

GT4

## As plataformas digitais de transporte por aplicativos no Brasil: atritos e tensões entre o território e as corporações

Fábio Tozi<sup>4</sup>  
Gabriel Rocha Castanheira<sup>5</sup>  
Leandro Ribeiro Duarte<sup>6</sup>

**Resumo:** As empresas de transporte por aplicativos chegaram há poucos anos no Brasil, contudo têm trazido mudanças fundamentais nos deslocamentos, impondo-se como um novo modal, e na regulação dos territórios municipais, estaduais e nacional. A pesquisa em curso objetiva debater a informação como um fator produtivo para as corporações globais que lideram a transição digital nos transportes, representadas por Uber (EUA), 99 (CH) e Cabify (ES). As plataformas, entretanto, não são apenas virtuais, pois é no território que realizam sua função concreta, permitindo uma ação eficiente e instantânea, por meio do controle remoto do trabalho dos motoristas-parceiros e seus veículos. Logo, embora se definam como empresas de tecnologia, sua ação concreta ocorre no setor de transportes e depende da organização pretérita dos territórios onde agem. Apoiam-se, assim, nas infraestruturas urbanas, estações de trem, metrô e BRT, localização de moradias, empregos, serviços e comércios. Outra frente da pesquisa busca compreender como a estrutura federativa do Brasil atribui uma adaptação das empresas estrangeiras, tornando-as altamente diversificadas na oferta de serviços (como pagamento em dinheiro nas cidades mais pobres e uma ampla gama de serviços naquelas mais ricas). Igualmente, as respostas judiciais (liminares) e telemáticas (ação regional via plataforma digital extrapolando os limites municipais) aos constrangimentos impostos por normas municipais, que se multiplicam após a regulamentação nacional, em 2018. Finalmente, procura-se analisar a contradição entre o discurso do surgimento de um mercado concorrencial a partir da chegada das plataformas e a criação concreta de monopólios e oligopólios territoriais entre elas, além da imprudência da comparação direta entre corporações globais de transporte e agentes econômicos locais de táxi, sejam estes individuais ou cooperativados.

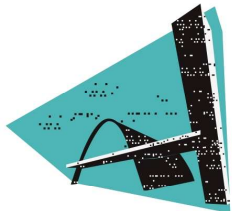
**Palavras-chave:** Território, Informação, Trabalho.

**Introdução:** As empresas de transporte privado de passageiros

<sup>4</sup> Professor Adjunto. Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: fabio.tozi@gmail.com.

<sup>5</sup> Graduando em Geografia. Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) E-mail: gabsrochacast@gmail.com

<sup>6</sup> Graduando em Geografia. Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) E-mail: quarterleandro1@gmail.com



## VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE

A evolução e o pioneirismo da Uber em outros países fizeram com que outras empresas pelo mundo iniciassem suas atividades. No Brasil, a empresa Easy Táxi, em 2011, começou suas operações baseando-se na experiência da Uber nos Estados Unidos, porém exclusivo para táxis. Ela expandiu-se rapidamente para alguns países da América Latina, da África e da Ásia, graças aos aportes financeiros de investidores. Também se apoiando no grande volume de recursos advindo das rodadas de investimento que, em 2017, a versão espanhola do aplicativo de carros particulares, Cabify, comprou a Easy Taxi e anunciou que atuaria naquele ano no Brasil. transporte para deslocamento de funcionários em serviço, ao menos no Brasil.

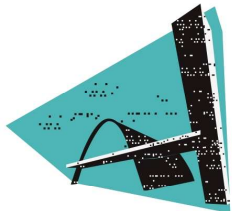
Aproveitando-se de outro megaevento que aconteceu no Rio de Janeiro, os Jogos Olímpicos de 2016, a Cabify instala-se no país. Ao final daquele ano, essa empresa já havia se instalado em quatro capitais, sendo elas São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Em 2019, a Cabify está presente em 8 municípios brasileiros, como pode ser visto a distribuição no território na FIGURA 1.

**Figura 1** - Municípios com regionalização da Cabify no Brasil (2019)



Fonte: Cabify/IBGE 2010. Elaborado pelos autores.

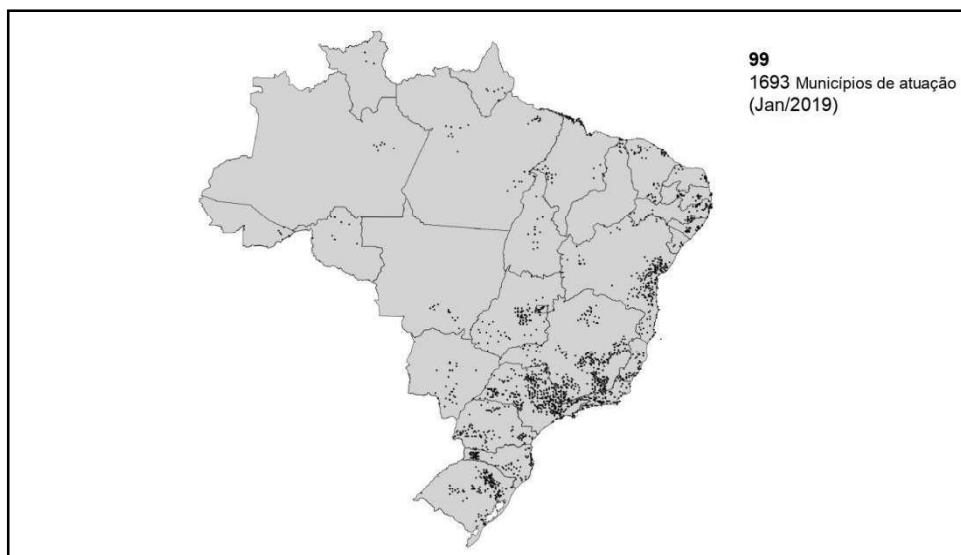
Sua inserção, no entanto, foi modesta, tanto pelo número de cidades atendidas, tanto pelas áreas específicas atendidas nas cidades, além de seu principal foco não ser os passageiros comuns e, sim, empresas que necessitam de transporte para deslocamento de funcionários em serviço, ao menos no Brasil.



