

REESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO E TECNOLOGIA: OS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA ÓPTICA DAS TRANSFORMAÇÕES DO MUNDO DO TRABALHO¹

Heyk Oliveira Sphiel²
Karina Furini da Ponte Alves³

RESUMO

O capitalismo diante da crise estrutural e sistêmica, lança mão de estratégias para se reorganizar e reestruturar seus padrões produtivos, com vista a intensificar e fazer funcionar de forma mais acelerada seus processos acumulativos, atingindo diretamente aquilo/aqueles que de fato lhe garantem seus períodos gloriosos de acumulação, o trabalho e porventura a classe trabalhadora. A tecnologia surge como uma ferramenta integrada à lógica da intensificação da exploração nos setores produtivos e faz emergir novas modalidades laborais que, por sua vez, passam a ser determinadas e controladas por ela. É no contexto das grandes transformações que atingem o mundo do trabalho que surgem os criadores de conteúdo ou influenciadores digitais, altamente fetichizados pela tendência do discurso da autonomia, do empreendedorismo e desvinculados de si enquanto trabalhadores. O presente artigo, que decorre das etapas iniciais e mais teóricas de uma pesquisa que está sendo desenvolvida a nível de mestrado, utilizando uma abordagem qualitativa de caráter bibliográfico, busca discutir o lugar dos influenciadores digitais a partir da óptica das transformações no mundo do trabalho e suas formas de precarização.

Palavras-chave: Influenciadores digitais, Reestruturação produtiva, Tecnologia, Trabalho, Precarização.

RESUMEN

El capitalismo, frente a una de sus crisis más profundas, utiliza estrategias para reorganizar y reestructurar sus patrones productivos, con miras a intensificar y hacer que sus procesos acumulativos funcionen más rápidamente, afectando directamente a quienes de hecho le garantizan sus gloriosos períodos de acumulación, trabajo y tal vez la clase trabajadora. La tecnología surge como una herramienta integrada a la lógica de la intensificación de la explotación en los sectores productivos y da lugar a nuevas modalidades laborales que, a su vez, llegan a ser determinadas y controladas por ella. Es en el contexto de las grandes transformaciones que afectan al mundo laboral que surgen creadores de contenido o influenciadores digitales, altamente fetichizados por la tendencia del discurso de la autonomía, el emprendimiento y desvinculados de sí mismos como trabajadores. Este artículo, que parte de las etapas iniciales y más teóricas de una investigación que se está desarrollando a nivel de maestría, utilizando un enfoque cualitativo de carácter bibliográfico, busca discutir el lugar de los influenciadores digitales desde la perspectiva de las transformaciones en el mundo del trabajo.

¹ O presente artigo decorre de pesquisa de mestrado em andamento realizada pelo autor, cujo título é “As redes sociais e a precarização do trabalho: os influenciadores digitais do Município de Rio Branco/AC”.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Acre - UFAC, heyk.sphiel@sou.ufac.br

³ Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Acre - UFAC, karina.ponte@ufac.br

Palabras clave: Influenciadores digitais, Crisis estructural, Reestructuración productiva, Tecnología, Trabajo.

INTRODUÇÃO

No âmbito das discussões que atualmente permeiam o mundo do trabalho, encontra-se um extenso debate sobre o surgimento de novas formas, modalidades e ou morfologias do trabalho que se vinculam à precarização e ao trabalho informal. Esses, por sua vez, aparecem como questões intensificadas a partir das novas conjunturas de organização produtiva do sistema capitalista em uma tentativa de se recompor da crise estrutural, que o afeta nos últimos anos, onde a informalidade e a precarização passam a se fixar como elementos necessários na estruturação da atual fase de acumulação do sistema.

É com o avanço das técnicas e o aprofundamento do uso da tecnologia, sobretudo enquanto estratégia de reestruturação do capitalismo, que adentramos na era da globalização e da acumulação flexível que, por sua vez, possibilitou o acesso em larga escala da internet e das tecnologias de informação e comunicação (TICs) tais como *smartphones*, *notebooks* além do surgimento das grandes redes e plataformas digitais.

É tão somente no contexto da inserção das novas tecnologias no mundo do trabalho que as relações entre ser humano, trabalho e consumo se viram diante de grandes transformações, pois os ambientes virtuais, que a princípio se fizeram muito mais voltados para a comunicação e o entretenimento, passaram a ser, para além disso, ambientes onde os seus usuários podem agora monetizar suas atividades e vender sua força de trabalho, sua imagem, produtos e até mesmo informação.

