

Plataformização e produção biopolítica do espaço: cartografando a infiltração da *Uber* no Brasil

Platformization and the biopolitical production of space:
cartographing *Uber's* infiltration in Brazil

Ana Guerra*

Resumo

O presente artigo realiza uma aproximação entre o conceito de “Império”, conforme proposto por Hardt e Negri (2001), e o processo de plataformização a partir de uma breve cartografia da atuação da empresa *Uber* no Brasil. Presente em mais de 60 países, a *Uber* figura como um ator global no processo de plataformização da mobilidade e do trabalho. Tal expansão reverbera a lógica imperial de ocupação territorial e produção biopolítica do espaço. Tendo como base dados de uma pesquisa realizada entre março e dezembro de 2018, demonstramos neste trabalho, como o crescimento da *Uber* se associa à programabilidade da plataforma e também às parcerias com empresas de outros setores, de modo que, apresentamos exemplos de sua infiltração reticular e distribuída ao território brasileiro, principalmente, à cidade de Belo Horizonte.

Palavras-chave: plataformização; Império; biopolítica; *Uber*.

Abstract

This article performs an approximation of Hardt and Negri's (2001) concept of Empire and the process of platformization through a brief cartography of Uber's actions in Brazil. Active in over 60 countries, Uber is a global actor in the platformization of labor and mobility. This expansion resonates with the imperial logics of territorial occupation and biopolitical production of space. Based on data from a research developed between March and December of 2018, this work demonstrates how Uber's growth is connected to the platform's programmability and corporate partnerships and present examples of its networked and distributed infiltration in the Brazilian territory, especially in the city of Belo Horizonte.

Keywords: platformization; Empire; biopolitics; *Uber*.



1. Introdução

Fundada em 2009 no Vale do Silício, a *Uber* vem se destacando como um ator fundamental em transformações nas práticas de mobilidade urbana e gestão da força de trabalho. Seu carro chefe é um serviço de mobilidade via aplicativo em que passageiros solicitam viagens pelo aplicativo *Uber* e motoristas recebem as solicitações pelo *Uber Driver*. No Brasil, desde 2014, a *Uber* tem no país segundo maior mercado, atrás apenas dos Estados Unidos. O modelo de trabalho e mobilidade preconizado pela plataforma se baseia num regime “sob-demanda” apoiado em uma robusta materialidade técnica que, a partir da coleta e do processamento contínuo de dados gerados por motoristas e passageiros, age na distribuição e precificação das corridas e no gerenciamento do trabalho dos motoristas. A *Uber* se posiciona como um ator de destaque no processo de plataformação da mobilidade urbana e do trabalho. Por “plataformação”, entendemos a penetração das plataformas digitais, suas infraestruturas, modelos de negócio e princípios de governança em diversos setores e esferas da vida (POELL; *et al.*, 2019) e a organização de diferentes atividades em torno da lógica das plataformas.

Quando falamos em “plataformas”, não nos referimos simplesmente a aplicativos instalados em *smartphones*. “Plataforma” descreve uma rede complexa e diversificada, tanto em seus aspectos técnicos e materiais – servidores, cabos, torres de telefonia... –, quanto em aspectos políticos, econômicos e culturais. As plataformas se constituem tanto como construtos tecnoculturais, quanto como organizações socioeconômicas e agentes políticos (VAN DIJCK, 2013) inseridos em relações sociais e culturais, e atravessados pela apropriação de suas potencialidades por usuários diversos, sejam eles pessoas comuns, desenvolvedores independentes, empresas ou anunciantes (GILLESPIE, 2010).

O presente artigo assume como foco a dimensão organizacional das plataformas e os modos como plataformas transnacionais tramam uma infiltração reticular em territórios diversos e heterogêneos, num movimento que é ao mesmo tempo de expansão global e de adaptação à singularidades locais. A *Uber*, por exemplo, opera em mais de 700 cidades, em mais de 60 países, tão distintos quanto Brasil e Israel, Alemanha e Quênia, Catar e Honduras[1]. O avanço de plataformas sobre territórios nacionais coincide com um momento de hegemonia de uma economia pós-

fordista, baseada em informação e serviços, e com um avanço de políticas neoliberais (PLANTIN *et al.*, 2016; POCHMANN, 2016). Essa circunscrição permite que a plataformação seja lida a partir da ótica do que Hardt e Negri chamam de Império, levando em consideração elementos como o enfraquecimento do Estado-nação e as dinâmicas transnacionais que embasam a atual fase do capitalismo globalizado (PELBART, 2011).

Com isso em vista, propomos uma expansão da noção de plataformação que a compreenda também como uma lógica de ocupação e administração de corpos e territórios, e da razão neoliberal (DARDOT e LAVAL, 2016). Nesse sentido, sua dinâmica não se orienta por um ponto fixo de poder, centralizado e hierarquizado que irradia comandos, mas num arranjo de atores heterogêneos, que acionam linhas de forças em direções diversas. Diante disso, este trabalho inicia um gesto de “desenredar as linhas do dispositivo”, e “construir um mapa” (DELEUZE, 1996) que busca conferir visibilidade a estratégias de infiltração da *Uber* no território brasileiro e, mais especificamente, em Belo Horizonte. Conforme argumentamos adiante, este movimento se efetua na associação a outros atores e na imbricação a singularidades locais. Esperamos evidenciar a topologia reticular desse processo e algumas linhas de força e atores heterogêneos mobilizados. Apontamos ainda que não se trata de um processo puramente mercadológico, mas também biopolítico, atuando na produção de afetos e subjetividades (HARDT e NEGRI, 2011).

Este artigo tem como base um trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social, realizado entre março e novembro de 2018, que abordou a atuação da *Uber* no Brasil, as especificidades do *Uber Driver*, e as experiências cotidianas de motoristas *Uber*. A pesquisa se deu pelo emprego de metodologia mista e experimental. Para acessar as experiências e percepções dos motoristas utilizamos como técnicas de pesquisa entrevistas em profundidade com quatro motoristas *Uber* de Belo Horizonte, observação de um grupo no *Facebook*[2] e de seis grupos no *Whatsapp*. Para um estudo da mediação técnica do *Uber Driver*, inspiramo-nos em duas metodologias vinculadas aos estudos de plataformas para dar visibilidade às associações e ações que constituem o aplicativo: o desempacotamento de plataformas de Van Dijck (2013) e o *walkthrough method*[3] (LIGHT, *et al.*, 2016), que prescreve um percurso a partir do engajamento direto com a interface de aplicativos. Para acessar a interface do *Uber Driver*, valemo-nos de capturas de tela cedidas por um

dos entrevistados e por outras compartilhadas por motoristas em grupos do *Whatsapp* e no grupo do *Facebook*.