Por fim, a 99, sendo uma empresa de origem brasileira, tinha sua inserção facilitada nos centros urbanos devido ao tipo de serviço que oferecia e com a chegada de empresas de transporte privado de passageiros, ela transformou-se e passou a oferecer, também, o mesmo tipo de serviço que a Uber e a Cabify.

Essa empresa era a principal concorrente da Easy Táxi, mas, com a chegada da Uber no Brasil em 2014, a 99 Táxi passou a denominar-se como 99 POP e incluiu em seu aplicativo a alternativa de solicitar, também carros e motoristas particulares. Ela recebeu diversos aportes financeiros em 2017 de grandes grupos de investimentos estrangeiros e, especialmente, de outra empresa do ramo: a chinesa Didi Chuxing. Essa empresa dominou o mercado na China, inclusive com a compra da filial Chinesa da Uber, e estava investindo grandes quantias na, então, empresa brasileira. Por fim, em 2018, a empresa 99 POP, foi vendida para empresa chinesa por US\$ 1 bilhão e, assim, ela passou a se chamar apenas 99 como é até hoje. Em 2019, a empresa está presente em 1.693 municípios, como pode ser visto na FIGURA 2.

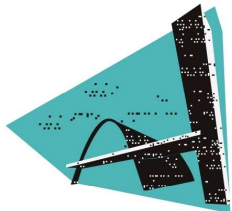
**Figura 2** - Locais com atuação da 99 no Brasil (2019)



Fonte: 99/IBGE 2010. Elaborado pelos autores

### **As empresas de transporte privado de passageiros, a informação estratégica e a manipulação do território**

Com a chegada ao país a partir de 2014, as empresas de transporte privado de passageiros inserem-se nos centros urbanos contemporâneos à medida que este serviço vai se popularizando entre baixa atratividade do transporte público coletivo -

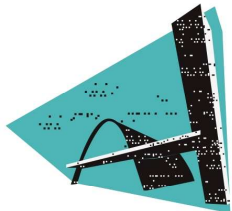


## VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE

quer pelo preço das passagens para pequenos trajetos, quer pela má capilaridade das linhas nos bairros mais periféricos - e a praticidade de solicitação pelos usuários. Ainda, o grande contingente de pessoas desempregadas advindo da crise econômica de 2015 no país, necessitam de um trabalho, mesmo que seja uma modalidade de trabalho precarizado. A dispensa de autorizações municipais fez com que as empresas absorvessem boa parte deste exército. O resultado é a formação de uma multidão de motoristas primordial para que toda a demanda por corridas seja atendida.

Essas empresas são, principalmente, a Uber (USA), Cabify (ESP) e 99 (CH). Elas se autodenominam como empresas de tecnologia da informação. De fato, essas empresas são as maiores do seu ramo, apesar de não possuírem carros próprios e motoristas contratados. Com chegada datada em 2014, a Uber, a mais proeminente empresa economia do compartilhamento, beneficiou-se do megaevento da Copa do Mundo no Brasil para se instalar em 4 capitais, sendo elas São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília. Logo após, se aproveitando de outro megaevento que aconteceu no Rio de Janeiro, os jogos olímpicos de 2016, a Cabify instala-se no país. Ao final daquele ano, essa empresa já estava em 4 capitais, sendo elas São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. A 99, empresa brasileira com fundos de investimentos de chineses, era um aplicativo de táxi que, ao perceber a escolha dos usuários por aplicativos de serviço de transporte particular de pessoas, adaptou-se e incluiu em seu leque de serviços o carro particular, bem como os táxis já cadastrados na plataforma. Neste formato, a empresa atua desde 2017.

A unicidade e a banalização técnica proporcionou o controle do território remotamente à medida que propiciaram a coleta de informações sobre todos os deslocamentos, a velocidade média dos carros e pontos específicos do território com maior ou menor atratividade. O dinamismo e o conhecimento sistemático do território são atributos dessas corporações que se caracterizam pelo elevado uso da informação como fator produtivo e da tecnologia como instrumento de controle do território. Assim, essas empresas coletam, sistematizam, processam e criam informações que se tornam um elemento cabal para entendermos, fisiologicamente, sua lucratividade (ou melhor, sua rentabilidade) tendo como base tais características. Por isso propomos, aqui, uma discussão em torno da informação como um fator primordial de formação socioespacial do nosso período.



## VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE

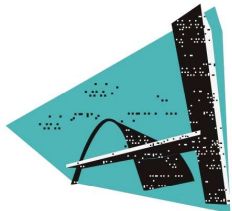
Embora Karl Marx ter considerado que o capital impulsionou o destaque das comunicações na vida social, por outro lado, considerou, também, o transporte das informações como um dado contemptível da economia, não o inserindo explicitamente no processo de reprodução capitalista. A teoria do valor-trabalho, portanto, não pressupõe a informação, advindo de uma ação do trabalho, como valor agregado à mercadoria. Ao transpor uma teoria tão complexa e tipicamente representativa de um período histórico como valor-trabalho em Marx podemos insinuar um anacronismo inevitável. Contudo, ao basear em pontos específicos de todo pensamento de Marx, traçamos paralelos entre a renda fundiária, em Marx, e a renda advinda da informação, ou melhor, “renda informacional” (Dantas, 2008).

A renda fundiária, segundo Marx, é o pagamento pelo uso de uma parcela de terra imposta ao capital. A renda de empresas de informação, por sua vez, especialmente aquelas do transporte individual privado de passageiros, tem como elo primordial a posse monopolista de um código que subsidia o encontro entre passageiros e motoristas, assim como a localização georreferenciada, a coleta de informação banal e o controle de todas as atividades à distância. Em outras palavras, esse código em que me refiro é o algoritmo que a empresa desenvolveu e que, para se beneficiar deste objeto técnico, o motorista deve repassar  $\frac{1}{4}$  de cada corrida feita pela plataforma como forma de pagamento de royalties. Porém, essas empresas têm certa resiliência e entendê-las a partir desta perspectiva é ignorar uma variável fundamental que as colocam em um patamar de destaque frente às outras empresas. Essa variável que levantamos é a usurpação da informação banal (SILVA, 2001), aquela fornecida por meio da dinâmica e da vivacidade dos lugares pelos “homens lentos” (Santos, 1994, p. 80). A capacidade dos homens de coletarem dados e os transmitirem, cuja necessidade interessa a alguém ou alguma coisa já se encontrava na obra de autores como (DANTAS, 2002)<sup>7</sup>.

A perversidade dessas empresas encontra-se aí, pois, para maximizar sua renda, usam essas informações dos homens comuns contra eles próprios a medida que elas se transformam em informações banais em informações estratégicas. As empresas transformam essa informação estratégica contra eles à medida que a

---

<sup>7</sup> “cada indivíduo inserido na produção capitalista não passa de um elo informacional que recebe, processa e transmite algum subconjunto de informação necessário às atividades de outros indivíduos, ou o conjunto do subsistema social no qual interage. O trabalho de cada indivíduo é um exercício de busca: coletar, compilar, reunir dados diversos; e também um exercício de processamento: relacionar esses dados para obter um dado novo, que será necessário à busca que outro(s) indivíduo(s) realiza(m) ou, no limite, às operações das máquinas.” (DANTAS, 2002, p. 142)



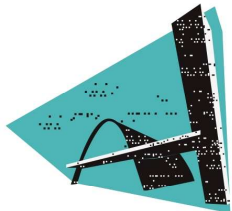
## VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE

usam como fator produtivo, cuja origem advém do trabalho de milhares de pessoas, sem nenhum tipo de abatimento sobre o valor repassado às empresas. Os usuários e, especialmente, os motoristas não recebem retorno financeiro pela informação que produzem, a informação é usurpada. Veja bem, a questão em torno da informação não é simplesmente sobre o valor de troca dela, mas sim o seu valor uso que se faz o receptor durante um processo produtivo.

Assim, o estado da arte dessas empresas nos faz repensar as relações socioespaciais a partir do que SANTOS (1996, p. 238) denomina de *meio técnico-científico-informacional* e, assim, tornando a informação como um dado fundamental da análise geográfica. Contudo, ainda de acordo com Milton Santos, este estágio informacional pressupõe, necessariamente, uma unicidade técnica capaz de tornar a circulação da informação cada vez mais fluida. Essa unicidade que o autor designa se afunila ao longo da idade moderna até a idade contemporânea e se concretiza após a segunda guerra mundial com o estabelecimento de um sistema técnico para todos os países e para todos os lugares.

Cabe, aqui, uma elucidação sobre o que é, de fato, o sistema técnico citado. Um sistema é, antes de tudo, um conjunto de elementos organizados e coeso entre si. Ao fazermos um exercício teórico da transposição deste conceito chegaremos ao caso, por exemplo, da rede de telefonia móvel. Para que possamos adquirir um telefone celular foi preciso dezenas ou centenas de outros objetos técnicos para tornar possível a utilização do telefone celular nos dias de hoje. Para que existisse o telefone celular foi preciso que se extraísse o minério de ferro e também a extração do petróleo para que pudesse ser forjado a carcaça do aparelho, para nos ater apenas nestes dois casos. Cada um destes processos necessitou, em particular, de dezenas ou centenas de outros objetos técnicos articulados e organizados entre si.