A partir daí, o mundo do trabalho se depara com profundas transformações com vista à real subordinação do trabalho e da própria classe que se encarrega única e exclusivamente da venda dele ao capital. Tais transformações fazem emergir atividades laborais que são quase e/ou totalmente determinadas e reguladas pelas plataformas e aplicativos digitais. É no surgimento de tais atividades, tendo como plano de fundo um cenário que abrange a crise estrutural do capital, a reestruturação produtiva, o avanço tecnológico, a crescente tendência da autonomia e do empreendedorismo, bem como a partir das perspectivas da precarização do trabalho, que nos deparamos com a função de criadores de conteúdo ou, também chamados, influenciadores digitais (*Digital influencers*).

Nesse sentido, o presente artigo decorre das etapas iniciais e mais teóricas de uma pesquisa que está sendo desenvolvida a nível de mestrado que, por sua vez, visa investigar o/a influenciador/a digital enquanto uma atividade laboral correspondente ao processo de

reestruturação produtiva do capital, buscando o entendimento das formas de precarização e exploração da mesma.

A temática se torna importante na medida em que é cada vez mais crescente a presença do/a influenciador/a digital ao lado de marcas novas e consolidadas no mercado do município, decorre daí a necessidade de entender quem são esses indivíduos que se postam/expõem a jornadas incessantes de trabalho, a reificação de sua força de trabalho e atuam em uma atividade que não lhes confere seguridade em relação à garantia dos direitos trabalhistas.

METODOLOGIA

A pesquisa tem uma abordagem qualitativa, partindo de uma compreensão particular do objeto alvo de investigação, enfocando não a explicação, mas sim a compreensão dos fenômenos a partir de suas particularidades (MARCONI e LAKATOS, 2019, p. 300), desenvolvendo-se a partir de levantamento bibliográfico como parte inicial da pesquisa. O presente artigo decorre, sobretudo, de uma etapa preliminar da pesquisa de mestrado, em que se busca uma discussão mais teórica acerca da atividade de influenciador digital enquanto trabalho precarizado dentro da lógica da reestruturação produtiva do capital.

Como procedimento para a pesquisa foram realizados levantamentos secundários junto a artigos, livros, teses e dissertações de autores que trabalham e pesquisam sobre temas envolvendo crise do capital; reestruturação produtiva; tecnologia; degradação, precarização e flexibilização do trabalho, onde, a partir de tais publicações objetiva-se destacar o lugar da atividade de influenciador digital no arcabouço da tendência precarizante do trabalho. Utilizou-se assim, para esta produção, ferramentas de pesquisa como o portal de periódicos da CAPES e o google acadêmico, além do acervo pessoal do autor e da orientadora.

REFERENCIAL TEÓRICO

Falar em crise nos dias atuais já não é mais motivo de grande espanto, uma vez que a crise passou a ser uma realidade constante na sociedade do capital, seja crise econômica, sanitária, política, humanitária, dentre outras. Com o passar do tempo o modo de produção capitalista passou a evidenciar cada vez mais que são de crises que o mesmo se nutre e se sustenta, sendo elas tão necessárias para o sistema quanto o trabalho, o dinheiro e o próprio capital (HARVEY, 2011, p. 100).

Um ciclo vicioso e bastante destrutivo entre expansão e crise, onde não há superação total, uma vez que é através delas que o modo de produção capitalista consegue nomear seus

períodos de expansão. Mészáros (2002, p. 795) destaca que a crise que vivenciamos atualmente é fundamentalmente estrutural, onde as "crises de intensidade e duração variadas são o modo natural de existência do capital: são maneiras de progredir para além de suas barreiras imediatas e, desse modo, estender com dinamismo cruel sua esfera de operação e dominação".

