sociedade que pauta seus valores em grande medida pelo consumo, objetos e serviços de variadas naturezas nos vêm à mente. Trabalho doméstico, no entanto, não é um item de desejo carimbado, que ocupe lugar privilegiado no catálogo das experiências cobiçadas. Esse é um tipo de serviço que é contratado especialmente com caráter de suprir necessidades mais básicas, e inclusive, falta de tempo. No entanto, a sua oferta já está presente no universo das atividades humanas intermediadas por plataformas, se transformando em mais um produto que pode ser obtido com alguns poucos toques na tela do celular. Deste modo, nos pontos que seguem, essa breve pesquisa se propõe a responder a uma questão norteadora: a contratação de trabalho doméstico por meio de plataformas traz algum traço distintivo para a atividade, em relação ao seu modelo tradicional e mais personalizado de contratação?

Objetiva-se, assim, pensar a temática do trabalho doméstico inserido no contexto de plataformização e em uma sociedade de consumo, constantemente vigiada pelo capitalismo e pautada por relações liquefeitas. De forma específica, as reflexões aqui propostas se dirigem a pensar como a inserção desse trabalho nos meios plataformizados altera a dinâmica do trabalho doméstico remunerado em seus moldes tradicionais. Dada a relevância dessa atividade para a análise das ciências sociais em temas como a divisão sexual do trabalho e o trabalho doméstico remunerado, lançar luzes sobre esse fenômeno é importante para evoluirmos na compreensão de aspectos novos sobre a questão.

A hipótese levantada inicialmente para responder ao problema em análise indica que a intermediação do trabalho doméstico por plataformas torna mais subjugada essa atividade em relação ao seu formato tradicional de contratação, pois revestida de dificuldades no acesso às informações pelas prestadoras dos serviços sobre as condições de trabalho. De forma secundária, a hipótese trabalhada é de que a atividade não sofre grandes alterações, ainda que os traços mais marcantes de uma sociedade de consumo (individualidade, imediatidade e efemeridade) se espriem sobre a relação de contratação do trabalho doméstico por meio de plataformas.

Faz-se um esclarecimento inicial de que para fins deste trabalho, o termo “plataformas” é empregado em sentido de sinônimo a “aplicativos”, embora saibamos que na literatura especializada o termo plataformas abranja outros tipos de recursos tecnológicos também. Destacamos ainda que o aplicativo abordado neste estudo foi escolhido por ser aquele que

passou a ser apresentado por meio de anúncios constantes para esta pesquisadora e, ao verificar seu conteúdo, constatado que foi desenvolvido no estado do Rio Grande do Sul, sendo interessando analisar o seu contexto de atuação por guardar maior relação de proximidade com a realidade local do que outros aplicativos do mesmo segmento que desenvolvem suas atividades em outras localidades do país.

O desenvolvimento do tema se dá através de um capítulo que expõe a temática proposta, esclarecendo em sua abertura relações entre o trabalho doméstico plataformizado e o capitalismo de vigilância, tendo ainda dois subitens que prosseguem na abordagem de outros traços. No primeiro subitem são feitas breves exposições e referidas as características da sociedade moderna e liquefeita, abordando seus traços mais destacados. O segundo subitem aborda a inserção dos traços de uma modernidade despida de solidez em suas bases dentro de um contexto de sociedade de consumo, como fator de modificação de aspectos na contratação tradicional de trabalho doméstico e em que polo dessa contratação os impactos se apresentam.

2 METODOLOGIA

Para fins de pensar o tema aqui proposto, o presente texto se constitui com base em pesquisa bibliográfica. Conforme leciona Gil (2019), este método de pesquisa é composto por nove etapas, a saber: (a) escolha do tema; (b) levantamento bibliográfico preliminar; (c) formulação do problema; (d) elaboração do plano provisório de assunto; (e) busca das fontes; (f) leitura do material; (g) fichamento; (h) organização lógica do assunto e, (i) redação do texto.

A seleção das obras em análise parte da listagem de conceitos fundamentais para a compreensão de uma sociedade de consumo, bem como dos principais expoentes do tema. Para além disso, foram utilizados como fontes de pesquisa estudos realizados já com olhar lançado sobre o contexto de plataformização do trabalho humano e que se debruçam sobre as inconsistências desse modelo de serviços.

Esse estudo detém caráter qualitativo, pois não objetiva neste momento entender fenômenos de forma quantitativa, permitindo tal método que os critérios fossem estabelecidos de forma mais flexível para atender os objetivos da análise proposta. Porém, não se olvida do percurso metodológico adequado, que permite que a investigação bibliográfica seja dotada de caráter científico, não havendo interesse prévio em comprovar uma hipótese definida, mas sim

de analisar um fenômeno para então apresentar uma possibilidade de resposta à questão norteadora (LÜDKE; ANDRÉ, 2017).

