
O corpo-si como suporte para enunciados aderentes no capitalismo de plataformas¹

Naiana Rodrigues da Silva²

Rafael Rodrigues da Costa³

Universidade Federal do Ceará – UFC

Resumo

Este trabalho propõe um debate sobre os sentidos do trabalho (Antunes, 2009; 2018) no capitalismo de plataformas a partir de uma articulação entre os conceitos de enunciados aderentes (Maingueneau, 2022; Souza-e-Silva, 2024) e corpo-si (Schwartz, 2011). Nesse sentido, a premissa desta comunicação é a de que enunciados aderentes presentes nas atividades de trabalhadores de plataforma, como camisetas e adesivos contendo a logomarca de determinadas empresas, evidenciam jogos de sentidos dialéticos entre esses sujeitos e as plataformas, cooperando para a construção de identidades de trabalho. Amparados no binômio comunicação e trabalho, buscamos evidenciar como as relações de trabalho são materiais e simbólicas ao mesmo tempo e desse vínculo derivam as identidades de trabalho. Também observamos como os enunciados aderentes permitem compreender mudanças sociais em curso protagonizadas pelo trabalho mediado por plataformas.

Palavra-chave: comunicação e trabalho; trabalho mediado por plataformas; enunciados aderentes; corpo-si.

Introdução

As plataformas digitais não estão apenas na centralidade do acesso à internet no Brasil e no mundo. Elas se configuram hoje como empresas de monopólio que atuam junto a diferentes setores produtivos e se beneficiam, em muitos países, da ausência de leis que regulem e estabeleçam limites para suas atividades. Entendemos, com autores como Grohmann e Salvagni (2023) e Srnicek (2018), que as plataformas digitais se constituem a partir de infraestruturas e modelos de negócio que as configuram como meios de produção e comunicação (Williams, 2011) edificadas sobre uma infinidade de dados e informações. As plataformas, também conhecidas como *big techs*, ampliam assim seus lucros graças à omissão dos Estados e à exploração de trabalhadores de diferentes matizes.

No Brasil, conforme levantamento realizado em 2023 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2,1 milhões de brasileiros têm as plataformas como

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Doutora em Comunicação, professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará – UFC. E-mail: naianarodrigues@ufc.br.

3 Doutor em Linguística, professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará – UFC. E-mail: rafaelrg@ufc.br.

principal atividade laboral. Deste total, 1,5 milhão atuam como motoristas de aplicativos ou realizando entregas (Índio do Brasil, 2023). Neste grupo populacional, a maioria é de homens jovens, com nível superior completo ou incompleto. São pessoas que trabalham até 12 horas diárias para poder extrair uma renda que lhes permita arcar com os custos da realização da atividade (combustível, aluguel de veículo, entre outros) e pagar sua força de trabalho. Esse é um contingente que se encontra em crescimento em face dos avanços neoliberais na economia, da (des)regulamentação do trabalho no Brasil e das implicações sociais da pandemia da Covid-19.

De acordo com relatório da pesquisa Fairwork Brasil, publicado em 2023, remuneração justa não é uma realidade para estes trabalhadores. A pesquisa, que investiga condições de trabalho justo, identificou apenas duas plataformas em atividade no Brasil que garantem a todos os trabalhadores, pelo menos, soldos equivalentes a um salário mínimo. Além disso, esses profissionais têm jornadas extenuantes, de 60 a 80 horas semanais, não contam com garantias sociais, a exemplo de contribuição para o INSS, e muito menos possuem contratos de trabalho (Fairwork, 2023).

Para não se responsabilizarem por esses trabalhadores, as plataformas defendem que não empregam pessoas e sim estabelecem contratos com empreendedores de si mesmos (Dardot, Laval, 2013). O fato é que muitos motoristas e entregadores não só aceitam as condições da plataforma — por meio da concordância com os termos de uso porque precisam de seus recursos tecnológicos para trabalhar — como também reproduzem esse discurso de empreendedorismo.