Para o autor, a grande diferença entre as crises vivenciadas pelo capital antes e a atual, que desponta a partir de meados da década de 1970, estaria expressa em quatro aspectos, esses, por sua vez, qualificam e definem a atual tribulação como estrutural/sistêmica, sendo: em primeiro, seu caráter universal - que não se limita a uma única esfera (financeira, comercial ou política, por exemplo), setor de produção e/ou um único tipo de trabalho; em segundo, seu alcance global - uma vez que não está limitada a um único conjunto de países, mas sim todo o globo; em terceiro, seu caráter duradouro/ permanente - uma vez que, diferente das adversidades anteriores, esta demonstra uma escala de tempo bem mais extensa; em quarto, seu modo de desdobramento "*rastejante*" (MÉSZÁROS, 2002, p. 796).

A partir dos anos de 1960 e 1970, o capitalismo passa a dar sinais cada vez mais perceptíveis de sua crise estrutural, tais como: a *queda da taxa de lucros* - dada dentre outros fatores, pelo "aumento do preço da força de trabalho" e a "intensificação das lutas sociais"; o *esgotamento do padrão de acumulação do modo de produção taylorista/fordista* - que não foi capaz de responder a queda do consumo que, por sua vez, se deu em virtude do desemprego estrutural; o *crescimento excessivo da esfera financeira* - onde o capital financeiro passa a ser o campo prioritário na nova fase do processo de internacionalização; a *maior concentração de capital* - em virtude das fusões entre empresas monopólios e oligopólios; a *crise do "Estado do Bem-estar social" (Welfare State)* - que ocasionou "crise fiscal do Estado capitalista", "retração dos gastos público" e "transferência para o capital privado"; e a tendência acentuada de privatizações, desregulamentação e flexibilização dos processos produtivos, do mercado e do trabalho (ANTUNES, 2009, p. 31-2).

O diagnóstico de Robert Brenner, presente em Antunes (2009, p.32), em relação a crise estrutural estabelece que ela se enraíza e se aprofunda a partir de uma "crise secular de produtividade" que resultou no excesso da capacidade e da produção do setor manufatureiro internacional, onde:

Em primeiro lugar, o grande deslocamento do capital para as finanças foi a consequência da incapacidade da economia real, especialmente das indústrias de transformação, de proporcionar uma taxa de lucro adequada. Assim, o surgimento de excesso de capacidade e de produção, acarretando perda de lucratividade nas indústrias de transformação a partir do final da década de 60, foi a raiz do crescimento acelerado do capital financeiro a partir do final da década de 70. (...) As raízes da

estagnação e da crise atual estão na compressão dos lucros do setor manufatureiro que se originou no excesso de capacidade e de produção fabril, que era em si a expressão da acirrada competição internacional (BRENNER, 1999, p. 12-3 apud ANTUNES, 2009, p. 32).

Em resposta à crise atual do capital iniciou-se um processo de reorganização do sistema ideológico, político e econômico de dominação do capital, reorganização essa que surge fortemente vinculada ao avanço tecnológico e, sobretudo, ao neoliberalismo que, por sua vez, fortaleceu as tendências de privatização do Estado, desregulamentação dos direitos trabalhistas e desmantelamento do setor produtivo estatal (ANTUNES, 2009, p. 33).

É no arcabouço da reestruturação produtiva do capital que se incrementa no mundo do trabalho um cenário altamente destrutivo de ampliação da precarização e flexibilização dos direitos da classe trabalhadora, promovendo profundas transformações no mundo do trabalho e na própria concepção e formação da classe, intensificando os níveis de exploração sobre aqueles que trabalham, resultando na crescente expansão e universalização do trabalho precarizado, fazendo surgir assim diversas modalidades laborais, tais como: a terceirização, o cooperativismo e o empreendedorismo (ANTUNES, 2009, p. 49-50), além de novas condições, nos quais os indivíduos, enquanto trabalhadores, aparecem como: terceirizados, subcontratados, flexibilizados, em tempo parcial, teletrabalhadores, informais, formas de subemprego, dentre outras.

O capital, se apropriou de expressões utilizadas durante a explosão de greves e lutas pelos direitos sociais em 1960, tais como: autonomia e participação social, deturpando-as a partir das ideologias de dominação para mascarar a intensificação espoliativa e destrutiva do trabalho, tomamos como exemplo o empreendedorismo que segundo Vasapollo (2006, apud ANTUNES, 2009, p. 50) exemplifica uma forma de ocultamento das novas formas de exploração do trabalho:

As novas figuras do mercado de trabalho, os novos fenômenos do empreendedorismo, cada vez mais se configuram em formas ocultas de trabalho assalariado, subordinado, precarizado, instável, trabalho "autônomo" de última geração, que mascara a dura realidade da redução do ciclo produtivo. Na verdade, trata-se de uma nova marginalização social e não de um novo empresariado (VASAPOLLO, 2006, apud ANTUNES, 2009, p.50).