O método empregado para o presente estudo é o dedutivo, pois analisa um cenário geral de sociedade de consumo e atividades humanas por meio de plataformas para então ir em direção a um caso específico, que envolve o aplicativo previamente selecionado e particularmente o serviço doméstico. Temos, assim, um percurso que para de uma situação geral a uma situação particular (PRODANOV; DE FREITAS, 2013).

3 PARA TODO INTERESSE, UM SERVIÇO OU PRODUTO ANUNCIADO: COMO?

Inquietações baseadas na observação da dinâmica do trabalho doméstico há muito permeiam questionamentos, revoltas e reflexões na mente desta pesquisadora. Um dia, porém, sem qualquer explicação aparente, lá estava esse alvo de observações na forma de anúncios em todo site visitado ou na forma de *post* patrocinado em cada *feed* de rede social aberto. Por todos os lados pipocavam as propagandas de um aplicativo que permitia a contratação de diaristas, chamado “Donamaid”.¹ Assim que esse fenômeno se tornou um padrão, a indagação mental que surgiu foi: de que forma a lógica de “penso, logo existo” se transformou em “penso, logo vejo anúncios”? Descartes poderia ficar muito descontente com esse trocadilho,² mas ele cumpre um propósito dentro dessas breves linhas que se seguirão.

Em sua obra, Gilles Lipovetsky (2007) cuida de delinear as diferentes eras do capitalismo e como cada uma delas trouxe consigo transformações dos modos de consumo. Dentro da explanação sobre as fases que se sucederam, um dos traços marcantes apontados pelo autor é como o marketing deixou de ser pulverizado de forma massificada pelas empresas para se tornar direcionado a um determinado grupo, segmentado por questões socioculturais e outros fatores objetivos, como a idade, por exemplo, e que lhes tornava um público alvo interessante para dado produto ou serviço que se pretendia comercializar. O refinamento das técnicas de marketing, como forma de impulsionar o consumo, acompanhou o desenvolvimento de

¹ Em sua página na *PlayStore* o aplicativo é descrito como “Plataforma online para agendamento de limpezas com profissionais autônomos. A Donamaid é uma plataforma que conecta profissionais autônomos de limpeza com quem deseja ter a casa, o escritório ou empresa limpos e organizados. De forma rápida e segura, você encontra profissionais qualificados e disponíveis na sua cidade. [...]”.

² A frase em questão, popularmente traduzida como “penso, logo existo” foi escrita originalmente por René Descartes em francês, “*Je pense, donc je suis*” na obra *Discurso do Método*, de 1637. Também é conhecida e citada em latim, “*Cogito, ergo sum*”, e comporta traduções mais precisas, mas aqui foi empregada num sentido muito mais lúdico, sem carga de precisão filosófica, razão pela qual a opção foi por sua tradução mais popular.

aspectos marcantes da sociedade atual, mas não encerra a totalidade das evoluções e lapidações que podemos apontar.

Numa era onde tudo é – e se não é, ao menos pode se tornar – digital, é numa dimensão tecnológica que o capitalismo e o consumo encontraram terreno fértil para propagar seus objetivos. Relacionamentos amorosos, transações bancárias, compras, *delivery* de todo tipo, educação, cuidados pessoais, basicamente tudo pode ser encontrado *online* (DOS SANTOS, 2022), e, exatamente por isso, toda sorte de produto, serviço ou experiência pode ser buscada no mundo virtual. Essa busca é, na maioria das vezes, rápida e simples. Alguns cliques ou toques na tela do celular bastam para que tenhamos algo que desejamos.

De outro lado, a faceta invisível (ao menos para nós, simples peças dentro da sociedade de consumo) dessa prática é a constante alimentação de bases de dados que propiciam o desenvolvimento de mecanismos refinados de predição de comportamentos que permitem às gigantes do ramo da tecnologia lucrarem muito, mesmo sem nos venderem propriamente um produto ou um serviço. Elas lucram, mais precisamente, com aquilo que o jornalista John Noughton, ao entrevistar Shoshana Zuboff, chamou de “exploração de previsões comportamentais secretamente derivadas da vigilância dos usuários” (NAUGHTON, 2019) (tradução nossa)³. Ou seja, cada vez que compramos ou contratamos algo por intermédio dessas plataformas digitais, uma série de dados pessoais e financeiros são adicionados ao mundo virtual, se transformando em informações a nosso respeito que podem ser analisadas de variadas formas por empresas com expertise nesse assunto.

