



[Artigos inéditos]

Regimes de visibilidade e poder das plataformas digitais nas relações de trabalho: uma análise a partir do trabalho imaterial de influenciadores digitais

Visibility regimes and power of digital platforms in labor relations: an analysis based on the immaterial work of digital influencers

Caio Afonso Borges¹

¹ Universidade de Brasília, Brasília, Distrito Federal, Brasil. E-mail: caioaborges8@gmail.com.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4262-7445>.

Artigo recebido em 11/08/2024 e aceito em 14/03/2025.



Este é um artigo em acesso aberto distribuído nos termos da Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.



Resumo

Este artigo tem por objetivo, a partir da análise dos mecanismos utilizados pelas plataformas digitais, identificar a existência de relações de trabalho entre elas e seus usuários, sobretudo aqueles que as utilizam com o intuito laboral, como influenciadores digitais. Assim, partimos da crítica às teorias do trabalho imaterial para apontar como as plataformas, por meio da estruturação de regimes de visibilidade, controlam o trabalho dos trabalhadores plataformizados, sobretudo aqueles que se ativam na produção de conteúdos. Para tanto, realizaremos uma revisão bibliográfica interdisciplinar para estabelecer as bases sociológicas para então lê-las a partir da perspectiva jurídica, atualizando as estruturas justralhistas de compreensão das novas formas de trabalho que surgem no contexto digital e de sua exploração no capitalismo contemporâneo.

Palavras-chave: Trabalho imaterial; Regimes de visibilidade; Influenciadores digitais.

Abstract

From the analyze of the mechanisms used by digital platforms, this article aims to identify the existence of labor relations between them and their users, especially those who use them for work purposes, such as digital influencers. Thus, we start from the critique of the immaterial labor theories in order to point how the platforms, through the structuring of visibility regimes, control the work of platformized workers, especially those who are active in the content production. As a mean to fulfill this objective, we will use the interdisciplinary literature review to establish the sociological bases for the purpose of reading them from the legal perspective, updating the labor law structures of understanding the new forms of work that arise in the digital context and their exploitation in contemporary capitalism.

Keywords: Immaterial labor; Visibility regimes; Digital Influencers.



1. Introdução

Na atual quadra do capitalismo, pensar o trabalho demanda um esforço para apreender as transformações que se sucederam nos mais diversos campos da vida social, o que nos impele a resgatar críticas feitas no passado sobre a organização e a exploração do trabalho, identificar o quadro atual a partir das condições materiais e sociais observadas e, por fim, projetar críticas ao que pretendemos como futuro do trabalho.

Por esse motivo, este artigo parte de uma análise sobre o trabalho dos influenciadores digitais em razão do destaque cada vez maior que esses sujeitos vêm tendo nas mídias e nos meios de comunicação de massa em contraposição a uma percepção sobre a sua atividade que não lhe reconhece o estatuto laboral. Esse ponto de partida nos permitirá retomar as teses do trabalho imaterial, anteriores ao advento das tecnologias digitais, mas que nelas encontram um prolongamento, de modo a consolidar uma base teórica para olharmos as dinâmicas sociais contemporâneas que modelam as diferentes expressões laborais da atualidade.

Considerando que partimos da análise do trabalho dos influenciadores digitais, nos propomos a elucidar no que consiste a atividade desses sujeitos e em que medida ela pode ser apreendida como trabalho para fins de incidência da proteção justralhista. Tendo em vista estas reflexões, o objetivo do artigo é realizar uma análise sobre os mecanismos utilizados pelas plataformas no intuito de identificar a existência de relações de trabalho entre elas e seus usuários, sobretudo aqueles que as utilizam com o intuito profissional, como criadores de conteúdo e influenciadores digitais.

No intento de cumprir com este objetivo, utilizaremos da revisão bibliográfica interdisciplinar para, inicialmente, estabelecer as bases sociológicas para posterior apreensão do trabalho dos influenciadores digitais enquanto tal. Uma vez mapeados esses elementos fáticos e sociológicos do trabalho dos influenciadores digitais, buscaremos lê-los a partir da perspectiva jurídica, atualizando as bases justralhistas de compreensão das novas formas de trabalho que surgem no contexto digital e de sua exploração no capitalismo contemporâneo. A revisão bibliográfica se articulará com a vertente metodológica jurídico-sociológica, buscando-se a construção de um direito que incorpore as exigências das relações sociais a partir de um viés trabalhista protetivo.