Sobre a classe trabalhadora, Antunes e Alves (2004, p.343) destacam que para compreender a classe trabalhadora nos dias de hoje, é necessário entender todo um conjunto ampliado de "seres sociais que vivem da venda da sua força de trabalho, que são assalariados e desprovidos dos meios de produção", onde "uma noção contemporânea de classe trabalhadora

deve incorporar a totalidade dos(as) trabalhadores(as) assalariados(as)". Acrescentam ainda que:

A classe trabalhadora, portanto, é mais ampla que o proletariado industrial produtivo do século passado, embora este ainda se constitua em seu núcleo fundamental. Ela tem, portanto, uma conformação mais fragmentada, mais heterogênea, mais complexificada. Que somente pode ser apreendida se partirmos de uma noção ampliada de trabalho. E apresentar essa processualidade multiforme é muito diferente, como vimos, do que afirmar o fim do trabalho ou até mesmo o fim da classe trabalhadora (ANTUNES e ALVES, 2004, p.343).

Ursula Huws em seu livro “*A formação do cibertariado: trabalho virtual em um mundo real*” fala sobre a nova morfologia da classe trabalhadora, com destaque para o setor de serviços, vinculada à expansão das tecnologias de informação e comunicação - TICs. Assim, a autora destaca que o advento e o uso das novas tecnologias fizeram parte das estratégias do processo de reestruturação produtiva no que tange a “padronizar e simplificar tarefas, quebrar o poder dos sindicatos que representam os trabalhadores qualificados e introduzir uma nova força de trabalho para realizar as atividades destes de maneira mais barata, com contratos mais instáveis [...]” destacando ainda que tais tecnologias serviram também para gerenciar o trabalho, independentemente da distância (HUWS, 2017, p. 11-2).

Fato é que a tecnologia no âmbito laboral foi vista, de forma ilusória, como uma facilitadora do trabalho quando na verdade, contraditoriamente como demonstra Huws, elas se estabelecem como elementos determinantes, reguladores e até mesmo como ferramenta que intensifica a precarização do trabalho, seja, pelo baratear da força de trabalho ou pelas formas de aumento da produtividade levando a ampliação das jornadas de trabalho, podendo tais tecnologias, com destaque para as mais recentes TICs, serem o principal meio da venda da força de trabalho por uma parcela da população de trabalhadores, como é a tendência que se pode observar nos dias atuais, com os processos de uberização do trabalho como símbolo dessas transformações e impactos das tecnologias no mundo do trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

As plataformas e aplicativos digitais estão cada vez mais se estabelecendo como uma forma de geração de renda para seus usuários, uma vez que tais tecnologias proporcionaram o surgimento de novos modos de trabalho a partir do ambiente virtual. Atualmente, há pessoas que trabalham e tiram sua fonte de sustento inteiramente e/ou parcialmente a partir da internet por meio dessas plataformas e aplicativos, são motoristas e entregadores de aplicativos, como: Uber, 99, Ifood e Rappi, por exemplo, são trabalhadores *freelancers*, por meio de sites e

plataformas como: 99freelas e Workana⁴, e até mesmo através de redes sociais digitais como é o caso dos chamados criadores de conteúdo, influenciadores digitais/*digital influencers* (os quais tratam-se do nosso sujeito para esse artigo) que, por sua vez, atuam em aplicativos como: YouTube, Instagram, Tik Tok, dentre outros.

O termo Influenciador digital ou *Digital influencer* só pode ser concebidos a partir dos avanços no campo das tecnologias de informação e comunicação. *Bloggers*, *Vloggers*, *Youtubers* são alguns dos termos que eram utilizados (alguns ainda são) para se referir aos indivíduos que se utilizavam das redes sociais digitais para a criação de variados conteúdos, sendo estes também chamados de criadores de conteúdo. Foi somente com o avanço e a criação de novas redes sociais digitais, como Instagram, Twitter e Facebook, por exemplo, que se passou a usar o termo influenciador digital de forma a nomear amplamente os criadores de conteúdos digitais independente das plataformas utilizadas, uma vez que as denominações antigas se vinculavam especificamente as plataformas utilizadas, e agora a nomenclatura consegue abranger o caráter multiplataforma dos indivíduos (BORGES, 2022, p. 53).