O presente artigo se baseia em dados de uma pesquisa realizada entre março e novembro de 2018, desenvolvida a partir de uma metodologia mista e experimental. Tendo como referência o método da cartografia, conforme preconizado por Deleuze e Guattari, não buscamos descrever um percurso linear que enquadra um objeto fixo, mas acompanhar um processo em constante transformação. Trata-se de um gesto de pesquisa que se coloca em movimento numa topologia que reitera aquela do processo que busca acompanhar. Assim, consideramos a plataformização em sua processualidade, em sua dinâmica modular, reconhecendo que a rede não se estabiliza por completo, mas se constitui em rearranjos de associações feitas e desfeitas, atores ora acionados, ora adormecidos. O movimento que aqui esboçamos não pretende oferecer uma representação acabada mas sim se colocar em movimento junto a um processo a partir de certo ponto, até certo ponto.

A seguir, descrevemos dois movimentos: um primeiro de articulação da noção de plataformização à lógica do Império, tendo em vista as dinâmicas organizacionais da *Uber*; O segundo movimento é de varredura e uma descrição incipiente do modos de expansão da *Uber* por associação a outros atores, globais e locais.

2. Plataformização e império

O processo de plataformização costuma ser protagonizado por plataformas privadas transnacionais com mecanismos e regulações próprias que frequentemente escapam ao controle do poder público local (VAN DIJCK, 2016). O conceito foi inicialmente proposto por Anne Helmond (2015) para tratar da “plataformização da web”, ou seja, “emergência da plataforma como modelo infraestrutural e econômico dominante da web social” (HELMOND, 2015, p. 5, tradução nossa). Já Plantin, Lagoze, Edwards e Sandvig (2016), identificam um duplo movimento, plataformização das infraestruturas e infraestruturalização das plataformas, chamando a atenção para a crescente ubiquidade e integração de plataformas digitais ao cotidiano, na *web* e no espaço físico. Van Dijck, *et al.* (2018) fala em “sociedades de plataformas” para tratar do crescente papel das plataformas na organização da vida pública e privada em diferentes setores,

como mobilidade, hospedagem, saúde, educação, entre outros. D’Andréa (2017), por sua vez, evoca a noção de “plataformização do social”. Dessa forma, a plataformização diz tanto de um movimento de expansão territorial por plataformas, quanto de penetração da vida individual e coletiva.

Uma análise da inserção das plataformas em territórios diversos e heterogêneos e sua ação na organização da vida social pode se beneficiar de uma leitura a partir da lógica imperial, conforme descrita por Michael Hardt e Antonio Negri (2001). Reconhecendo o livro “*Império*” (HARDT e NEGRI, 2001) como a primeira grande cartografia do terceiro milênio, Peter Pál Pelbart (2011) explica que, no Império o poder se exerce segundo uma lógica mais “democrática’, horizontal, fluida, esparramada, em rede, entrelaçada ao tecido social e a sua heterogeneidade” (PELBART, 2011, p. 81), coincidindo com a racionalidade das sociedades de controle, tematizadas por Gilles Deleuze (2013), que funcionam através de “mecanismos de monitoramento difusos, flexíveis, móveis, ondulantes, imanentes, incidindo diretamente sobre os corpos e as mentes, prescindindo das mediações institucionais” (PELBART, 2011, p. 81). Hardt e Negri descrevem o funcionamento do poder no Império a partir das noções de biopoder e biopolítica, vastamente exploradas por Michel Foucault (1980), salientando a natureza biopolítica do novo tipo de poder. Segundo os autores:

O biopoder é a forma de poder que regula a vida social por dentro, acompanhando-a, interpretando-a, absorvendo-a, rearticulando-a. [...] A função mais elevada desse poder é envolver a vida totalmente, e sua tarefa primordial é administrá-la. O biopoder, portanto, se refere a uma situação na qual o que está diretamente em jogo no poder é a própria produção e reprodução da vida.” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 43).

Trata-se de um poder que atua positivamente sobre a própria vida, mobilizando e produzindo corpos, subjetividades, afetos, e “se estende pelas profundezas da consciência e dos corpos da população” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 43). Essas novas dinâmicas ganham força junto a um movimento de transformações políticas e econômicas no sistema capitalista e no mundo do trabalho, de enfraquecimento da hegemonia fordista e ascensão modos pós-fordistas de produção “sem limites nem fronteiras” (PELBART, 2011, p. 81). Essa lógica incide sobre as dinâmicas territoriais e políticas, abalando a função mediadora das instituições estatais.

Desse modo, ganha força uma crise da soberania do Estado-nação, gradativamente transferida para formas de soberania imperial, tornando as fronteiras do Estado passíveis de serem penetradas. Essa transformação se associa à “incapacidade do Estado-nação de manter o controle sobre a totalidade de seu território e sobre as forças antagônicas que se movimentam dentro desse território” (NEGRI, 2003, p. 13), que passa a ser atravessado “por correntes antagônicas e múltiplos *inputs* linguísticos e culturais que retiram dele a possibilidade de colocar-se como hegemonia e de comandar o processo cultural” (NEGRI, 2003, p. 14).

Hardt e Negri (2001, p. 52) destacam o papel fundamental das corporações e da comunicação na determinação de uma “nova estruturação biopolítica do mundo” (HARDT e NEGRI, 2001, p. 51). Nesse ponto, enxergamos uma sólida interseção entre o Império e o processo de plataformização encarnado pela *Uber* em sua penetração nos territórios. Para os autores:

As grandes corporações transnacionais constroem o tecido conectivo fundamental do mundo biopolítico em certos e importantes sentidos. [...] na segunda metade dos século XX corporações industriais e financeiras multinacionais e transnacionais começam a de fato estruturar biopoliticamente territórios globais. [...] Tendem a fazer dos Estados-nação meramente instrumentos de registro de fluxo de mercadorias, dinheiro e população que põem em movimento. (HARDT e NEGRI, 2001, p. 51)

Desse modo, grandes corporações, mais do que produzir mercadorias, produzem subjetividades, necessidades, relações, corpos, mentes, afetos. Nesse sentido, importa reconhecer a “ordem dos nexos imateriais da produção de linguagem, da comunicação e do simbólico” (HARDT e NEGRI, p. 51). Aqui se revela o papel da comunicação como um agente organizador do movimento da globalização. As indústrias de comunicação e as redes de informações, atuam diretamente no terreno político, produzindo e mobilizando imaginários. Assim, quando localizamos a plataformização e o modelo de atuação da *Uber* no contexto e na lógica da economia de informação pós-fordista a situamos também dentro do *modus operandi* imperial, que age tanto na reorganização do mercado global, quanto na produção biopolítica de corpos, afetos e subjetividades.