Nessa mesma linha, imprescindível trazermos ao debate o conceito trabalhado por Shoshana Zuboff, denominado “capitalismo de vigilância”. Não se trata meramente de utilizar históricos de pesquisas para ofertar produtos e serviços num presente estanque, mas de antecipar o que determinada pessoa provavelmente fará nesse instante, no momento seguinte e também num futuro próximo. São formas extremamente elaboradas de apreender nossas emoções e personalidades com base em dados que, a princípio, seriam considerados “superávit comportamental”, pois não aproveitados imediatamente. Contudo, devidamente compilados e trabalhados, servem de suporte para valiosas previsões de tendências comportamentais que permitem ofertas certeiras de uma gama vasta de serviços, experiências e objetos de consumo (ZUBOFF, 2021). Em última análise, as previsões comportamentais derivadas do capitalismo

³ Texto original utilizado pelo autor “*the exploitation of behavioural predictions covertly derived from the surveillance of users*”.

de vigilância não se traduzem em mero aparato de tecnologia, mas em ferramentas de comunicação e informação que permitem a circulação do capital (GROHMANN, 2020a).

Retomemos aqui o questionamento que abre nossa reflexão, agora enxergando a passagem de “penso, logo existo” para o “penso, logo vejo anúncios” sob as lentes do capitalismo de vigilância. A doutrina sobre o tema nos revela que não existe um salto direto entre o momento em que mentalizamos algo e o surgimento de anúncios ou outras formas de demonstração de que o mundo exterior conhece nossos anseios. Há, na verdade, uma série de etapas intermediárias entre esses extremos e que se cumprem por meio de coletas de dados de variadas fontes (transações econômicas mediadas por computadores, bancos de dados governamentais e privados, câmeras de segurança, dispositivos de captação de áudio e vídeo contidos em *smartphones*, entre outros), como esclarece Zuboff (2018), etapa que podemos aqui denominar de “existo, logo distribuo informações de consumo no mundo digital”.

Ainda que de forma involuntária, a vida situada no século XXI exige presença no mundo digital, nos bancos de dados.⁴ Na prática, a nossa existência traz um significado de pulverização de subjetividades em dados que podem ser captados, objetificados e orientados para a mercantilização, ainda que desprovidos de sentidos individuais (ZUBOFF, 2018). Não somente os dados que fornecemos involuntariamente, mas também tudo aquilo que intencionalmente desejamos expor, se converte em ativos para o mercado do capitalismo de vigilância. Bauman (2008), sinalizou em sua obra que nesse processo nos transformamos também em mercadorias, pois desejamos obter uma autopromoção por meio do consumo e fazemos isso através, justamente, da exposição de aspectos íntimos, fotografias, informações sobre lugares frequentados, objetos comprados. Esse volume insano de informações captadas constitui mais um passo entre a linha de partida e a de chegada de nossa indagação, etapa que podemos chamar de “distribuo informações de consumo no mundo digital, logo sou mercadoria também”.

Tão logo todo o conhecimento que foi obtido a nosso respeito (mediante extração dos mais diversos lugares e bancos de informações) é devidamente subtraído, é iniciada uma análise acerca do conteúdo desses dados. A dita análise é um estágio necessário para transformação de resultados objetivos em previsões subjetivas, gerando assim ativos de vigilância e também um capital de vigilância (ZUBOFF, 2018). Aqui se percebe com clareza que a organização,

⁴ Nesse sentido, serviços básicos e destinados em grande maioria às camadas mais populares, como requerimento de benefícios previdenciários, inscrições em programas de distribuição de renda do Governo Federal e até mesmo requerimento do Auxílio Emergencial instituído durante a pandemia de Covid-19 exigem cadastros em plataformas online e aplicativos da Caixa Econômica Federal, informações essas amplamente veiculadas nos sites da Previdência Social e Ministério da Cidadania.

tratamento e filtragem dos dados é o que torna o conteúdo obtido pelas gigantes do ramo de tecnologia um ativo valioso e capaz de trazer resultados para outras empresas que desejam ofertar com precisão seus produtos e serviços (DOS SANTOS, 2022). Nesse momento, vislumbramos mais uma etapa para o caminho até a resposta de nossa questão, a qual podemos denominar “sou mercadoria também, logo meus desejos e pensamentos são alvo de cobiça do capitalismo de vigilância”.

Assim, caminhamos de um momento marcado inicialmente por “penso, logo existo” para um segundo plano marcado por “existo, logo distribuo informações de consumo no mundo digital”, ao qual se segue a lógica de “distribuo informações de consumo no mundo digital, logo sou mercadoria também”, que passa a “sou mercadoria também, logo meus desejos e pensamentos são alvo de cobiça do capitalismo de vigilância”, que deságua finalmente em “penso, logo vejo anúncios”. Dito de outra forma, ainda que não sejam realizadas pesquisas literais em sites de busca sobre um produto ou serviço, o conceito de capitalismo de vigilância nos permite ver de forma clara que diversos comportamentos e informações veiculadas a nosso respeito propiciam que nossas tendências e desejos sejam antevistas por diversas empresas (ZUBOFF, 2021).