Esses novos agentes que se conformam às inovações do ambiente informacional-digital se valem das diversas funcionalidades, arquiteturas e particularidades que cada plataforma nova oferece no intento de atingir o seu público-alvo específico dentro do seu nicho temático (BORGES, 2022, p. 54).

As redes sociais digitais, como meio interativo e comunicativo, fizeram surgir essa nova modalidade de atuação profissional, mas foi somente com o processo de monetização de tais redes que a atividade se consolidou. Esse processo de monetização das redes sociais digitais pode se dar de variadas formas, dentro e fora da internet, desde os programas de parceiros das próprias redes, a venda de conteúdos em formas de produtos (como e-books, cuja a temática varia de acordo com o nicho/segmento do influenciador), a venda do espaço e até da própria imagem nas redes, estes últimos aparecem frequentemente vinculados uma vez que a venda do espaço são as famosas publi (publicidade) que corriqueiramente consistem na divulgação de uma marca/empresa e a esta divulgação se atribui ainda a imagem do influenciador ou influenciadora na forma de campanhas/parcerias.

A forma mais comum de parceria entre empresas e influenciadores é a realização de campanhas digitais, que compreende a elaboração de posts, textos e vídeos com indicações e/ou avaliações de produtos ou serviços fornecidos pela marca. Esse tipo de parceria permite que as empresas se utilizem da capacidade do influenciador de atingir determinadas comunidades reunidas em nichos temáticos, garantindo a

⁴ Plataformas de freelancers voltados para design e marketing digital, prometem conectar trabalhadores freelancers e empresas que precisam de tais serviços.

inserção e o direcionamento da oferta do produto ou do serviço para internautas com maior possibilidade de se tornarem consumidores (BORGES, 2022, p.60).

Isso ocorre na medida em que a partir da sua atuação, no ciberespaço, tais profissionais ganham notoriedade no espaço geográfico, eles se colocam no centro da relação entre empresa e consumidor, uma vez que os números de seguidores em suas redes se traduzem em perfis de potenciais consumidores e possibilitam um extenso alcance para as marcas, que ao fazer uso dos influenciadores, conseguem contato com um grande grupo de consumidores em potencial.

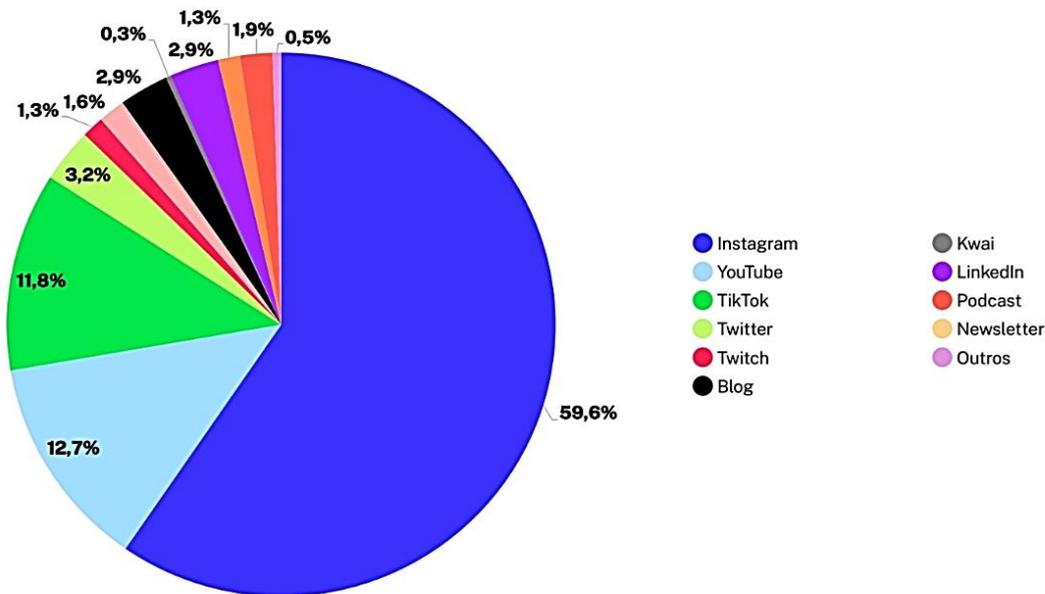
Entendemos aqui os influenciadores digitais como indivíduos que estão sempre produzindo conteúdo, fotos, vídeos, textos especializados, dentre outros (KARHAWI, 2017, p.54); como sujeitos de participação em rede, que interagem e criam proximidade com o público/comunidade através de nichos de atuação (CAMARGO, ESTEVANIM e SILVEIRA, 2017, p. 110); como um trabalhador especializado na gestão da sua imagem, atuante em multiplataformas digitais e que exerce influência sobre um "público-alvo específico delimitado por nichos temáticos" (BORGES, 2022, p. 61).