Não é raro ouvir alguns trabalhadores de plataformas enunciando: “eu não tenho chefe”, “eu faço meu próprio horário”, “eu tenho mais liberdade do que se trabalhasse em um escritório”. Frases que remetem a um imaginário neoliberal (Dardot, Laval, 2013) que disputa os sentidos do trabalho ao lado das plataformas para garantir mais lucros às custas da subsunção dos trabalhadores a um modo de produção flexível, baseado na informalidade e na desregulamentação das profissões e atividades produtivas (Antunes, 2018).

No bojo das pelejas simbólicas, diferentes enunciados se apresentam para dar sentido ao trabalho mediado por plataformas, entre eles, estão as próprias marcas e logotipos das plataformas que se aderem, muitas vezes, ao corpo do trabalhador, o qual vira suporte para uma comunicação que se endereça à sociedade. Tratam-se de

camisetas com as marcas Uber⁴ ou 99⁵, ou ainda bolsas com a logomarca da empresa de entregas iFood⁶, bem como de demais plataformas de entregas (Figuras 1 e 2).

Figura 1 – Camiseta à venda para trabalhadores das plataformas Uber e 99



Fonte: Reprodução/Shopee

Figura 2 – Entregador em São Paulo portando bolsa com logomarca da empresa iFood



Fonte: Paulo Pinto/Agência Brasil

4 Uber é uma empresa multinacional sediada nos EUA que presta serviços, em cerca de 70 países, na área do transporte urbano privado por meio de um aplicativo.

5 99 é uma empresa brasileira, financiada ao longo de sua trajetória com capital de países como a China, de transporte urbano privado por meio de aplicativo.

6 iFood é uma empresa brasileira do ramo de entregas de refeição por meio de aplicativo, sendo líder do setor no Brasil.

Esses acessórios e indumentárias caracterizam o que Dominique Maingueneau (2022) define como enunciados aderentes, uma forma discursiva expressa concretamente em textos escritos contíguos a um suporte não verbal. Souza-e-Silva (2024, informação verbal⁷) observa que os enunciados aderentes permitem compreender as mudanças no mundo do trabalho a partir da linguagem. A partir disso, propomos debater como esses enunciados aderentes, em particular os relativos às empresas de plataformas, evidenciam jogos de sentidos dialéticos entre trabalhadores e plataformas e cooperam para a construção de identidades de trabalho.

Para fundamentar em bases conceituais mínimas essa suposição, recorreremos aos alicerces teóricos do binômio comunicação e trabalho, buscando amparo no conceito de corpo-si, proveniente da Ergologia, bem como nas discussões sobre enunciados aderentes. Neste artigo, não trabalharemos com a análise de um corpus sistematicamente definido, mas com marcas empíricas que nos permitam desenvolver a premissa aqui apresentada.

Aspectos teóricos e evidências empíricas

O universo conceitual no qual se inscreve essa proposta é o do binômio comunicação e trabalho, um construto teórico e metodológico interdisciplinar que tem como bússola de investigação as relações de comunicação e trabalho. Sob essa visada, a comunicação e o trabalho são vistos como duas dimensões humanas diretamente relacionadas que devem ser estudadas de maneira concomitante. Essa premissa da comunicação e trabalho considera a centralidade das atividades de comunicação no mundo do trabalho na contemporaneidade e recorre ao materialismo histórico-dialético, à Ergologia e à linguagem para realizar seu intento investigativo (Figaro, 2011).

Neste trabalho, daremos mais ênfase à dimensão ergológica e a da linguagem para entender as relações de comunicação estabelecidas entre trabalhadores e plataformas, empresas de plataforma e sociedade. Mas, de antemão, já enunciamos que a dialética é um anteparo subjacente nesta proposta e nos conceitos dos quais nos apropriamos, pois os enunciados aderentes aqui apontados são expressões singulares das

7 Fala da professora Maria Cecília Souza-e-Silva no seminário “20 anos de estudos críticos em Comunicação e Trabalho”, promovido pelo Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho (CPCT-USP) no dia 12 de dezembro de 2024.

mudanças produtivas no mundo do trabalho e do próprio modo de organização e realização do trabalho sob o signo das empresas de plataformas.