Desse modo é que toda a curiosidade desta pesquisadora que gravita sobre o tema do trabalho doméstico, em especial o remunerado, e que até então parecia ser algo muito bem guardado no ambiente privado mental, culminou com uma explosão de anúncios a respeito do aplicativo chamado “Donamaid”⁵ em todos os sites e redes sociais acessados. Assumindo um comportamento de boa engrenagem fornecedora de informações ao capitalismo de vigilância e movida pela curiosidade, os anúncios surtiram o efeito esperado: aplicativo baixado e instalado com sucesso.

3.1 A modernidade do consumo: liquefação e opacidade na contratação de serviços

Dentro de sua constante evolução e aprimoramento, como visto linhas atrás, o capitalismo de vigilância logrou êxito em tornar suas ofertas cada vez mais eficientes e personalizadas. Mas não podemos deixar de pontuar outra forma perspicaz de atuação do capitalismo numa perspectiva de sociedade voltada ao consumo, trazendo impactos diretos na forma como consumimos, que é aquela resultante da criação de necessidades para que ele

⁵ Informações detalhadas sobre a forma de contratação e pagamento sobre dos serviços de limpeza são veiculadas também no site <<https://www.donamaid.com/>>.

próprio possa satisfazê-las. A abundância de ofertas, que dá à existência da sociedade pautada no consumo a possibilidade de “conceber o mundo como um depósito abarrotado de mercadorias” (BAUMAN, 2001, p. 97) criando a sensação de pseudoliberalidade de escolha a todo momento, carrega consigo ainda uma dimensão de tensionamento social: a redistribuição das liberdades, que não é uniforme entre grupos ricos e pobres (BAUMAN, 2001).

E não se cogita que haja alguma pretensão de equalização dessa distribuição díspar das liberdades, pelo menos sob o viés do capitalismo. Esse acesso às infinitas possibilidades que pairam na sociedade baseada em consumo é impregnado pela distinção entre pessoas que possuem mais recursos para adquirir mercadorias e aquelas que possuem menos, pois referido desequilíbrio também é um pilar de sustentação do contexto ideológico e financeiro desse modelo social (GROHMANN, 2020b). As diferenças de acesso entre grupos distintos funciona como um regulador orgânico entre a criação de necessidades constantes para o grupo detentor de mais recursos, que por via de consequência irá concretizar a satisfação destas, em contrapartida ao grupo que irá ser espectador desse processo, por não ter condições de satisfazer os seus próprios desejos – continuando, porém, a alimentá-los (PALETTA, 2022).

Esse “estresse” do tecido social é potencializado ainda pelo reinado do consumismo, que, como abordado por Bauman (2008), difere do consumo, sendo este último caracterizado como um processo de utilização dos objetos numa dimensão voltada ao suprimento de necessidades entendidas como mais básicas. De outro lado, a noção de consumismo está associada a um uso intenso e rápido dos objetos de consumo, gerando a sua contínua e urgente substituição por novas mercadorias que possam satisfazer desejos imediatos, ou mesmo criando novos desejos, elevados ao patamar subjetivo de “necessidades”, que demandam a busca por outros objetos e mercadorias (BAUMAN, 2008). Justamente nesse contexto pautado por necessidades urgentes de satisfação, constantemente renovadas, aliadas a uma desigual possibilidade de aquisição, descarte do objeto obsoleto e nova aquisição é que a comodidade de se ter na palma da mão a opção de contratar algum serviço via plataforma, de modo rápido, fácil e impessoal emerge como uma solução quase mágica.

A agregação entre o *modus operandi* do consumismo e o poder econômico dos indivíduos resulta em uma das dimensões da caracterização da sociedade moderna: a liquidez, que serve de metáfora para compreensão da efemeridade dos vínculos, da desterritorialidade dos centros de poder e da maior amplitude da (em tese) liberdade social (FRAGOSO, 2011). Não adotando a linha da liquidez da modernidade, mas revelando a relação paradoxal entre consumo e felicidade, Lipovestky (2007), representa através do modelo paradigmático “Pênia”

uma das observações de relação entre aumento do consumo na mesma velocidade em que aumenta a desolação do indivíduo. Ou seja, o consumo não induz, necessariamente, o sentimento de felicidade, fazendo com que reiteradas vezes o consumo seja novamente buscado, como forma de tentativa de atingimento dessa plenitude individual que nunca chega, gerando um ciclo sem fim.

Não esqueçamos que, como desvelado por Shosana Zuboff (2021), o capitalismo de vigilância também desempenha um papel relevante dentro dessa dinâmica de uma modernidade liquefeita: poupa até mesmo o tempo de busca por algum fornecedor daquilo que se deseja ter ou contratar, de modo que os anúncios constantes contribuem para o reforço da lógica do consumismo (quicá, antecipando um desejo que nem mesmo o consumidor havia identificado ainda).