A Brunch e a Youpix - empresas atuantes no segmento de *Creator economy*, que em tradução livre significa economia de criadores, se juntaram e fizeram um levantamento através de uma pesquisa para mapear como estava o mundo de negócios dos criadores de conteúdo no Brasil no ano de 2022. O levantamento obteve 314 respostas através de um formulário online cujo único requisito era atuar profissionalmente como influenciador digital/criador de conteúdo.

Dentre os dados de destaque da pesquisa, observam-se as principais redes utilizadas pelos influenciadores, sendo: Instagram com 59,6%, YouTube com 12,7%, Tik Tok com 11,8% e o Twitter com 3,2%, conforme a figura 1. No levantamento essas três redes também se mostraram como as principais plataformas onde os influenciadores/criadores conseguem contratos de trabalho, onde o Instagram aparece com 75,2%, o YouTube com 7,2%, Tik Tok com 5,9% e Twitter com 3,2%.

É importante ressaltar o protagonismo do Instagram tanto em relação a rede mais usada, quanto a plataforma que mais proporciona contratos fechados, uma vez que para muitos dos influenciadores essa é a rede inicial de suas atuações, é onde eles formam e desenvolvem suas comunidades de seguidores, que posteriormente os seguem nas outras plataformas.

Figura 1. Principais redes de atuação



Fonte: BRUNCH; YOUPIX. Creators e Negócios, 2022, p. 23

A pesquisa revelou ainda que, dentre as 314 respostas obtidas, 37,3% dos criadores de conteúdo atuam nesse ramo como forma de obter renda extra, possuindo outra ocupação que não está relacionada a influência digital; 93,3% gostariam que a atividade de influenciador fosse sua principal e, até mesmo, única fonte de renda, enquanto para 34,6% afirmam que ser influenciador/criador de conteúdo é sua única fonte de renda (BRUNCH e YOUPIX, 2022, p. 31). O levantamento faz um importante destaque para aqueles indivíduos que apesar de serem criadores de conteúdo não tem neste a sua atuação profissional, ou seja, não fazem dessa criação de conteúdo sua fonte de renda, mas sim uma estratégia de presença nas redes para assim chamar atenção para seus negócios, como por exemplo: profissionais de variados segmentos que utilizam da criação de conteúdo como forma de divulgação de seus próprios negócios, atuando mais como uma marca em uma campanha do que como um influenciador.

Os sentidos que nos levam a tratar da precarização do labor de influenciador digital vão em direção ao fato de que essa atividade, em comum característica com outras novas modalidades laborais vinculadas às tecnologias e às ideologias de autonomia propagadas pela tendência do empreendedorismo, possui um certo discurso fetichizado que se revela como uma atividade imersa nos moldes da precarização oriunda dos processos de reestruturação do capital, intensificada pela tecnologia e pelas políticas neoliberais.

É, em parte, por conta de discursos que ludibriam o trabalhador e o levam a acreditar que ele é chefe de si, que ser um influenciador/a muitas vezes parece não se encaixar nos moldes

da informalidade, do subcontrato e da precarização. Dentre os elementos precarizados do trabalho de influenciador/a podemos destacar a extensa e praticamente incessante jornada de trabalho; a reificação do trabalho, da imagem e da vida desses trabalhadores; a falta de suporte no que tange aos direitos trabalhistas.