Em nosso percurso, a topologia reticular da atuação da *Uber* e de sua distribuição no espaço se revelou logo nos primeiros passos da cartografia, num movimento que ainda tateava em busca de pontos de entrada. A expectativa de ter contato com alguém que falasse em nome da *Uber* em um espaço físico demarcado foi rapidamente desmontada pelo arranjo que se revelou. Os mais comuns dos “espaços” administrativos da *Uber* nas cidades são os centros de atendimento destinados a atender motoristas. Na região metropolitana de Belo Horizonte a *Uber* conta com três centrais de atendimento na capital (localizadas nos bairros Barreiro, Caiçara e Funcionários) e uma em Betim (bairro Filadélfia). Visitamos o centro do bairro Funcionários, no terceiro andar de um prédio comercial. No entanto, segundo nos informou um recepcionista, nenhum funcionário diretamente ligado à *Uber* trabalha nos centros – são todos terceirizados. A *Uber* também possui sedes nacionais em alguns países onde opera.

No Brasil, conforme informava os termos de uso no site da empresa[4], a sede da “*Uber do Brasil*” funciona na av. Brigadeiro Faria Lima, na cidade de São Paulo, nos 26º e 27º andares da torre comercial que divide espaço com o Instituto Tomie Ohtake, que também tentamos visitar. Ainda na recepção do prédio a recepcionista – que não podia autorizar nossa entrada nem nos fornecer qualquer telefone ou e-mail de contato informou que “aqui não trabalha ninguém da *Uber*” e que as salas seriam ocupadas por agências de atuação jurídica e publicitária, contratadas pela plataforma *Uber*.

Há ainda um segundo endereço em São Paulo, que consta na certidão gerada no site da Receita Federal a partir do número do CNPJ da *Uber do Brasil*. O quadro societário da empresa é composto por duas subsidiárias, a *Uber International BV* e a *Uber International CV* e um empresário brasileiro. A *Uber BV* e a *Uber CV* são subsidiárias holandesas registradas nas Bermudas e são parte de um esquema legal de esquiva do pagamento de impostos conhecido como “duplo-holandês”. Como aponta Slee (2017), essa prática enfraquece a circulação de capital nas economias locais das cidades. O autor explica o funcionamento do esquema a partir das operações da *Uber* no Canadá:

Se você pega um carro naquele país, o pagamento em cartão de crédito vai para a *Uber BV*, que, por razões tributárias opera na Holanda. A *Uber BV* tem uma montanha de receitas, mas não faz lucro (e, portanto, não

paga impostos) porque paga uma grande taxa de licenciamento para outra subsidiária da empresa, a Uber international CV. As licenças da propriedade intelectual não são tributadas na Holanda, ou seja, a Uber International é mais uma que opera sem recolher impostos, e pode transferir todo o dinheiro para a sede da empresa, nas Bermudas. (SLEE, 2017, p. 138)

As duas subsidiárias funcionam no HQ[5] da Uber em Amsterdã, no mesmo endereço onde os dados dos usuários de fora dos Estados Unidos são armazenados. Essa breve descrição nos permite entrever a articulação reticular e um certo esforço de opacidade que caracterizam a dimensão organizacional da Uber. O HQ no Vale do Silício, o HQ em Amsterdã, subsidiárias registradas nas Bermudas, escritórios nacionais, centros de atendimento e *lounges* distribuídos por centenas de cidades. Além dos escritórios, a Uber inaugurou no final de 2018 em São Paulo o primeiro centro tecnológico da empresa na América Latina[6]. Esse percurso inacabado revela a impossibilidade de localizar sua atuação como um ponto exato no mapa. A Uber não existe apenas como um escritório empresarial ou como filial, nem está simplesmente encarnada em um representante. Antes disso, ela é um arranjo difuso e reticular — mas não por isso menos material —, amplamente terceirizado, distribuído por aplicativos, servidores, motoristas, advogados, lobistas, engenheiros de software, cientistas de dados, publicitários, centrais de atendimento, CEOs, diretores de comunicação e investidores. Uma rede cujos rastros e conexões parecem ter sido propositalmente apagados, na qual os motoristas, passageiros e aplicativos são apenas os nós mais visíveis.

O êxito da Uber em adentrar territórios deriva também de uma ampla atuação jurídica que a permite regulações locais. Ao se posicionar como uma empresa de aplicativos que simplesmente fornece um software que conecta as duas pontas de uma troca comercial, as empresas se isentam de responsabilidades legais, fiscalizações e custos que seriam impostos a uma empresa de transporte, por exemplo. A Uber faz questão de deixar claro que “não é uma empresa de transporte. A Uber é uma empresa de tecnologia. Nós desenvolvemos um aplicativo que conecta motoristas parceiros a usuários que desejam se movimentar pela cidade”[7]. Conforme aponta Slee, empresas como a Uber atuam em um movimento pela desregulação que parte de

uma oportunidade para desafiar as regras formuladas pelos governos municipais ao

redor do mundo e para remodelar as cidades de acordo com seus interesses. Não se trata de construir uma alternativa à economia de mercado dirigida por corporações. Trata-se de expandir o mercado para todas as áreas de nossas vidas. (SLEE, 2017, p. 48)

As disputas sobre o status da Uber e outras empresas de transporte por aplicativos e as regulamentações sob as quais devem operar marcam boa parte de sua trajetória. Tozi e Duarte (2017) apontam a agressividade de estratégias políticas e jurídicas adotadas, além de um padrão insubordinação em relação às legislações municipais. Slee (2017) e Calo e Rosenblat (2016) apontam as práticas agressivas de *lobby* e o forte arsenal jurídico como estratégias características das empresas de economia do compartilhamento.