Uma modernidade que derreteu suas bases originalmente sólidas, dando lugar a uma construção muito mais flexível e maleável da realidade social apresenta alta carga de desregulamentação política, social e econômica, expressa por um esvaziamento de sentido dos espaços públicos em decorrência de expansão livre dos mercados mundiais (FRAGOSO, 2011). Essa atmosfera traz impactos concretamente aferíveis, decorrentes da perda de força do Estado para regular e intervir, por exemplo, em relações de trabalho e em relações econômicas, decorrentes da expansão da ideia de “empreendedor de si mesmo” que vem acoplada a essa onda de ampliação do consumismo como um norte das atividades desenvolvidas em plataformas (COSTA, 2020).

Então, na avidez de satisfação das necessidades induzidas pelo consumismo em uma conjuntura de modernidade líquida, não causa espanto que as relações humanas, já diluídas, mesmo nos seus aspectos mais íntimos, estejam desconectadas de sentimentos como empatia e preocupação genuína com o outro, antes pelo contrário, prevalece o individualismo (BITTENCOURT, 2018). Mas no que concerne à satisfação do desejo de contratação rápida, simples, renovável e sem personalidade dos serviços que as diversas plataformas nos fornecem hoje, a liquidez das relações do “consumir” ficam destacadas (GROHMANN, 2020b). Aqui, mais do que líquidas, podemos afirmar que essas contratações são também opacas, no sentido de que não são transparentes. Isso porque, a princípio, a metáfora dos fluídos pode gerar um imaginário de líquido cristalino, o que não é necessariamente uma verdade quando falamos dos serviços plataformizados, como se verá adiante.

3.2 Sociedade de consumo: tudo e todos em plataformas

Já sabemos que nossos interesses são passíveis de captura, via capitalismo de vigilância. Igualmente, compreendemos que nossas relações se tornaram dissolvidas e instáveis, o que combinado ao consumismo que paira dominante cria o cenário ideal para proliferação de plataformas que oferecem serviços de variados tipos – transporte, beleza, *delivery*, autocuidado, *matches* com pessoas que demonstram mesmos interesses, entre outros.

Contudo, chama a atenção o fato de que mesmo aquelas atividades que não são tipicamente protagonistas dos desejos de consumo no cenário atual também ganharam um aplicativo para chamar de seu. Seguindo uma linha marxista, de forma geral, as ciências sociais subdividem as atividades profissionais em produtivas, quando a ação humana produz bens e serviços que importam em agregação de valor, a chamada “mais valia” (ALVES, 2013), ou reprodutivas, quando realizadas na esfera privada, gerando apenas valores de uso (e não de troca), onde tipicamente o trabalho doméstico está alocado (DUARTE, 2018), em que pese no contexto específico do caso em análise, por haver uma intermediária que tem como atividade lucrativa esse tipo de serviço, há que relativizar essa categorização predominante, pois há uma geração de lucro direta com a atividade, ainda que a um terceiro. Mesmo sendo posto na condição de uma atividade produtiva – classificação com a qual não manifestamos concordância – o trabalho doméstico penetrou as entranhas da sociedade baseada no consumo e por meio de uma das formas mais simbólicas da expressão de seus anseios por urgência, impessoalidade e imediatidade: os serviços plataformizados (ROSENFELD; ALMEIDA, 2021).

Assim é que, mesmo não sendo um alvo de desejo explícito no universo de signos que dão sentido aos objetos consumidos dentro de uma sociedade de consumo, tal como delineada por Baudrillard (1995), o trabalho doméstico está também no universo dos serviços que se pode contratar via aplicativos. Isso é sintoma de que embora ele não carregue consigo necessariamente um significado de diferenciação ou prestígio (porque contratado para ser realizado num ambiente privado, que não está em franca exposição para a coletividade onde o contratante se insere), é uma forma de consumir serviços que diz com um sistema de padrões e com uma estrutura social que promove uma integração de grupo “como expressão da ordem social de valores e de hierarquias próprios da esfera cultural” (SANTOS, 2011, p.130).

Além disso, exportar para o universo *online* uma contratação que tradicionalmente se baseia em alguma medida de confiança (no sentido de que em regra a contratação da “faxina”

decorre de indicação ou aferição de referências da profissional) realiza uma das promessas mais cintilantes da sociedade de consumo, conjugada aos moldes da liquidez das relações modernas: o distanciamento em relação ao contratado, exacerbando a atenção sobre o que se consome (qualidade e agilidade do trabalho, que implicará *reviews* positivos) em detrimento da humanização de quem presta o serviço (BARBOSA, 2004).

Nesse ponto, uma reflexão relevante. A alteração do modo tradicional de contratação de serviços de diaristas, que não se iguala a uma relação de emprego típica como a prevista no artigo 1º da Lei Complementar 150/2015, embora seja uma modalidade de trabalho, tem contornos muito mais marcados pelo contrato verbal: um serviço definido, com formas de execução estabelecidas e uma contrapartida ajustada. Isso, no modelo tradicional e pessoalizado de contratação, costuma ser claro para ambas as partes.