Nos estudos ergológicos, o conceito de corpo-si é forjado por Yves Schwartz (2011) como uma alternativa ao conceito de subjetividade, comumente associado à dimensão mais afetivo-identitária do humano. A opção do autor por um novo conceito visa enfatizar o aspecto holístico da implicação do humano no trabalho, pois a expressão corpo-si marca a presença do corpo físico no trabalho em relação com o corpo emocional, cognitivo e inteligente que compõe esse trabalhador em atividade.

A conceituação de Schwartz (2011) é um esforço de integração de dimensões do trabalho separadas por uma divisão que opõe trabalho físico/braçal ao trabalho intelectual. Sendo assim, o corpo-si precisa ser entendido como a força de trabalho física e intelectual acionada na realização das atividades de trabalho. A partícula “si” faz referência ao fato de esse corpo estar em relação com a sociedade — entendida aqui como indivíduos, instituições, normas e valores sociais — e consigo mesmo.

O corpo-si afasta a ideia de sujeição, seja às estruturas sociais ou à racionalidade produtiva, e enfatiza a ação do trabalhador de tomar decisões e assim transformar a si e ao meio diuturnamente em suas atividades de trabalho. O corpo-si se apresenta como um esforço teórico e epistemológico de definição da singularidade viva no trabalho.

Ampliando o alcance dessa conceituação, demarcamos que o corpo-si expressa também uma força simbólica capaz de erigir relações identitárias resultados da dialética entre o corpo-si e os outros do trabalho. O corpo-si em atividade de trabalho comunica sobre si mesmo e se comunica com outros. E essa comunicação pode se dar por meio de enunciados aderentes.

Maingueneau (2022, p. 7-8) lembra que o modo de produção capitalista não acumula apenas mercadorias, mas uma infinidade de enunciados, dentre os quais estão palavras soltas, grupos de palavras, siglas, iniciais e combinações de algarismos e de palavras, elementos que comumente não seriam identificados como enunciados — frases ou textos — mas que carregam sentidos sociais em circulação.

Os enunciados aderentes podem ser sumariamente caracterizados como enunciados escritos, contíguos a um suporte não-verbal ao qual estão integrados. Esse suporte é mais comumente um objeto (uma mesa, uma embalagem de queijo, uma camiseta...), mas pode ser também um ser humano, um animal, um lugar, uma sala, uma rua, até mesmo o todo de uma paisagem (Maingueneau, 2022, p. 15).

O autor demarca que a relação entre o enunciado e o suporte pode se dar de três maneiras: fixa, pela mediação de um objeto e de forma englobada pelo suporte. No caso dos enunciados por nós destacados, podemos concluir que a sacola de alimentos iFood e a camiseta do motorista de empresas como Uber e 99 são enunciados aderentes mediados por um objeto, pois para que estes trabalhadores realizem suas atividades, precisam dispor um *smartphone* com o aplicativo da empresa. Portanto, as sacolas e camisetas portam enunciados contíguos ao suporte, no caso a aplicação da plataforma.

Essa relação de contiguidade entre o enunciado e seu suporte também é ilustrativa do próprio modo de operação das empresas de plataformas, ancoradas na mediação. Como observaram Silva, Costa e Vizentin (2024):

pensar o trabalho mediado por plataformas é levar em consideração as disputas sociais que esta prática gerida por uma lógica de automação e monetização enseja. É questionar se o vínculo entre entregadores e motoristas de aplicativos é de fato uma relação entre pessoas jurídicas ou é a dissimulação pelas plataformas de uma relação de trabalho. É ainda ponderar se as plataformas não deveriam remunerar o trabalho de comunicadores, na medida em que é por meio do produto da força de trabalho desta categoria que as empresas de plataformas atraem usuários e coletam mais dados para seus big datas, os quais se tornam verdadeiras mercadorias que, pelo trabalho de gestores de dados e outros profissionais da informação e da tecnologia, se transformarão em produtos (análises, métricas, perfis de consumidores etc) à venda pelas plataformas (p. 7-8).