Por isso, o sistema técnico tornou-se único para todos os países à medida que todos os objetos técnicos estão interligados e interdependentes entre si, e fazem parte, portanto, de um mesmo conjunto, isto é, de um mesmo sistema. De acordo com SANTOS (1994, p. 86), intrinsecamente associado ao sistema técnico, o sistema de ações se faz necessário em uma razão dialética entre a artificialidade e a racionalidade imbuída aos objetos técnicos e às ações, tendo um objetivo exclusivo



## VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE

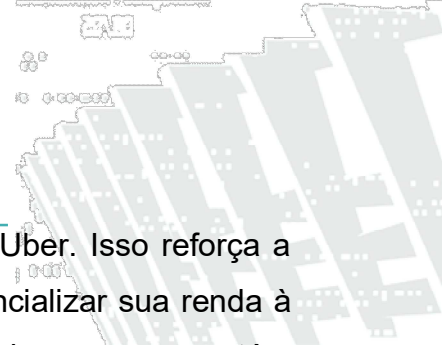
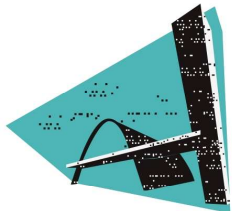
dos agentes hegemônicos e vinculado a mais-valia mundial<sup>8</sup>. Todo este arranjo estruturado e organizado no espaço brasileiro impõe uma divisão territorial do trabalho e, claro, um uso peculiar do território, cada vez mais estranhas às aspirações dos lugares. A inserção de empresas como a Uber, a 99 e a Cabify no país é uma representação de todo o processo até aqui elencado à medida que estes agentes organizam o espaço em benefício alheios.

O uso da informação como fator produtivo implica em uma visão racional do território. A forma de ler o espaço é típico dessas empresas. Os impactos refletem em toda a materialidade urbana, sobretudo no uso da estrutura urbana como recurso, quer dizer, a informação usada como fator produtivo viabiliza o uso da território - não o território em si, mas o uso que os agentes fazem dele. Veja bem, a questão em torno da informação não é simplesmente sobre o valor de troca dela, mas sim o seu valor uso que se faz o receptor durante um processo produtivo. Esta estrutura urbana abrange desde da aglomeração urbana até as estruturas de transporte público. A ausência de capilaridade do transporte, juntamente com a má qualidade e o valor cobrado pelo serviço, são as causas pela crescente do uso do serviço de transporte privado de passageiros em detrimento aos agentes tradicionais dos municípios<sup>9</sup>. Por isso, as estratégias das empresas são, por um lado, atuar como um modal conectando os bairros periféricos às principais linhas de BRT (Bus Rapid Transit) e metrô, no caso de Belo Horizonte. Isso fica evidente quando as empresas, sobretudo a 99, disponibilizam descontos para viagens de curtas distâncias. As empresas beneficiam em duas vias: a primeira é o funcionamento como modal e a segunda é a concentração de motoristas em uma determinada região. Assim, os motoristas atendem toda a demanda por corridas e, claro, arcando com mais prejuízos por não fazerem viagens de longas distâncias que, segundo os motoristas em entrevistas, são aquelas que mais proporcionam retorno financeiro.

A partir disso, outro exemplo do uso do território é a concentração de motoristas, promovida pelas empresas Uber e 99, no centro de Belo Horizonte. Em 2018, essas empresas aplicaram uma taxa única para deslocamentos no perímetro da Avenida do Contorno. Quer dizer, os deslocamentos com origem e destino dentro

<sup>8</sup> “Objetos criados deliberadamente e com intenção mercantil são movidos por uma informação concebida cientificamente, através de um sistema de ações subordinado a uma mais-valia mundial.” (Santos, 1996, p. 216)

<sup>9</sup> “Queda no número de usuários de ônibus é a maior em 11 anos”. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/cidades/queda-no-n%C3%BAmero-de-usu%C3%A1rios-de-%C3%B4nibus-%C3%A9-a-maior-em-11-anos-1.2009836>. Acesso: 25 set. 2019



da área desta avenida custaram R\$6,99, na 99, e R\$7,98, na Uber. Isso reforça a nossa tese de que essas empresas usam o território para potencializar sua renda à medida que aumenta o trânsito e esvazia o transporte público, bem como mantém dezenas de motoristas ociosos que conseguem poucas corridas e, para conseguir um valor considerável, é preciso dirigir por horas, mesmo sem a certeza que conseguirá corridas.

## **A divisão territorial do trabalho e a psicoesfera do microemreendedorismo: A Uber e a precarização do trabalho**

A compreensão do espaço enquanto um dado ativo na sociedade, podendo ser utilizado, como já explicitado, enquanto recurso pelos agentes hegemônicos, é essencial para o debate que se propõe (SANTOS, 2006). A Uber, estando em mais de 700 cidades ao redor do mundo, efetuando cerca de 14 milhões de viagens por dia e tendo alcançado um rendimento, ao longo de 2018, e apenas no Brasil, de praticamente um bilhão de dólares, certamente nos leva a colocá-la entre as maiores corporações globais<sup>10</sup>.

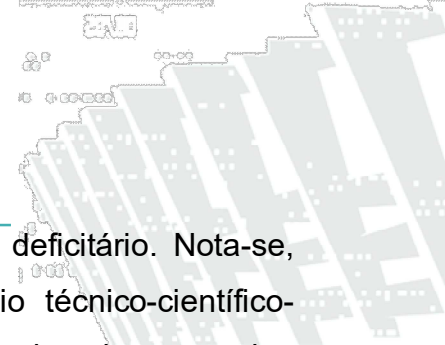
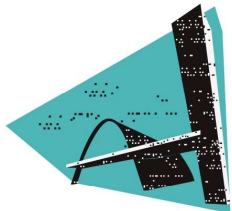
Este exercício de caracterização torna-se necessário à medida que, como afirma Santos (2009), os eventos geográficos, sobretudo em tempos globalizantes, estão cada vez mais condicionados pelos macroatores do mundo, isto é, pelas agências de publicidade, pelo Estado, pelas multinacionais, líderes religiosos, entre outros. Desse modo, a racionalidade imposta a partir dos agentes hegemônicos é uma racionalidade alheia ao lugar, porque combinada a interesses distantes.