Ainda, o fato de a intermediação da contratação de serviços domésticos ocorrer por meio de plataformas, não é fator que inove em termos de informalidade desse tipo de atividade. Os dados obtidos pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE, que analisa as informações coletadas entre o 4º trimestre de 2019 e o 4º trimestre de 2021, revela que 76% das pessoas ocupadas em trabalho doméstico como atividade profissional não possuem formalização do registro em carteira de trabalho (DIEESE, 2022). Logo, em que pese o objetivo deste estudo não seja analisar aspectos intrínsecos a possibilidade de estabelecimento de uma relação de emprego com o intermediário dos serviços ou com o contratante, ou mesmo os impactos desse fenômeno na informalidade da categoria, importante sublinhar esse aspecto antecedente ao fenômeno de expansão dos aplicativos para intermediação de contratação de serviços domésticos.

A inserção da intermediação de um contrato simples, em seu modelo tradicional e verbal, por uma plataforma retira esse elemento de simplicidade e clareza, torna opaca a contraprestação. Isso porque quem contrata esse serviço sabe exatamente como e quanto pagará, basta uma simulação no aplicativo “Donamaid”, selecionando a cidade, modalidade de limpeza, quantidade de cômodos da casa e sabemos que por três horas de trabalho será pago o montante de R\$ 116,00.⁶

De outro lado, impossível verificar dentro da plataforma ou site do aplicativo quanto desse valor será retido pela intermediária. A página do aplicativo refere de forma expressa

⁶ Simulação realizada na data de 30.07.2022, considerando cidade de Porto Alegre, modalidade de limpeza residencial convencional (não pesada), para uma residência com dois dormitórios e um banheiro.

“limpeza por hora com profissionais verificados e que levam os produtos de limpeza”, denotando que alguém, que não é o contratante, arcará com custos do material de trabalho (DONAMAID, 2022a). Na aba “Quero ser diarista” consta de forma sucinta a informação “Ganhe dinheiro por hora trabalhada realizando limpezas de 1 a 8 horas de duração. No valor está incluso auxílio com os seus custos de transporte e produtos de limpeza” (DONAMAID, 2022b). Na mesma aba, no tópico dedicado a perguntas e respostas, não se localiza nenhuma informação sobre percentual do valor pago pelo cliente que é repassado à profissional.

Essa não é uma exclusividade desse aplicativo e nem desse tipo de serviço. Estudos dedicados a explorar o fenômeno da plataformação do trabalho demonstram que essa falta de transparência sobre o valor final que é recebido por quem presta o serviço através dessa intermediação é praticamente uma regra. Uma das características primordiais do contrato, estabelecer quanto se paga, pelo que se paga em contrapartida ao que se faz e quanto se recebe, se tornou nebulosa (ABÍLIO, 2021).

Entretanto, diferentemente de outras tantas formas de serviços que podem ser contratadas via plataforma, como transportes, entregas ou serviços de beleza, por exemplo, o trabalho doméstico já nasce com contornos de subalternidade. Ele é revestido por uma compreensão discriminatória, como categoria de trabalho feminino desvalorizado, com raízes nos modelos coloniais de produção escravagista e que não foram descoladas da trabalhadora doméstica até os dias atuais (MACIEL; GHIZONI, 2021). É de se notar que a ótica de análise dos fatos discutidos neste estudo parte de uma atualidade, balizada por uma sociedade de consumo sob as lentes de um capitalismo de vigilância. Contudo, as mazelas que se ligam ao trabalho doméstico feminino enquanto atividade profissional advém de modelos de produção coloniais (escravocratas), e passam pela transição do modelo industrial, quando foi privilegiada a contratação de mão de obra imigrante (europeia ou asiática) para a execução do trabalho fabril, ao passo que o espaço de trabalho para a população descendente de escravos continuou relegado às atividades ditas “marginais”, e dentre elas, para as mulheres, se sobressaía a possibilidade – quase única – do trabalho doméstico (LUNA, 2017).