No Brasil, isso se fez visível a partir do PLC 28/2017, que originalmente atribuía aos municípios o controle das atividades das empresas como a Uber. A plataforma partiu para uma intensa disputa política, que incluiu um robusto *lobbying* junto à outras plataformas de transporte individual, acompanhado por uma campanha publicitária que alertava motoristas e passageiros sobre os perigos do PLC 28/2017 para o acesso à mobilidade e a fonte de renda de milhares de brasileiros. Apelidando o PLC de “Lei do Retrocesso”, as empresas agiram com campanhas na televisão, no *Youtube*, e em redes sociais, além de notificações do aplicativo, e-mails e mensagens via SMS enviadas aos usuários. A campanha foi exitosa, tendo mobilizado amplamente motoristas de aplicativos a se manifestarem, inclusive se deslocando até a capital federal durante a votação. O texto da lei acabou sendo aprovado com alterações favoráveis às plataformas.

Esse breve panorama evidencia a lógica imperial inscrita na atuação da Uber. A empresa opera uma penetração reticular que se distribui por territórios, tensionando e flexibilizando as fronteiras e as leis do Estado-nação por diferentes vias. A complexa ocupação territorial da Uber se torna mais clara quando compreendida a partir da dimensão infraestrutural da platformização, que evidencia que movimento reticular é também de expansão e de conexão com outras redes mercadológicas, políticas e afetivas.

3. Infraestruturalização

Advogando pela aproximação entre os estudos de plataformas e estudos de infraestruturas, Plantin, *et al.* (2016) partem do crescimento da *Google* e do *Facebook* para apontar atores que, por um lado, apresentam-se como plataformas programáveis e, por outro, vem se tornando “tão ubíquos e integrados que poderiam ser vistos como infraestruturas: robustos, amplamente compartilhados, amplamente acessíveis e essenciais” (PLANTIN *et al.*, 2016, p. 294, tradução nossa). Argumentando que “as plataformas emergem quando as infraestruturas se estilhaçam” (PLANTIN *et al.*, 2016, p. 10), os autores associam esse movimento à ascensão de políticas neoliberais de desregulação e privatização das infraestruturas, que ganharam força a partir da década de 1970.

Plantin *et al.* identificam um duplo movimento de plataformização das infraestruturas e de infraestruturalização das plataformas, tornado possível pelas tecnologias digitais e circunscrito em uma conjuntura política e econômica neoliberal, estrição que reverbera no contraste entre modelos de gestão das infraestruturas e das plataformas. Enquanto as primeiras têm sua administração e regulação tradicionalmente vinculadas ao poder público, operando como serviços essenciais orientados para valores públicos, as segundas costumam ser geridas por entidades privadas, orientadas para a competição e para o lucro. Esta tensão é agravada pela dificuldade de regulação nacional e local dessas plataformas que, como vimos, são antes não apenas privados, mas também transnacionais e se munem de estratégias jurídicas e comunicacionais para contornar as legislações dos territórios em que se inscrevem. Nesse sentido, a plataformização não é um simples movimento de inserção de novos produtos e serviços em um mercado, e acusa um avanço sobre as próprias estruturas do poder público em âmbito local e nacional. Como apontado no artigo, “a emergência da computação ubíqua em rede e o sentimento político em transformação criaram um ambiente no qual as plataformas podem atingir grandes escalas, coexistir com infraestruturas e, em alguns casos, competir com elas ou até suplantá-las” (PLANTIN, *et al.*, 2016, p. 12, tradução nossa).

Esses apontamentos abrem espaço para questionamentos sobre um possível duplo status da *Uber* enquanto plataforma e como potencial infraestrutura. Tozi e Duarte (2017) apontam a associação entre o estabelecimento da *Uber* em alguns

municípios à ocorrência de “economias de aglomeração, concentração populacional e de renda, congestionamentos e sistemas de transporte público deficitários em qualidade e quantidade” (TOZI e DUARTE, 2018, p. 330), ou seja, contextos em que a infraestrutura de mobilidade urbana é deficitária. Em setembro de 2017, anunciou em Belo Horizonte o “Plano de Integração Metropolitana”[8], voltado para regiões mais afastadas do centro da cidade, que oferece 15% de desconto para viagens de *Uber X* nessas regiões com origem ou destino em pontos fixos do transporte público, como estações de metrô e do sistema BRT-MOVE. Tozi e Duarte identificam uma tendência a um “governo privado da vida coletiva e de uma gestão corporativa dos deslocamentos”.

Um exemplo mais recente dos modos como a *Uber* tensiona o poder público, ao mesmo tempo em que se articula a ele é o *Uber Movement*, lançado no Brasil em maio de 2018. O *Movement* abre ao público parte dos dados coletados, armazenados e processados pela *Uber* sobre a mobilidade e o trânsito onde opera – dados obtidos através do trabalho e do comportamento de uma multidão de motoristas e passageiros usuários dos aplicativos. A *Uber* disponibiliza uma série de dados sobre o trânsito das cidades, como tempo de deslocamento de um ponto a outro, velocidade das vias, entre outros, e se posiciona como um parceiro da gestão pública das cidades e de pesquisadores. No Brasil, a plataforma publicizou dados sobre a cidade de São Paulo, divulgados em uma pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisa Econômica (Fipe). O relatório[9] publicado pela Fipe (2019) descreve o resultado obtido através do *Uber Movement* como “de altíssimo grau de precisão” (FIPE, 2019, p.1) e recomenda que os dados sejam empregados “para informar de forma objetiva o debate sobre a mobilidade urbana e auxiliar os planejadores de políticas públicas em suas decisões (FIPE, 2019, p. 36).