Sobre a jornada de trabalho dos influenciadores digitais, Borges (2022, p.86) destaca cinco desafios que são obstáculos na regulação do tempo de trabalho, sendo:

(1) *a informalidade e o culto acrítico do empreendedorismo como forma de burla à legislação trabalhista* – uma vez que, como já mencionado, a fetichização do discurso do trabalhador autônomo que é chefe de si, que surge com a tendência empreendedora e fortemente difundido pelo neoliberalismo, contribui para a alienação desse trabalhador, colocando sobre ele toda a responsabilidade de seu sucesso ou fracasso mediante as "escolhas" que ele faz dentre as "oportunidades" que surgem, a famosa frase "trabalhe enquanto eles dormem" exemplifica bem essa perspectiva que revela a faceta do "quanto mais você trabalha mais você ganha", assim mais tempo o trabalhador passará despendendo energia para o trabalho;

(2) *o retorno da precificação do trabalho nos moldes do "salário por peça"* – que remete ao trabalho sobre demanda, no caso dos influenciadores digitais, por *jobs* em que a força de trabalho é paga mediante o que produz, seja uma campanha digital, ou uma *#publi* no *story*;

(3) *a fluidez dos tempos e dos espaços de trabalho, que concorre para a difusão dos limites entre tempo de trabalho e de não-trabalho* – a fluidez do tempo e dos espaços de trabalho dos influenciadores implica diretamente em sua jornada de trabalho pelo fato de que o trabalho desses é essencialmente realizado, com o subterfúgio das tecnologias, em vários espaços, o criador de conteúdo/influenciador não possui um único local de trabalho (como é o caso do médico que atende na clínica/ hospital, o professor na escola, o advogado no escritório) ele trabalha tanto na empresa e ou estúdios fazendo campanha e divulgações publicitárias, quanto na sua própria casa;

(4) *a contradição do trabalho criativo entre a vontade de se expressar e as jornadas extenuantes* – uma vez que a atuação do influenciador/a tem no trabalho criativo (a criação dos conteúdos: fotos, vídeos, dentre outros) o seu foco principal. Esse trabalho criativo entra na lógica da reificação desse trabalhador a partir do momento em que o influenciador/a não resume seu trabalho e sua criação de conteúdo aos *jobs* já que para atrair os contratos de trabalho ele precisa nutrir um certo alcance e *engajamento*, assim esse trabalhador utiliza-se de quase todo o seu tempo para manter seu espaço nas redes digitais.

(5) *os embates entre a autonomia privada do sujeito e o controle estatal na regulação da jornada de trabalho* – este último exemplifica a faceta que incorpora as outras dificuldades já citadas, a da autonomia do trabalhador (das escolhas, que você faz as oportunidades) se depara com a instabilidade da atividade (mediante ao pagamento por demanda), onde o trabalhador se vê em uma posição em que ele tem que ter uma "sobrejornada para conseguir obter uma remuneração mínima, visto que o pagamento pelo seu trabalho é sempre o menor possível e não há estabilidade em relação à jornada em decorrência da forma de pagamento por jobs", ou seja, ele não decide de fato quando trabalha, ele apenas trabalha, pois só recebe por demanda (BORGES, 2022, p. 104).

Apesar de Borges (2022) colocar essas 5 questões vinculadas às dificuldades de limitação da jornada de trabalho, faz-se importante destacar que tais dificuldades resultam na precarização do sujeito influenciador/a, pois tais condições se relacionam ainda com a alienação difundida pelo discurso da autonomia empreendedora, onde o trabalhador não se reconhece mais, pois seu papel no processo produtivo é deturpado e com isso, seu trabalho, sua imagem e até mesmo sua vida (em função da jornada incessante de trabalho) são reificadas e viram puramente mercadoria para o capital. Destacamos também a falta de suporte no que diz respeito aos direitos trabalhistas, já que com essa jornada de trabalho praticamente sem pausas, sem distinção entre momentos e não-momentos de trabalho, é capaz de adoecer o trabalhador, que não se beneficia, por exemplo, de plano de saúde, direito a folga e/ou atestado em caso de ser acometido por enfermidades, já que é ele o seu "próprio chefe".