Os enunciados aderentes surgem assim como mediações entre os trabalhadores, as plataformas e a sociedade. A bolsa do entregador plataforma iFood é um bom exemplo de um enunciado aderente que carrega em si mesmo uma disputa de sentidos. A bolsa é uma das ferramentas de trabalho do entregador e ele precisa adquiri-la junto à plataforma para poder estar apto a realizar a atividade laboral. Neste caso, o enunciado aderente talhado na bolsa é uma mediação da relação de trabalho estabelecida entre entregador e plataforma.

Além disso, como lembra Maingueneau (2022), o enunciado e seu suporte criam relações de identidade e de apoios de forma que ambos não possam ser desatrelados. A partir disso, podemos considerar que o enunciado iFood na bolsa de cor vermelha passa a integrar o suporte na medida em que é naturalizado como um marcador do trabalho,

pois o enunciado e seu suporte são instrumentos essenciais à atividade de trabalho de entregas.

Essa relação indissociável pode ser vista em situações práticas, pois a bolsa, na ausência de outro marcador, identifica o entregador para os clientes, para os representantes dos restaurantes, para porteiros, etc. “Onde o trabalhador de entregas pode ir num restaurante, onde pode colocar sua bolsa”, são enunciados que emergem da presença do corpo-si e do enunciado aderente que o acompanha.

Como afirma Maingueneau (2022, p. 18): “O paradoxo constitutivo do enunciado aderente é então parecer um acréscimo, mas fazer de certa forma parte do suporte. Qualquer enunciado aderente implica, de fato, um mundo que torna sua existência necessária”. Dessa forma, a bolsa enquanto suporte que carrega um enunciado aderente ao corpo-si do trabalhador passa a inscrever relações de trabalho, lugares sociais destinados ao trabalhador e a própria precariedade do trabalho.

Já no caso do motorista de Uber ou 99 que veste camisas com a logo da plataforma, tem-se o corpo-si do trabalhador como um suportador da plataforma na medida em que ele não precisa usar essa vestimenta como uniforme, mas a escolheu por vontade própria. Neste caso, diferente do que Souza-e-Silva (2024, informação verbal) ponderou sobre a relação de poder entre a empresa e o trabalhador quando esta o obriga a carregar seus enunciados aderentes, no caso do motorista de Uber, a relação não é de poder, mas de pertencimento. Na Figura 3, a seguir, pode-se visualizar um ponto de venda de camisetas e acessórios para motoristas e entregadores a serviço de empresas de plataforma numa esquina do bairro Montese, em Fortaleza, Ceará — a imagem foi capturada em setembro de 2024.

Figura 3 – Ponto de venda de camisetas e acessórios para motoristas e entregadores



Fonte: Reprodução Google Maps

O trabalhador que escolhe adquirir, por conta própria, um acessório como esse, suporta a empresa para ser socialmente reconhecido como parte dela, como alguém que a representa, e isso permite a ele certos acessos a lugares e, consequentemente, a realização das atividades de trabalho. O entendimento dessa necessidade suscita a criação de um mercado informal de indumentárias e acessórios como o que se apresenta na imagem. O desejo de reconhecimento evoca a busca por uma identidade de trabalho que é negada pela relação contratual estabelecida entre plataforma e motorista e pelo próprio discurso de empreendedorismo que sustenta o vínculo de trabalho uberizado.

Tem-se aqui um corpo-si que cria e carrega enunciados aderentes para se identificar, em primeiro lugar, como trabalhador, e também como trabalhador vinculado a uma empresa, mesmo que essa empresa não o suporte nesta identidade. Por mais que esse sujeito reproduza o discurso do empreendedorismo de si, seu corpo enquanto suporte nos diz algo diferente. E assim tem-se uma disputa de sentidos no cotidiano do trabalho que evoca uma grande batalha travada no mundo do trabalho contemporâneo, em que se cobra que as empresas de plataformas sejam responsáveis pelos trabalhadores que tanto as validam financeiramente e simbolicamente.