Muito tempo transcorreu desde o Brasil Colônia e os modos de produção evoluíram, e junto com ele, o trabalho doméstico se conserva com poucas transformações. Entretanto, observado o movimento massivo de plataformação do trabalho humano, até mesmo essa atividade se moldou para ingressar no universo digitalizado de contratações, mediante algumas perdas para quem o executa. Esse parece ser um preço a se pagar pela inserção na sociedade de consumo que Baudrillard já antevia. É que o autor identificou que numa sociedade de consumo

não se verifica um equilíbrio entre grupos, há uma medida de crescimento do consumo às custas da miséria de alguns tantos integrantes desse sistema, de modo que a abundância não é um significado imediato resultante do crescimento do consumo (BAUDRILLARD, 1995). Analisando a situação que temos em lupa, a inserção do trabalho doméstico no universo de plataformação do trabalho é, sem dúvidas, expressão do crescimento do consumo nos moldes de uma sociedade de consumo, pautada pela liquidez, refém de um capitalismo de vigilância que prediz seus desejos. O preço disso, no entanto, não parece ser pago por quem consome dentro dessa lógica. Paga o preço da entrada do trabalho doméstico nas plataformas quem trabalha nessa engrenagem, que perde na clareza, na simplicidade, na humanização e se torna elemento de geração de mais valia para as grandes empresas do ramo da tecnologia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou apontar alguns traços que se destacam na observação do trabalho doméstico remunerado no âmbito das plataformas de serviços, voltando o olhar em específico para alguns elementos do aplicativo “Donamaid”. A possibilidade de contratação de uma grande variedade de serviços por meio de plataformas é também um elemento importante dessa reflexão e que já está inserido nos hábitos de consumo de grande parte da sociedade no cenário atual. Há, como apontado, uma problemática concernente ao trabalho plataformizado e que não é específico de uma ou outra atividade. É um ponto nevrálgico da questão do trabalho humano intermediado por plataformas e que, em certa medida, pode estar associado às características da sociedade de consumo.

Entretanto, como sublinhado ao longo do texto, o trabalho doméstico tem um componente diferencial em relação a outros serviços encontrados em plataformas. Se trata de uma atividade que por si só já é permeada por um ideário de trabalho feminino sem valor e subalterno. Isso pode ser uma das razões pela qual quem fornece esse tipo de opção de contratação demonstra preocupação em explicitar as informações tidas por essenciais para quem contrata, mas não se dá ao trabalho de permitir a saber, de modo claro, a quem o presta o serviço mesmo conteúdo informativo. Essa diferença no acesso às informações denota ser dispensável, no entender das plataformas, dar explicações mínimas à trabalhadora doméstica, de modo que essa possa mensurar com a mesma facilidade do contratante se o ingresso na plataforma lhe parece atrativo ou vantajoso.

Outro aspecto que mereceu destaque e que se enlaça com a questão central em debate é aquele relacionado a uma vigilância dos comportamentos e dados gerados pelos usuários nas

redes. Isso não só traz a dimensão do capitalismo de vigilância, que serve de estímulo de consumo, mas também como forma de identificar as demandas dos consumidores, assumindo potencial de motivar a inserção de determinados produtos ou serviços no mundo das plataformas. Nesse sentido, reiteramos que não se trata de capturar buscas literais sobre dado assunto ou objeto, informações coletadas periféricamente municiam grandes empresas de tecnologia para que estas façam previsões sobre tendências de desejo, tal como consubstanciado nos anúncios reiterados sobre um aplicativo para contratação de limpezas no momento em que esforços acadêmicos deram conta de gerar um rastro digital sobre o interesse no tema.

Uma vez constatado que o capitalismo de vigilância cooptou os interesses dos usuários sobre serviço doméstico e que este já pode ser encontrado em aplicativos de *smartphones*, foi possível observar como os traços uma modernidade liquefeita conformam o cenário adequado para ver prosperar essa nova forma de contratação. A redução dos interesses nos vínculos, a dinamicidade e velocidade exigidas, aliadas a um padrão já assumido de busca por todo tipo de serviço humano *online* podem explicar, em boa medida, a permanência desse tipo de oferta via plataformas. Porém, mais do que contornos líquidos, essa intermediação dos serviços domésticos, popularmente denominados “faxinas” pelas plataformas, conferiu uma opacidade a um contrato que na sua essência sempre foi razoavelmente simples e cristalino.

Essa opacidade, contudo, se apresenta numa perspectiva unilateral. Ou seja, os anseios de uma sociedade de consumo não são afetados, pois esse líquido turvo que serve de metáfora para representar as características das relações modernas de consumo, respinga em quem presta serviços por meio dessas plataformas, e não naquele que os contrata. Na análise específica do aplicativo “Donamaid” verificamos que o contratante sabe o que contrata e a qual custo, mas quem trabalha não tem acesso fácil a quanto receberá por isso, visto que a plataforma não deixa claro quanto do valor do serviço é cobrado a título de taxa pela intermediação e nem mesmo esclarece quem custeia o material de trabalho, fazendo questão apenas de destacar que não é cobrado do contratante.