Outro ponto que deve ser destacado do discurso da autonomia, é justamente o "chefe de si" trata-se de mais uma ilusão, pois o trabalhador digital ele está, para além dos elementos já mencionados, sujeito às instabilidades da sua própria atuação, instabilidades essas que se materializam na figura do algoritmo que rege a dinâmica dentro das redes sociais digitais impactando assim no alcance ou não-alcance que aquele trabalhador vai ter, a figura do próprio nicho temático/comunidade que o acompanha que, por sua vez, é consumidora do conteúdo do criador e por tanto exige e opina na atuação do mesmo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões apresentadas nesse artigo buscaram apresentar as mudanças que o mundo do trabalho vem sofrendo nas últimas décadas, em função do advento tecnológico e do caráter estrutural da crise do capital, que lançou, em face de um processo de reestruturação, estratégias para intensificar seus níveis de exploração, precarização e controle.



Destacando os influenciadores digitais como sujeito da análise, uma vez que esses ocupam o papel de uma nova modalidade laborativa que emerge como resultado dos desdobramentos da lógica do capital já em condições precárias que reforçam as tendências de mercantilização da força do trabalho e dominação dos sentidos pelo avanço produtivo. Entendemos o sujeito influenciador/criador de conteúdo digital como trabalhador precarizado em diversos sentidos de sua ocupação, desde jornadas de trabalho praticamente incessantes, o não reconhecimento do seu papel no processo produtivo em função da alienação difundida pelo discurso da autonomia empreendedora, a reificação da sua força de trabalho, de sua vida cotidiana e de sua imagem tornando-se mercadorias, além do total desamparo de qualquer direito trabalhista, não há plano de saúde, direito a atestado, folga remunerada dentre outros, elementos que passam a caracterizar o mundo do labor a partir da reestruturação produtiva do capital.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

ANTUNES, Ricardo. O trabalho, sua nova morfologia e a era da precarização estrutural. **Theomai**, n.º. 19, 2009, p. 47-57. Disponível em: <https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=O+trabalho,+sua+nova+morfologia+e+a+era+da+precariza%C3%A7%C3%A3o+estrutural&author=Antunes+Ricardo&publication_year=2009&journal=Theomai&volume=19&pages=12#d=gs_qabs&t=1677207396726&u=%23p%3DztKNjwEDHYsJ>. Acesso em: 08 abr. 2023.

ANTUNES, Ricardo; ALVES, Giovanni. As Mutações no Mundo do Trabalho na Era da Mundialização da Capital, **Educação e Sociedade**. Campinas, vol. 25, n. 87, p. 335-351, maio/ago. 2004. Disponível em: <<https://www.cedes.unicamp.br/publicacoes/edicao/132>>. Acesso em: 21 de junho de 2022

BORGES, Caio Afonso. **O dano existencial no trabalho sem pausas dos influenciadores digitais**. São Paulo: Editora Dialética, 2022. E-book (211 p.). ISBN 978-65-252-3488-5. Disponível Edição do Kindle, Amazon.

BRUNCH; YOUPIX. **Creators e Negócios**. 2022. Disponível em: <https://tag.youpix.com.br/2022_pesquisa_creators_negocios_2022> Acesso em: 13 abr. 2023.

CAMARGO, Isadora; ESTEVANIM, Mayanna; SILVEIRA, Stefanie C. da. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. *Revista Comunicare*, v. 17, p. 96-118, 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Mayanna-Estevanim/publication/327120381_Convergent_and_participatory_culture_the_scene_that_fa



[vours the uprising of digital influencers Cultura participativa e convergente o cenario que favorece o nascimento dos influenciadores digitais/links/5b7b03e8299bf1d5a718c6f8/Convergent-and-participatory-culture-the-scene-that-favours-the-uprising-of-digital-influencers-Cultura-participativa-e-convergente-o-cenario-que-favorece-o-nascimento-dos-influenciadores-digitais.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf)>. Acesso em: 07 abr. 2023.

HARVEY, David. **O Enigma do Capital:** e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.

HUWS, Ursula. **A formação do cibertariado:** trabalho virtual em um mundo real. Trad. Murillo van der Laan. Campinas: Editora Unicamp, 2017.

KARHAWI, Issaaf Santos. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, v. 17, n. 12, p. 46-61, 2017. Disponível em:<[https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf)>. Acesso em: 09 abr. 2023.

MARCONI e LAKATOS. **Metodologia Científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MÉSZÁROS, István. **Para além do capital:** rumo a uma teoria da transição. Trad. de Paulo César Castanheira e Sérgio Lessa. São Paulo: Boitempo, 2002.