A Uber, foco do presente artigo, insere-se nos mais diversos territórios de maneira vertical, dispondo, para isso, de solidariedades organizacionais com outros agentes hegemônicos. Valendo-se do meio das técnicas da informação características do meio técnico-científico-informacional, a companhia realiza um duplo movimento: à medida que expande sua plataforma digital e seus serviços para os mais diversos lugares, concentra seu poder decisório em apenas alguns pontos do sistema-mundo. É a partir destes pontos que a racionalidade da Uber irá se incorporar aos mais diversos lugares.

No tocante à entrada da Uber no Brasil, nota-se que a sua expansão foi idealizada a partir de atributos oferecidos por cada porção territorial. De acordo com a imagem 03, pode-se perceber que a empresa concentra-se apenas em regiões populosas,

---

<sup>10</sup> Uber Technologies, Inc. Form S-1 Registration Statement. United States Securities and Exchange Commission (2019).



caracterizadas também por um sistema de transporte público deficitário. Nota-se, sobretudo, que a companhia avança de acordo com o meio técnico-científico-informacional do país: sua expansão ocorreu de forma muito mais veloz na região Sudeste e, como coloca Tozi (2018), sua recente investida na região Centro-Oeste explica-se pelo eixo de modernização decorrente da agricultura informacional.

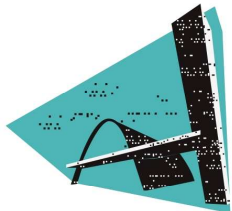
Evidencia-se, portanto, a importância da tecnoesfera, isto é, o conjunto de objetos técnicos presentes no espaço, para a expansão territorial da Uber (SANTOS, 2008). Nota-se, ainda, de maneira empírica, o fato do espaço impor-se enquanto instância ativa: o território que é usado enquanto recurso pela Uber também se impõe, mediado pela técnica, enquanto fator limitante para a expansão da empresa.

Desse modo, e sob a perspectiva do caráter ativo do território, o debate acerca da precarização do trabalho será, neste trabalho, lido a partir das categorias geográficas de análise, e não de categorias sociológicas, afinal, como afirma Santos (2009, p. 87): “Conceitos em uma disciplina são frequentemente apenas metáforas nas outras, por mais vizinhas que se encontrem. Metáforas são flashes isolados, não se dão em sistemas e não permitem teorizações.”. Assim sendo, buscar-se-á teorizar o trabalho precarizado entre os motoristas da Uber a partir da divisão territorial do trabalho e do alargamento da psicoesfera do microempreendedorismo.

Como nos lembra Montenegro (2017, In: DANTAS, ARROYO & CATAIA, 2017), há que se diferenciar a divisão territorial do trabalho da divisão social do trabalho. Enquanto a última refere-se à repartição do trabalho vivo em dado lugar, a divisão territorial do trabalho relaciona-se não só ao trabalho vivo, mas à distribuição dos objetos que participam do processo de trabalho. Em outras palavras, o trabalho morto é também levado em consideração, haja vista que:

O trabalho já feito se impõe sobre o trabalho a fazer. A atual repartição territorial do trabalho repousa sobre divisões territoriais do trabalho anteriores. E a divisão social do trabalho não pode ser explicada sem a explicação da divisão territorial do trabalho que depende, ela própria, das formas geográficas herdadas (SANTOS, 2009, p. 141).

Diante disso, e partindo para a análise da Uber na Região Metropolitana de Belo Horizonte, nota-se que a entrada da empresa no país implica um novo evento geográfico, isto é, “(...) o resultado de um feixe de vetores, conduzido por um processo, levando uma nova função ao meio preexistente.”. Além disso, a forma



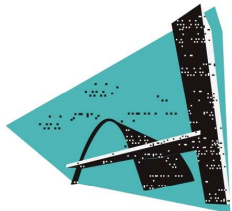
como a empresa articula-se sobre o espaço metropolitano revela a divisão territorial do trabalho proposta pela mesma.

No tocante à isso, Tozi e Duarte (2018) afirmam que o fato de a empresa impor uma regionalização que não corresponde aos limites municipais de Belo Horizonte reforça o caráter de insubordinação diante de uma possível regulamentação proposta pelo poder público municipal. No concernente à isso, nota-se que a Uber limita a sua área de atuação a uma parte central da metrópole belo-horizontina, deixando alguns municípios fora da área de cobertura. Além disso, conforme reportagem da BBC Brasil (2017), a empresa bloqueia bairros periféricos do seu mapa, reforçando o caráter do uso estratégico do território, afinal, privilegia-se o espaço luminoso, isto é, o espaço corporativo e dotado de um amplo meio técnico-científico-informacional, em detrimento de um espaço cada vez mais opaco (SANTOS, 2008).

Essa divisão territorial do trabalho proposta pela Uber desencadeará, sob a perspectiva do motorista, em precarização. Isto porque, como a Uber não considera o espaço banal, isto é, “o espaço de todos”, conforme propõe Santos (2008, p. 49), a atividade ofertada pela empresa acaba configurando-se de forma extremamente concentrada. Esse cenário é potencializado na medida em que a companhia, mediante ferramentas digitais, com destaque para as tarifas dinâmicas, incentiva seus motoristas a se concentrarem na região Centro-Sul de Belo Horizonte.