A facilidade que os modelos de consumo atuais demandam não se alinha à essa omissão proposital de informações relevantes. Se, na posição de contratante, não possuímos uma informação simples e rápida sobre o que desejamos há uma tendência de não contratação. Porém, como já destacado, como a opacidade está adstrita ao lado do prestador de serviço, essa falta de transparência não causa abalo ao padrão de consumo de serviços platformizados, demonstrando que essa indiferença sobre a problemática colocada não abala a constatação de que a expansão do consumo pressupõe a imposição dos interesses de um grupo sobre outro,

mais vulnerável. Ficam expostos, assim, os traços de individualidade, efemeridade e urgência na satisfação de suas demandas que a sociedade de consumo carrega.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila Costhek; AMORIM, Henrique; GROHMANN, Rafael. Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias**, v. 23, p. 26-56, 2021.

ALVES, Ana Elizabeth Santos. Divisão sexual do trabalho: a separação da produção do espaço reprodutivo da família. **Trabalho, educação e saúde**, v. 11, p. 271-289, 2013.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 58-59.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BITTENCOURT, Renato Nunes; TAVARES, Frederico. Do ser humano ao “ter humano”: um ensaio sobre a psicossociologia do consumo na perspectiva da Sociedade de Controle e da Modernidade Líquida. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 18, n. 210, p. 125-139, 2018.

BRASIL. Lei Complementar n. 150, de 01 de junho de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp150.htm. Acesso em: 20 abr. 2022.

COSTA, Nathália Drey. Trabalhe Você Mesmo: o trabalho “criativo” na sociedade de plataforma. **Revista Contracampo**, v. 39, n. 2, p. 44-58, 2020.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. **Trabalho Doméstico no Brasil**. DIEESE, 2022. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/infografico/2022/trabalhoDomestico.html>. Acesso em: 26 abr. 2022.

DONAMAID. Donamaid: Você precisa, a Donamaid tem! Página inicial. Disponível em: <https://www.donamaid.com/servicos>. Acesso em: 18 de jul. 2022a.

DONAMAID. Donamaid: Você precisa, a Donamaid tem! Quero ser diarista. Disponível em: <https://www.donamaid.com/seja-diarista-com-a-donamaid>. Acesso em: 31 de jul. 2022b.

DOS SANTOS, Milena Geisa. Digitalização da vida: a plataformização do eu como recurso de autocuidado orientado por diagnóstico algorítmico. **Anais da ReACT-Reunião de Antropologia da Ciência e Tecnologia**, v. 5, n. 5, 2022.

DUARTE, Bárbara Almeida. A divisão sexual do trabalho como fenômeno social: uma crítica feminista ao trabalho doméstico. Dissertação de mestrado. Direito UFMG. Belo Horizonte: UFMG, 2018, p. 57

FRAGOSO, Tiago de Oliveira. Modernidade líquida e liberdade consumidora: o pensamento crítico de Zygmunt Bauman. **Perspectivas Sociais**, n. 1, p. 109-124, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GROHMANN, Rafael et al. A Comunicação na circulação do capital em contexto de plataformização. **Liinc em Revista**, v. 16, n. 1, p. e5145-e5145, 2020a.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 22, n. 1, p. 106-122, 2020b.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. Abordagens qualitativas de pesquisa: a pesquisa etnográfica e o estudo de caso. In: **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: E.P.U, 2017, p. 12-28.

LUNA, Sophia Alencar Araripe. A “Mucama permitida”: A origem escravocrata do emprego doméstico no Brasil. **Seminário Internacional Fazendo Gênero**, v. 11, p. 1-11, 2017.

MACIEL, Thamyris Pinheiro; GHIZONI, Liliam Deisy. Escravas Domésticas! Relatos da Fanpage “Eu, Empregada Doméstica” à luz do conceito contemporâneo de trabalho escravo. **Humanidades & Inovação**, v. 8, n. 46, p. 354-370, 2021.

MARTINS, Heloisa Helena T. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e pesquisa**, v. 30, n. 2, p. 289-300, 2004.

NAUGHTON, John. 'The goal is to automate us': welcome to the age of surveillance capitalism. **The Guardian**, 2019. Disponível em: https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/20/shoshana-zuboff-age-of-surveillance-capitalism-google-facebook?CMP=share_btn_link&fbclid=IwAR2OjTc2gx9HR19EmerWV_99KeVEi9Kfcw-sQJgyH41m1WtaNbui2rIDias. Acesso em: 18 de jul. 2022.

PALETTA, Francisco Carlos; DO LAGO, Jader Jaime Costa. Plataformização e o uso da informação para a criação de estímulos de consumo. **e-Ciencias de la información**, v. 12, n. 1, p. 7-23, 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

ROSENFELD, Cinara Lerrer; ALMEIDA, Jalcione. Plataformização do trabalho. **Sociologias**, v. 23, p. 9-16, 2021.

SANTOS, Tarcyane Cajueiro. A sociedade de consumo, os media e a comunicação nas obras iniciais de Jean Baudrillard. **Galáxia**, n. 21, p. 125-136, 2011.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2021.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: BRUNO, Fernanda. et al. (Org.) **Tecnopolíticas da vigilância: Perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, 2018, p. 17-68.