De volta às contribuições de Plantin *et al.*, os autores apontam a programabilidade das plataformas como um aspecto fundamental para o duplo plataformização-infraestruturalização. Nesse ponto, atuam as APIs (sigla em inglês para “interface de programação de aplicação”) das plataformas, interfaces que permitem a interação dos usuários com dados e funcionalidades da aplicação original. Por meio das APIs, desenvolvedores externos podem incorporar a aplicação original à outras aplicações e, criar um fluxo de troca de dados (PLANTIN *et al.*, 2016). Nesse sentido, as APIs permitem que plataformas descentralizem a

programabilidade ao mesmo tempo em que centralizam uma vasta produção de dados (HELMOND, 2015). Essas proposições indicam caminhos para compreender como a *Uber* busca se estabelecer como infraestrutura de mobilidade. Nas próximas seções apresentamos um breve levantamento das conexões estabelecidas pela *Uber* a partir de sua programabilidade e, principalmente, de parcerias com atores diversos que visam não apenas um ganho mercadológico, mas também político e afetivo. Buscamos aqui fornecer algumas pistas pelas quais investigar o processo de plataformização performado pela *Uber* a partir de duas frentes: 1) APIs e programabilidade; 2) Parcerias, por sua vez, divididas em três eixos: A) Recursos para motoristas por meio de parcerias com empresas de grande e pequeno porte; B) Parcerias com ONGs; C) Associação a eventos e afetos locais;

3.1. APIs e Programabilidade

Os esforços de expansão da programabilidade da *Uber* por meio de APIs se iniciam em 2014, quando a plataforma passou a disponibilizar algumas modalidades de API para desenvolvedores externos. Estão disponíveis APIs para o aplicativo do passageiro, *Uber*; o aplicativo do motorista, *Uber Driver*; e para o *Uber Business*, serviço de viagens corporativas para empresas. Por hora, nos debruçamos brevemente sobre os dois primeiros. Não encontramos exemplos brasileiros do emprego das APIs, os serviços apresentados pela *Uber* se concentram nos Estados Unidos. Embora este artigo tenha como objetivo prioritário um estudo sobre a presença e a atuação da empresa em território brasileiro, conhecer essa estratégia ajuda a elucidar aspectos aos quais devemos nos atentar quando nos propomos a acompanhar processos de plataformização e mesmo singularidades do processo em países de centro e de periferia do sistema capitalista.

A API do aplicativo do passageiro tem como principal funcionalidade a integração do botão de solicitação de corrida em aplicativos externos. No site voltado a desenvolvedores[10], a *Uber* convida empresas e serviços. A API permite a solicitação de corridas diretamente pelo aplicativo externo, a exibição da estimativa de duração e preço da viagem e o envio de notificações aos usuários, e é direcionada a dois grupos principais. Um primeiro grupo – chamado pela empresa de “setores” – compreende empresas que ocupam um espaço físico e operam no setor de serviços, como companhias aéreas, hotéis, eventos e varejo, que fazem uso de aplicativos próprios para operar parte

de seus serviços. O segundo grupo – aplicações – é composto por empresas cujos serviços são exatamente os aplicativos, com finalidades diversas: redes sociais, mapas, calendários, guias sociais, entre outros. Dentre as aplicações estão também dispositivos de *Internet das Coisas*, como o *Echo*, da *Amazon*, a *Cortana*, da *Microsoft*, e dispositivos vestíveis da *Garmin*.

Já a descrição API do *Uber Driver*[11], desenvolvedores são convidados a utilizar dados atualizados continuamente para “moldar o futuro da economia sob demanda”, construindo soluções para tornar a experiência dos motoristas mais produtiva. A partir dos produtos apresentados no site da empresa voltado para desenvolvedores, observamos que as aplicações se voltam prioritariamente a um autogerenciamento financeiro e produtivo dos motoristas. O *Payfare* por exemplo, é uma aplicação da *Mastercard* que “captura os dados de rendimentos dos motoristas [...] em tempo real para garantir que tenha acesso ao dinheiro que ganharam”. O serviço é descrito como uma “solução bancária sob demanda”. Já o *Stride*, oferece uma ferramenta que auxilia o motorista, baseado nos EUA, na gestão de seus impostos, com uma calculadora de impostos que permite um maior aproveitamento das deduções de impostos com base em seus gastos com o trabalho. O *SherpShare*, por sua vez oferece funcionalidades voltadas ao gerenciamento e à otimização da produtividade do motorista, utilizando dados do histórico de corridas do motorista para gerar padrões e indicar rotas pelas quais ele poderá conseguir mais corridas. Estes serviços se apresentam como ferramentas auxiliares para o gerenciamento-de-si que caracteriza o trabalho dos motoristas

As aplicabilidades das APIs do *Uber* e do *Uber Driver* demonstram que a plataformização não se dá puramente pela mediação técnica de plataformas isoladas, mas pela mobilização de um ecossistema de plataformas (VAN DIJCK *et al.*, 2018), que se conectam umas às outras, trocam dados, e articulam interesses corporativos. Embora a programabilidade via API seja apontada como um dos fatores fundamentais para a infraestruturalização das plataformas (PLANTIN *et al.*, 2016; HELMOND *et al.*, 2019), ela deixou de ser priorizada pela *Uber* nos últimos anos. Os últimos anúncios de parcerias via API em seus blogs de desenvolvimento e engenharia datam de 2016. Projetos mais recentes se voltam ao desenvolvimento de tecnologias de aprendizado de máquina e de estudos feitos a partir de suas bases de dados, como o *Uber Movement*, introduzido na seção anterior, que, diferentemente dos serviços via API, foi lançado no mercado brasileiro.

3.2. Parcerias: mercado, moral e afetos

Se as APIs não fornecem um aporte tão sólido para conhecer a atuação da *Uber* no Brasil, as parcerias, por sua vez, nos permitem um mapeamento mais direcionado. As parcerias construídas pela empresa são diversas e frequentemente temporárias, acusando novamente uma dinâmica acelerada, flexível e modular. Como dito anteriormente, mapeamos as parcerias em três eixos, sem, por hora, nos deter demasiadamente em nenhum deles. Cada um desses eixos, bem como outros que não foram incluídos neste artigo, merece ser investigado mais a fundo em sua complexidade e diversidade de ramificações. Em nosso olhar ainda superficial sobre eles, emergem algumas camadas da atuação reticular da *Uber* e sua adequação à dinâmica imperial: reticular, horizontal conectada, biopolítica.

3.2.1 Empresas e recursos para motoristas

A *Uber* oferece aos motoristas “parceiros” algumas vantagens e recursos a partir de parcerias com outras empresas, em sua maioria na forma de descontos em serviços relacionados a seu trabalho. Essa estratégia incorpora uma rede de conexões com desdobramentos mercadológicos em diferentes setores, articulados a nível global, nacional e local. Nesse movimento, a empresa se associa a um mercado pré-existente. Muitas dessas parcerias são temporárias, evidenciando uma dinâmica flexível e modular em que motoristas são incentivados a aproveitar as vantagens enquanto podem. Todas as parcerias aqui listadas foram mapeadas a partir de publicações na *newsroom*[12] e no blog[13] da própria empresa.