A partir das tarifas dinâmicas, a Uber, mediante o aumento da procura, aumenta o preço das corridas. Como é a região Centro-Sul que geralmente demonstra esse aumento da demanda por corridas em determinados horários do dia, é comum que o preço das mesmas, para esta região, seja maior que o normal. Para os motoristas, essa situação é aparentemente benéfica, haja vista que, se eles ganham um percentual do preço das corridas realizadas, quanto mais cara a corrida for, mais eles ganharão.

O que, entretanto, é relatado pelos motoristas, relaciona-se à uma intensa competitividade, já que a concentração dos mesmos é consideravelmente alta. Além disso, segundo eles, como a tarifa dinâmica caracteriza-se por ser efêmera, isso acaba por impossibilitar um aumento real da renda dos motoristas. No tocante ao número de cadastrados na plataforma Uber, de acordo com entrevistas realizadas, estima-se que a empresa detenha cerca de 50 mil motoristas na metrópole belo-horizontina, o que corrobora para a consideração de um outro fator: a possibilidade



do aumento de engarrafamentos devido ao contínuo aumento de motoristas cadastrados.

Diante do que foi exposto, nota-se que a divisão social do trabalho imposta pela Uber confronta-se com a superposição de outros trabalhos já realizados. Em outras palavras, o meio ambiente construído impõe-se sobre a divisão do trabalho que se propõe, evidenciando, mais uma vez, o caráter ativo do espaço geográfico. Nota-se, por exemplo, que a região Centro-Sul, ao mesmo tempo que é continuamente vampirizada pela empresa Uber, mostra-se também enquanto limitante, vide o aumento do número de engarrafamentos e, em decorrência disso, a diminuição da renda dos motoristas, haja vista que estes ficarão muito tempo presos a uma só corrida.

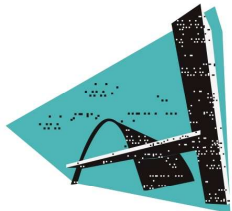
A soma dos fatores citados anteriormente corrobora para que o motorista aumente sua jornada de trabalho, já que ele precisa lidar com o aumento dos engarrafamentos e, portanto, com corridas mais demoradas, e também com o fato de a Uber não limitar o número de motoristas cadastrados na plataforma. Diante disso, e pautando-se em entrevistas, pode-se afirmar que há um número considerável de motoristas cuja jornada de trabalho vai até 15 horas.

A Uber, buscando lidar com a precarização que incide sobre seus motoristas, lança mão, mais uma vez, do meio técnico-científico-informacional como recurso estratégico. Este é composto não só pela tecnoesfera, mas também pela psicoesfera, isto é, o “resultado das crenças, desejos, vontades e hábitos que inspiram comportamentos filosóficos e práticos (...)” (SANTOS, 2008b, p. 30). Desse modo, a Uber, mediada por uma intensa publicidade, busca fazer o motorista acreditar que ele, na verdade, é um microempreendedor, dispondo, por conta disso, de uma série de vantagens sobre os trabalhadores com vínculo de emprego. No seu site<sup>11</sup>, por exemplo, a empresa traz afirmações do gênero: “ganhe dinheiro em seu próprio horário”.

Junto ao deslocamento do estatuto de trabalhador para o de um microempreendedor, como coloca Abílio (2017), a Uber, servindo-se de uma política extremamente meritocrática, fomenta jornadas de trabalho cada vez maiores aos

---

<sup>11</sup> UBER. Dirija com a Uber. Ganhe dinheiro em seu próprio horário. Disponível em: <[https://www.uber.com/a/drive-pp?utm\\_source=AdWords\\_Brand&utm\\_campaign=search-google-brand\\_25\\_-99\\_br-national\\_d\\_txt\\_acq\\_cpc\\_pt-br&gclid=Cj0KCQjwrMHsBRCIARIsAFgSel1T5QkavZViqNizYtNNjhKbeJwSOKnCFp3M6FnKmyy\\_hRZ0KKv3X2waAiCIEALw\\_wcB](https://www.uber.com/a/drive-pp?utm_source=AdWords_Brand&utm_campaign=search-google-brand_25_-99_br-national_d_txt_acq_cpc_pt-br&gclid=Cj0KCQjwrMHsBRCIARIsAFgSel1T5QkavZViqNizYtNNjhKbeJwSOKnCFp3M6FnKmyy_hRZ0KKv3X2waAiCIEALw_wcB)> Acesso em: 29 de setembro, 2019.



motoristas. Isso é feito mediante promoções e enquadramentos dos motoristas em categorias referentes ao grau de produtividade do trabalhador.

No tocante às categorias, como consta no site da Uber<sup>12</sup>, a empresa divide-os em prata, ouro e diamante: enquanto a categoria prata é limitada aos motoristas que possuam, no mínimo, 350 viagens, na categoria diamante ficam apenas os que possuem 450 viagens, no mínimo. Já no tocante às promoções lançadas pela empresa para fazê-los ter jornadas de trabalho cada vez mais extensas, Carelli et al (2018, p. 37) são enfáticos ao afirmar:

De fato, em momentos em que normalmente os trabalhadores iriam preferir ficar em casa, como dias festivos, a empresa concede incentivos financeiros – chamadas premiações – aos ‘parceiros’, para que se mantenham ativos. A tática de garantia de preço mínimo por hora também é utilizada para manter os trabalhadores ativos. Da mesma forma, conforme a necessidade, a empresa concede incentivos para que trabalhadores peguem clientes de determinados lugares, deslocando os motoristas para aqueles locais. Além disso, há o já referido preço dinâmico, pela visualização no mapa na cor vermelha dos locais em que há menor número de motoristas e maior demanda de passageiros.