Considerações finais

A breve reflexão tecida até aqui, com uma leitura analítica de dois exemplos de enunciados aderentes, nos possibilitou observar que elementos do imaginário ou da ordem simbólica têm consequências diretas para o trabalho e para o balizamento de outras organizações sociais. D'Andréa (2024) assinala que a noção de imaginários

sociotécnicos pode balizar um entendimento das plataformas digitais a partir de sua dimensão cultural, como as visões de mundo que essas podem ensejar. Em outras palavras, ainda conforme o autor (p. 8), “as plataformas operam como ambiências que estabelecem horizontes de possibilidade a partir dos quais projetamos e desdobramos nossos futuros”.

Além disso, a junção do debate sobre enunciados aderentes ao conceito de corpo-si reforça o alicerce teórico sobre o qual se assenta o binômio comunicação e trabalho, revelando que as relações de trabalho são materiais e simbólicas ao mesmo tempo e desse vínculo derivam as identidades de trabalho. Essa premissa já foi trabalhada em pesquisas anteriores sob outras abordagens, mas aqui, a escolha pelo caminho dos enunciados aderentes se deu por eles viabilizarem a compreensão das mudanças sociais em curso protagonizadas pelo trabalho mediado por plataformas. Dito isso, é possível a partir desta proposta aprofundar a análise dos enunciados aderentes suportados pelo corpo-si e como estes constroem discursos sobre as relações de trabalho atuais.

Referências

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a negação e a afirmação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

D'ANDRÉA, C. Imaginários sociotécnicos e plataformização: em disputa o(s) futuro(s). In: SANTOS, L. C. et al (org.) **Imaginários Sociotécnicos e Plataformas Digitais**. São Paulo: Intercom, 2024, p. 8-12.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**. Boitempo Editorial, 2017.

FAIRWORK. **Relatório Fairwork Brasil 2023**: Ainda em Busca de Trabalho Decente na Economia de Plataformas. Oxford, 2023.

FIGARO, R. A abordagem ergológica e o mundo do trabalho dos comunicadores. **Trabalho, Educação e Saúde**, v. 9, supl. 1, p. 285–297, 2011. DOI: <<https://doi.org/10.1590/S1981-77462011000400014>>

GROHMANN, R.; SALVAGNI, J. **Trabalho por plataformas digitais**: do aprofundamento da precarização à busca por alternativas democráticas. São Paulo: Edições Sesc SP, 2023.

ÍNDIO DO BRASIL, C. IBGE: país tem 2,1 milhões de trabalhadores de plataformas digitais. **Agência Brasil**, 2023. Disponível em:

<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-10/ibge-pais-tem-21-milhoes-de-trabalhadores-de-plataformas-digitais>>. Acesso em 15. jun. 2025.

MAINGUENEAU, D. **Enunciados Aderentes**. São Paulo: Parábola, 2022.

SILVA, N. R.; COSTA, R. R.; VIZENTIN, M. C. AGENDA PARA ESTUDOS DO CONCEITO DE MEDIAÇÃO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO: uma provocação a partir das reflexões sobre o trabalho mediado por plataformas. In: **ANAIS DO 33º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, 2024, Niterói. Anais eletrônicos..., Galoá, 2024. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/agenda-para-estudos-do-conceito-de-mediacao-no-campo-da-comunicacao-uma-provocac?lang=pt-br>> Acesso em: 21 Jun. 2025.

SCHWARTZ, Y. Conceituando o trabalho. O visível e o invisível. **Trabalho, Educação e Saúde**, Rio de Janeiro, v. 9. supl. 1, p. 19-45, 2011. DOI: <<https://doi.org/10.1590/S1981-77462011000400002>>

SRNICEK, N. **Capitalismo de plataformas**. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2018.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.