No Brasil, até o momento da redação deste artigo, a *Uber* estabelece parcerias com duas empresas estrangeiras, ambas estadunidenses: a *Udemy* e a *Cargo*. A *Udemy* é uma plataforma de aprendizado que vende cursos de criadores de conteúdo online, apontada por Van Dijck *et al.*, (2018) como um dos atores da plataformização da educação. Com cerca de 30 milhões e 100 mil cursos, a empresa se posiciona como “o *marketplace* líder global para ensino e aprendizado”[14]. A parceria com a *Udemy* foi lançada em março de 2018 e oferecia acesso a mais de 65 mil cursos online, com descontos de até 90%. A iniciativa era voltada ao desenvolvimento da produtividade e do empreendedorismo dos motoristas: “É uma oportunidade para aprender inglês, uso de Excel, empreendedorismo, finanças pessoais ou produtividade sem alterar a sua rotina”. Embora a publicação

informe que a promoção seria válida apenas até o final daquele mês, o link para os cursos com desconto na site da *Udemy*[15] continuava ativo no momento da redação.

Já a parceria com a *Cargo* acrescenta uma nova camada ao trabalho do motorista e é apresentada como “mais uma opção de renda extra”[16]. A *Cargo* é uma *start up* de “comércio *in-car*” que se vende como fornecedora de uma “mini-loja de conveniência” que pode ser instalada no carro dos motoristas que podem revender os produtos, como alimentos e acessórios para celular, aos passageiros durante a corrida. A venda funciona via QR Code: o passageiro com seu celular, é direcionado ao site da *Cargo*, realiza o pagamento e retira o produto com o motorista, que fica com parte dos lucros (a porcentagem não é especificada). Diferentemente da *Udemy*, cuja expansão global está consolidada, a *Cargo* tem no Brasil seu primeiro destino internacional. A empresa chega ao país em parceria com a *Uber* e o Posto Ipiranga – os motoristas retiram as caixas gratuitamente nas lojas AM/PM da rede de postos de gasolina.

No Brasil, a *Uber* conta com parcerias com empresas nacionais que oferecem vantagens a motoristas em todo o país. A parceria com o Posto Ipiranga é anterior à união das duas empresas, a *Cargo* funciona a partir de uma conexão entre o *Uber Driver* e o aplicativo *Abastece Ai*[17]. Fazendo *log-in* com seus dados de cadastro na *Uber* no aplicativo do Ipiranga, motoristas com no mínimo 10 viagens nos últimos 60 dias ganham 5% de desconto no abastecimento. Já a *Baglev*[18], oferece descontos a motoristas *Uber* na compra das chamadas “bolsas automotivas”, bolsas térmicas adaptadas para a instalação em carros para armazenamento de água e alimentos. Diferentemente da *Cargo*, a *Baglev* não opera como um serviço de revenda. Seu produto é vendido como parte da qualidade do serviço do motorista, a quem é recomendado oferecer água e balas aos passageiros. A *Uber* estabelece ainda parceria com três empresas de aluguel de veículos, com descontos especiais para motoristas cadastrados. A *Localiza Hertz* se conecta diretamente à conta do motorista no *Uber Driver*, oferecendo um plano semanal pós-pago, debitado diretamente nos ganhos do motorista pela *Uber*. O plano funciona com um pacote de quilometragem semanal. Já a *Movida* e a *Unidas* oferecem planos mensais, sem débito direto na conta *Uber*.

Finalmente, motoristas da *Uber* podem também acessar vantagens locais, direcionadas à cidades e regiões específicas.

As vantagens listadas para Belo Horizonte contemplam serviços de abastecimento e de manutenção e incluem descontos para instalação de GNV, abastecimento, produtos e serviços de manutenção e limpeza, e venda de pneus. As vantagens contemplam pequenas empresas de comércio localizado e evidenciam o atrelamento da *Uber* à economia local das cidades onde opera.

3.2.2 ONGs e OSCIPs

Outro importante eixo de atuação da *Uber* é sua vinculação à pautas progressistas por meio da associação a iniciativas do terceiro setor como organizações não-governamentais (ONGs) e organizações da sociedade civil de interesse público (OSCIPs). Mapear as conexões entre a *Uber* e organizações do terceiro setor é especialmente interessante sob a ótica do *Império*. Ao tratarem da produção biopolítica dos territórios e da flexibilização das fronteiras do Estado-nação, Hardt e Negri (2001) reconhecem nas ONGs como o mais importante instrumento de intervenção moral do Império, já que “justamente por não serem administradas diretamente por governos, entende-se que agem a partir de imperativos éticos ou morais” (HARDT e NEGRI, 2001. p. 54). Ao falar em “ONGs”, os autores têm como referência organizações globais, regionais e locais que tem como principais pautas e frentes de ação a proteção aos direitos humanos.

A principal frente de ação da *Uber* junto a ONGs no Brasil reside em organizações voltadas à promoção da igualdade de gênero. Em 2018, a empresa divulgou em sua *newsroom* um texto no qual firma um “compromisso com as brasileiras” e anuncia parceria a uma série de iniciativas e investimento de R\$ 1,55 milhão. As parcerias vão desde o financiamento de projetos próprios das organizações a projetos em conjunto. Neste último caso, prevalecem projetos de comunicação, como produção e distribuição de conteúdos de conscientização sobre igualdade de gênero e violência contra a mulher para motoristas e passageiros. A *Uber* também desenvolve projetos mais práticos. Em parceria com a plataforma educativa *Força Meninas* – única dentre as nove listadas que se não se posiciona como iniciativa sem fins lucrativos, mas sim como iniciativa empresarial limitada – e com a ONG estadunidense *Code.org*, lançou em abril de 2019 o projeto “Eu Consigo”[19], que conta ainda com verbas da Lei de Incentivo à Cultura, do Ministério da Cidadania. O projeto, segundo a *Uber*, tem como foco o incentivo à participação feminina em áreas como tecnologia e engenharia. O “Eu Consigo” funciona como uma caravana que circularia por 18 cidades brasileiras.