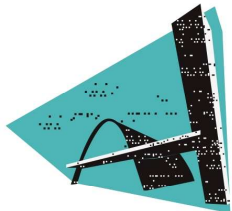
Sob essa perspectiva, os motoristas da Uber são direcionados a uma jornada de trabalho extremamente extensa. Como a empresa não limita o número de motoristas por cada área de atuação, Belo Horizonte conta, atualmente, com cerca de 50 mil motoristas, conforme entrevistas com os mesmos. Assim, além disso incentivar a competitividade, contribui também com o aumento de horas trabalhadas por dia. Conforme os entrevistados, muitos relataram trabalhar cerca de 15 horas diárias.

Nesse sentido, nota-se o quão importante é o uso estratégico do território para que a Uber tenha cada vez mais domínio sobre o mercado de transporte via aplicativos, ao mesmo tempo que o território possui igual importância para a manutenção da precarização do trabalho. Afinal, como foi visto, é a divisão territorial do trabalho que nos explica isso.

Entretanto, como nos lembra Santos (2006), ao mesmo tempo que o território é utilizado, pelos agentes hegemônicos, enquanto recurso, ele também é tido como abrigo aos homens de tempo lento, isto é, agentes que não usufruem diretamente dos espaços luminosos, restando a eles espaços opacos, destinados aos pobres.

---

<sup>12</sup> UBER. Iniciativa #1: Mais vantagens no clube 6 estrelas. 29 de setembro. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/porto-alegre/uber-contigo-feito-para-o-nosso-maior-parceiro-voce/>> Acesso em: 29 de setembro, 2019.



## VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE



Essa esquizofrenia, característica do espaço, pode ser analisada a partir da atuação da Uber no Aeroporto Internacional Tancredo Neves.

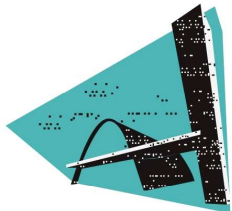
Neste aeroporto, a Uber direciona a sua atuação mediante uma ferramenta digital chamada “fila virtual” que, como o nome sugere, permite que os motoristas se cadastrem em uma fila virtual pela própria plataforma Uber. Entretanto, o aeroporto não permitia que os motoristas utilizassem da sua estrutura para aguardar pelas corridas. E, não bastando, ao longo da área de atuação da fila virtual, não havia pontos de apoio aos motoristas.

Desse modo, os motoristas que atuavam no aeroporto tinham que lidar com um contexto de vulnerabilidade imposta pelas verticalidades e solidariedades organizacionais características da Uber. Tais verticalidades e solidariedades organizacionais, entretanto, eram, por vezes, rompidas pelos motoristas: estes, fazendo um uso horizontal do território, buscavam abrigo no espaço geográfico e no circuito inferior da economia a partir de, como nos lembra Tozi (2017), horizontalidades e solidariedades orgânicas.

Para isso, os motoristas buscavam, no território e no circuito inferior da economia, formas de sobrevivência: quando estavam estacionados em locais proibidos, alertam uns aos outros sobre a chegada da polícia; ocupam locais abandonados, tais como postos de gasolina, para servirem de pontos de apoio; valem-se do próprio aplicativo para aumentar sua renda, entrando, para isso, em contato com os usuários que os chamam para saberem para onde o usuário deseja ir - locais muito próximos ao aeroporto não são interessantes aos motoristas.

Recentemente, e de acordo com entrevistas, a Uber, tendo descoberto que alguns motoristas atuantes no Aeroporto Internacional Tancredo Neves burlavam o aplicativo, limitou a área da fila virtual para um local que já havia sido um estacionamento do aeroporto. Desse modo, os motoristas, subordinados às verticalidades da empresa, são obrigados a esperar horas por corridas dentro dessa área. Caso precisem sair da mesma, perdem o sinal da fila virtual e, além disso, precisam pagar uma taxa pelo uso da área.

Sob essa perspectiva, nota-se o quanto a Uber e os motoristas recorrem ao espaço geográfico, seja para fins de recurso ou abrigo. Nota-se, sobretudo, a importância do meio técnico-científico-informacional, haja vista que, para o caso analisado, tanto a Uber lança mão de tecnologias da informação para controlar os



motoristas, assim como estes utilizam-nas para buscar formas de sobrevivência ou, como coloca Santos (2008), flexibilidade tropical.

### **Considerações Finais:**

Considerando-se o que foi analisado ao longo do trabalho, questiona-se o papel atual da técnica, sobretudo das tecnologias da informação, e a quem elas têm servido. Santos (2006) já nos antecipava ao afirmar que toda a evolução técnica característica do devir globalizante não pode ser considerada um patrimônio da humanidade. A Uber e, por conseguinte, todo o uso da técnica como amparo para um uso vertical e organizacional sobre o território brasileiro e belo-horizontino, exemplifica todos esses aspectos sob uma perspectiva empírica.

No tocante à isso, Gaudin (2005 [1978]), repensando a usurpação da técnica promovida pelos agentes hegemônicos, falará em tecnologias duras e tecnologias doces: enquanto as primeiras alienam o homem e contribuem com a manutenção do poder dos agentes hegemônicos, a segunda possui papel contrário, estando mais alinhada aos interesses locais e, portanto, com os necessidades dos homens de tempo lento.

Repensando, portanto, as tecnologias da informação quando utilizadas para um tipo de transporte, entende-se que tais plataformas digitais deveriam ser subordinadas ao poder público, afinal, não é ético que uma empresa privada organize o território de acordo com as suas necessidades. Isso corrobora para que tais companhias fragmentem ainda mais o tecido urbano entre espaços luminosos e opacos: enquanto os primeiros são abarcados pelos mais diversos tipos de serviços, os segundos são esquecidos.

Como foi visto, toda essa imposição vertical sobre o território brasileiro e belo-horizontino promovida pela Uber também implica a precarização dos motoristas. Estes, entretanto, mesmo desamparados pela empresa e controlados pelo aplicativo, buscam na própria tecnologia da informação e, portanto, no próprio meio-técnico-científico-informacional, formas de resistência. Como exemplo disso, em 2019, motoristas de diversas cidades do mundo organizaram, virtualmente, um protesto em conjunto como forma de chamar a atenção da empresa que havia acabado de ingressar na Bolsa de Valores da Nova York:



**Figura 3** – Protesto articulado pelos motoristas da Uber na Região Metropolitana de Belo Horizonte



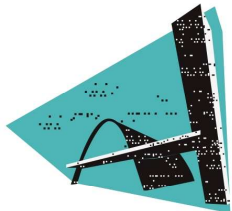
Fonte: Protesto ocorrido no dia 8 de maio de 2019, tendo sido decorrente de uma articulação entre motoristas de vários países. Por: Leandro Duarte, Maio de 2019.

Desse modo, entende-se, a partir da empiria, a esquizofrenia do espaço a partir dos seus elementos técnicos, afinal, o território não está apartado da técnica. Portanto, os motoristas, valendo-se disso, criam formas de resistência e reivindicam uma organização cuja solidariedade não seja imposta de maneira vertical, desconsiderando a realidade e os interesses locais. Ou, de outra forma, como sinalizou Santos (2006), propondo uma organização do território cuja hierarquia seja invertida e que o país passe a ser tido como uma federação de lugares.

### Referências Bibliográficas

ABILIO, Ludmila Costhek. **Uberização do trabalho: subsunção real da viração**, 2017 (online). Disponível em: <<http://passapalavra.info/2017/02/110685>>. Acesso em: 21 maio 2018.

CARELLI, Rodrigo de Lacerda; CASAGRANDE, Cássio Luís; OITAVEN, Juliana Carreiro. **Empresas de Transporte, Plataformas Digitais e a Relação de Emprego: Um estudo do trabalho subordinado sob aplicativos**. Brasília: Movimento, Ministério Público do Trabalho, 2018, 248p.



# VIII SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE



DANTAS, Marcos. **A lógica do capital — informação: a fragmentação dos monopólios e a monopolização das fragmentações num mundo de comunicações globais.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

GAUDIN, Thierry. **L'écoute des silences: Les institutions contre l'innovation.** 2005 [1978]. Disponível em: <[http://classiques.uqac.ca/contemporains/gaudin\\_thierry/ecoute\\_des\\_silences/ecoute\\_des\\_silences.pdf](http://classiques.uqac.ca/contemporains/gaudin_thierry/ecoute_des_silences/ecoute_des_silences.pdf)> Acesso em: 30 de setembro, 2019.

MONTENEGRO, M. R. . Da contigüidade ao alargamento das escalas: topologias do circuito inferior no período atual. In: Aldo Dantas; Mónica Arroyo; Marcio Cataia. (Org.). **Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos.** 1ed. Natal: Sebo Vermelho, 2017, v. 1, p. 361-386.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** 13ª ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006, 174p.

\_\_\_\_\_. **Técnica, Espaço, Tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional.** 5ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994, 174p.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e emoção.** 4ª ed. 5ª reimpr - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

SILVA, Adriana Bernardes. **A contemporaneidade de São Paulo.** Produção de informações e reorganização do território brasileiro. (Tese de Doutorado), Universidade de São Paulo Dep. de Geografia FFLCH/USP. São Paulo, 2001

TOZI, Fábio. Uma compreensão sistemática do fenômeno da pirataria a partir da teoria dos circuitos da economia urbana: um exercício teórico-metodológico In: DANTAS, Aldo; ARROYO, Mónica; CATAIA, Marcio (Org.). **Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos.** 1ed. Natal: Sebo Vermelho, 2017, v. 1, p. 361-386.

\_\_\_\_\_. 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.** 195ed. Barcelona: Universidad de Barcelona/Geocrítica, 2018, v. 1, p. 172- p. 187.

\_\_\_\_\_; DUARTE, Leandro. Conhecimento e controle do território: do discurso da mobilidade à geopolítica da Uber. In: RENA, Natacha; FREITAS, Daniel; SÁ, Ana Isabel; BRANDÃO, Marcela. (Org.). **Iº Seminário Internacional Urbanismo Biopolítico.** 1ed. Belo Horizonte: Fluxos, 2018, v. 1, p. 326-346.