A rede de organizações parceiras da *Uber* inclui tanto organizações internacionais quanto locais, sendo muitas destas financiadas por grandes atores globais. O financiamento das ONGs combina fundos nacionais, internacionais e supranacionais, recursos públicos e privados. É particularmente interessante mencionar que nos sites de seis das ONGs voltadas à igualdade de gênero elencadas pela *Uber*, constam em listas apoiadores e parceiros grandes ONGs globais, como *Open Society Foundation* e *Avaaz*, empresas transnacionais a *Google* e a *Accenture*, órgãos supranacionais, como fundos da Organização das Nações Unidas, União Europeia e Banco Mundial, e agências de governos voltadas para atuação internacional, como o USAID, dos EUA.

Se os exemplos mencionados acima operam prioritariamente na ordem simbólica, a *Uber* também estabelece parcerias que materializam uma incursão mais direta no território. É o caso da criação da *Uber Move*[20], descrita como “plataforma de impacto social”. Parte do projeto consiste na inserção da *Uber* na comunidade de Heliópolis, na zona sul da Cidade de São Paulo, em parceria com a Central Única de Favelas (CUFA)[21], OSCIP com atuação em comunidades e periferias distribuídas pelo território brasileiro. No site, a empresa aponta o “Feito em Heliópolis” como “a primeira intervenção da *Uber* em uma comunidade em todo o mundo”. O projeto consiste na instalação de pontos de encontro para passageiros dentro de Heliópolis, que visam “a ampliar o acesso e as oportunidades para quem é da comunidade, ao mesmo tempo em que busca melhorar a experiência dos motoristas parceiros”[22]. Nesse mesmo texto, a empresa sinaliza que esses são apenas os primeiros passos de um projeto maior de entrada em comunidades. Dessa forma, Heliópolis funciona como um tipo de “laboratório” de testes para a *Uber Move*.

Os primeiros Pontos de Encontro *Uber* estão sendo implantados em Heliópolis, mas a ideia é que eles sejam apenas um ponto de partida para algo maior. Após o período de testes e aprendizados, a *Uber Move* quer ampliar ainda mais esse movimento, levando mais pontos de encontro para outras comunidades.

Além da construção de pontos de encontro, a atuação da *Uber Move* também passa pelo apoio, ora pontual, ora de longo prazo, a projetos sociais em comunidades. Em dezembro de 2018, por exemplo, a *Uber* anunciou que, para cada extra pago pelos passageiros aos motoristas pelo aplicativo – gorjetas – a mesma quantia seria doada pela empresa a projetos sociais

selecionados. Dentre os projetos apoiados pela *Uber* em comunidades brasileiras estão “Taça das Favelas”, “Pracatum Inglês”, “Mídia Maré”, “Favelagrafia” e “Novas Trilhas”, esse último em Belo Horizonte. Essas ações sinalizam a preocupação em adequar suas estratégias para dar conta da heterogeneidade do território e ocupar espaços cujas dinâmicas de mobilidade e trabalho diferem daquelas da cidade formal.

3.2.3 Mobilização de imaginários e produção de afeto

Finalmente, a infiltração territorial da *Uber* é também um apelo afetivo. As ações da *Uber* revelam um esforço para se conectar a afetos locais, tanto por meio de campanhas publicitárias em apoio a causas progressistas, quanto em ações concretas junto a eventos, espaços e outros elementos que fazem parte dos imaginários das cidades onde atua. Uma das estratégias mais visíveis é a associação a clubes de futebol, que passa pelo patrocínio de clubes, promoções para torcedores e vídeos publicitários.

Em 2017 a empresa passou a patrocinar tanto o Cruzeiro Esporte Clube quanto o Clube Atlético Mineiro, os dois principais times de futebol de Minas Gerais e clássicos rivais, tornando-se o aplicativo de mobilidade oficial dos clubes[23] e anunciou que a parceria daria aos torcedores a “a chance de apoiá-los com o toque de um botão”, já que parte do valor arrecadado em viagens iniciadas ou encerradas próximas aos estádios em dias de jogos passaria a ser revertida para os clubes”, e reforça, em negrito: “Quanto mais o torcedor usar, mais o clube ganha”. Outros exemplos de ações em Belo Horizonte são a participação da empresa no carnaval em 2018[24], e nas Paradas LGBT. Na Parada LGBT 2018, a empresa foi o aplicativo oficial de mobilidade do evento[25] e marcou presença com um trio elétrico pintado com as cores da do Orgulho, a *hashtag* “#VamosJuntos” no topo do palco principal, além de um bandeirão, adesivos e balões, todos contendo o logo da empresa.

4. Considerações finais

Neste artigo, buscamos conferir visibilidade à alguns dos caminhos pelos quais a *Uber* se insere no território brasileiro, em Belo Horizonte e aos tipos de conexões que ela estabelece. Esse breve levantamento pode apontar lugares aos quais devemos nos atentar quando nos propomos a investigar o processo de

plataformização. Essa cartografia inicial deixa abertas algumas lacunas, em especial no que diz respeito às disputas legais em torno da regulamentação da *Uber* e sua relação com o Estado. Ao tratar da lógica imperial e da plataformização, não devemos ver no Estado uma entidade passiva, esmagada verticalmente por forças imperiais que atuam *de fora*. A lógica do capital, e, mais ainda, a razão neoliberal (DARDOT e LAVAL, 2011) opera de dentro dos próprios mecanismos do Estado, ora pelo seu enfraquecimento, ora por entrelaçamentos com a iniciativa privada.

Como ator capital do processo de plataformização, a *Uber* opera como um complexo arranjo, flexível e em constante movimento, ao qual atores diversos são conectados e desconectados. Em associações heterogêneas a motoristas e passageiros, aplicativos, empresas, ONGs e afetos, a plataforma se expande globalmente e se infiltra em territórios diversos, envolvendo-se em disputas legais e comerciais, e adequando-se a singularidades locais. Esperamos, com essa breve cartografia, ter apontado alguns caminhos para investigações sobre o processo de plataformização no que diz respeito à suas dinâmicas de ocupação territorial, e desvelado pistas para a compreensão de como plataformas digitais vem atuando na produção biopolítica (HARDT e NEGRI, 2001) do espaço.

Encerramos este artigo chamando a atenção um outro aspecto imprescindível à compreensão da plataformização, apontado por Hardt e Negri como uma dimensão fundamental da ascensão do *Império*: as transformações no mundo do trabalho. Ao falar em um “capitalismo rizomático”, Pelbart (2011) nota o desmanche das estruturas rígidas e hierárquicas das heranças fordistas e tayloristas e o enredamento de formas mais flexíveis, horizontais e autônomas de trabalho, às quais a figura do empreendedor autogerenciado é central.

O trabalho é um elemento fundamental da expansão da *Uber* em dois sentidos. De um lado, a emergência do trabalho imaterial, criativo, afetivo que perpassa as estratégias de *marketing* e comunicação e ações de mobilização e produção de imaginários, afetos e subjetividades. Por outro lado, o trabalho físico, por vezes exaustivo, e emocional dos motoristas *Uber*, uma força de trabalho de milhões de trabalhadores, gerenciados em escala global. Esse gerenciamento global da força produtiva, em um regime de trabalho algorítmico (ROSENBLAT e STARK, 2016) baseado na coleta e no processamento de dados, e em

mecanismos próprios do aplicativo *Uber Driver*, que organiza sua distribuição, e monitora performance. Quando nos atentamos a esses aspectos do trabalho plataformizado, outros atores vem compor o arranjo, agir sobre ele e com ele: algoritmos, dados, processadores, servidores, torres de telefonia, satélites. A rede parece crescer indefinidamente e se desdobrar em linhas multidirecionais. O que nos resta e nos cabe é o esforço de tomar algumas dessas linhas em mãos, pelo meio, seguir os atores que as tensionam, e entrar em movimento com os processos que escolhemos acompanhar.

Notas

1. Informações disponíveis em <<https://www.uber.com/pt-BR/country-list/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
2. Grupo *Uber MOTORISTAS sem mi-mi-mi*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/1251834444868309/>>. Acesso em: 17 de junho de 2019.
3. “Método passo a passo”.
4. Acesso em junho de 2018
5. Abreviação para *Headquarter*, “Quartel General” em inglês
6. Informação disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/uber-centro-desenvolvimento-tecnologico-america-latina/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
7. Informação disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
8. Informação disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/belo-horizonte/integracao-regiao-metropolitana-de-bh>>. Acesso em 17 de jun. de 2019
9. Disponível em <<https://uber.app.box.com/v/relatorio-fipe>>. Acesso em 17 de jun. de 2019
10. Disponível em <<https://developer.uber.com/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
11. Disponível em <<https://developer.uber.com/showcase?selected=drivers>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
12. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
13. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
14. Disponível em <<https://about.udemy.com/pt-br/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
15. Disponível em <<https://www.udemy.com/collection/uber-brasil/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.
16. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/pme/balinhas-startup-que-da-renda-extra-a-motoristas-de-uber-chega-ao-brasil/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

17. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/parceria-ipuranga-abastece-ai/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

18. As marcas do 15-M: os indignados espanhóis e os partDisponível em <<http://www.baglev.com.br/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

19. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/projeto-eu-consigo-inspirando-garotas/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

20. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/uber-move-comunidades/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

21. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/heliopolis/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

22. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/sao-paulo/uber-move-pontos-de-encontro-em-heliopolis/>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

23. Informação disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/belo-horizonte/uber-parceria-atletico-cruzeiro/>>. Acesso em 30 de jul. de 2018

24. Informação disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/belo-horizonte/uber-no-carnaval-bh-2018/>>. Acesso em 30 de jul. de 2018

25. Informação disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/blog/belo-horizonte/parada-lgbtq-bh/>>. Acesso em 30 de jul. de 2018

Referências

D'ANDRÉA, C. **Rumo a uma plataformização do social**, 2017. Disponível em <<https://medium.com/@carlosdand/rumo-a-uma-plataformiza%C3%A7%C3%A3o-do-social-2384f990fbad>>. Acesso em 13 set. 2018.

DELEUZE, G. *Post Scriptum* sobre as sociedades de controle. In: ___. **Conversações: 1972-1990**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2013.

DELEUZE, G. O que é um dispositivo?. In: **O mistério de Ariana**. Lisboa: Ed. Vega, 1996.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I - A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS; UBER DO BRASIL TECNOLOGIA LTDA.; **Estudo da mobilidade urbana na região metropolitana da cidade de São Paulo**. São Paulo, 2019, 46 p.

GALLOWAY, A.; THACKER, E. **The Exploit**. Minneapolis: University of Minnesota, 2007.

GUERRA, A. **Plataformização do trabalho: um estudo das redes em ação no trabalho dos motoristas Uber**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

GILLESPIE, T. The Politics of ‘Platforms. In: **New Media & Society**. v. 12, n. 3, p. 347 a 364, 2010.

HARDT, M.; NEGRI, A. **Império**. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001

HELMOND, A. The platformization of the Web: Making Web data platform ready. In: **Social Media + Society**, v. 1, n. 2, p. 1–11 , 2015.

HELMOND A.; NIEBORG, D. B.; VAN DER VILST, F.; Facebook’s evolution: development of a platform-as-infrastructure. In: **Internet Histories**, v. 3, n. 23, 123-146, 2019.

KASTRUP, V. O Funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: PASSOS, E.;

KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs). **Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e subjetividade**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

KASTRUP, V.; BARROS, R. B. Cartografar é acompanhar processos. In: PASSOS, E.;

KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs). **Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e subjetividade**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

LATOURE, B. **Reassembling the Social: an introduction to Actor-Network Theory**. New York: Oxford University Press, 2005.

LATOURE, B. Um coletivo de humanos e não-humanos: no labirinto de Dédalo. In: **A esperança de Pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos**. Bauru: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2001.

NEGRI, A. **Cinco lições sobre o Império**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2003.

PLANTIN, J.; LAGOZE, C.; EDWARDS, P. N.; SANDVIG, C. Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. In: **New Media and Society**. v. 20 (1), p. 293-310, 2016.

PELBART, P. P. Capitalismo Rizomático. In: **Vida Capital: ensaios de biopolítica**. Ed: Iluminuras: São Paulo, 2003.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. (2019). **Platformisation**. Internet Policy Review, 8(4), 2019.

VAN DIJCK, José. **#AoIR2016: Opening Keynote “The Platform Society” by José van Dijck**. Publicado 02 nov. 2016. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=-ypiiSQTNqo>>. Acesso em 20 de abril de 2018.

VAN DIJCK, José. POELL, Thomas; DE WALL, Martijn. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Londres, Oxford, 2018.

***Ana Guerra** é Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG, com bolsa de fomento CNPq. É membro do R-EST - Estudos Redes Sociotécnicas e do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon). E-mail: anagvguerra@gmail.com