Tendo em vista essa proposta, buscaremos compreender como o trabalho imaterial se insere nos ciclos de produção e de circulação do capital e as possibilidades de atualização dessa categoria para apontar as novas expressões capitalistas na geração e realização de valor e reafirmar a centralidade do trabalho. A partir disso, definiremos o trabalho dos influenciadores digitais e estabeleceremos os paralelos entre essa “nova” morfologia laboral e as teses do trabalho imaterial, destacando sua conformação por elementos típicos do neoliberalismo.

Em seguida, valendo-se de uma literatura interdisciplinar, introduziremos o conceito de “regime de visibilidade” e o relacionaremos com a organização do trabalho em plataformas digitais¹. Tendo como ponto de partida a ideia da visibilidade enquanto categoria sociológica, tentaremos pensá-la pela *chave laboral, na tentativa de identificar como as plataformas, por meio da estruturação de regimes de visibilidade, irão controlar o trabalho dos trabalhadores plataformizados, sobretudo dos influenciadores digitais.*

2. Entre Marx e Foucault: um breve esclarecimento a partir de Wendy Brown

Para analisar as formas de trabalho anteriores ao advento das tecnologias digitais e das possíveis novas formas de geração e realização de valor, em conjunto com as dinâmicas sociais contemporâneas que desenham o trabalho dos influenciadores digitais, utilizaremos marcos teóricos que, a princípio, apresentam incongruências entre si. Diante disso, faz-se necessária uma explicação em razão da utilização de marcos teóricos da tradição marxista e da tradição foucaultiana.

Ciente da “incongruência das formulações de poder, agência, verdade e mudança histórica” desses dois autores, encontramos em Wendy Brown (2016) uma proposta para pensar Marx e Foucault em conjunto. Segundo Brown, se por um lado Marx busca “revelar os poderes e as dinâmicas do capitalismo sistematicamente obscurecidas por suas estruturas

¹ Entendemos que plataformas digitais são infraestruturas de propriedade de empresas de tecnologia de capital privado que servem tanto para viabilizar a interação entre sujeitos, como para extrair os dados de seus usuários para finalidades econômicas (Faustino; Lippold, 2023, p. 125). Também as compreendemos como ambientes de trabalho em que se desenvolvem relações laborais por se constituírem como lugar no qual o tempo e as forças dos sujeitos são aplicados. Em síntese, entendemos plataformas digitais como “infraestruturas utilizadas por empresas de tecnologia de capital privado, que, ao mesmo tempo em que viabilizam a interação entre sujeitos (face comunicacional), se utilizam do seu lugar de mediadora dessas relações para extrair os dados dos seus usuários, os quais serão posteriormente analisados, tratados e utilizados (face econômica)” (Borges, 2024, p. 77).



e processos” (como o fetichismo, a aparência de liberdade e igualdade no mercado, a fonte do lucro e a taxa de exploração), Foucault se preocupa mais em como “a política e a semiótica do mercado divide liberalismo e neoliberalismo”. Ou seja, ele procura entender a relação entre o liberalismo que enfoca o mercado gerador do poder do Estado e o neoliberalismo que inverte esse quadro para colocar o Estado a favor das dinâmicas do mercado (Brown, 2016, pp. 5 e 14).

Considerando que Wendy Brown se apoia em ambas as perspectivas para análise do neoliberalismo, ela aponta como, apenas utilizando Foucault, surgem dificuldades para jogar luz sobre o capital e desafiar, portanto, os mitos da governamentalidade neoliberal em que “o Estado atua como servindo a economia que não pode ser tocada, pois não pode ser conhecida” (Brown, 2016, p. 21). Por outro lado, com uma perspectiva centralizada em Marx, se torna impossível observar a racionalidade que declara “o mercado como a única e exaustiva verdade do capitalismo, bem como as operações de preço e o estabelecimento de rankings como verdade” (Brown, 2016, p. 21).

Uma abordagem marxista que entende a necessidade de tocar a ordem econômica e escrutiná-la em seus problemas materiais permite revelar “a pesada e intencional mão da governamentalidade neoliberal” (Brown, 2016, p. 19). No entanto, uma abordagem que foca na economia política da extração do lucro por meio da exploração “não permite revelar esses mecanismos, mas apenas seus efeitos. Então, a economia política não consegue identificar os poderes que geram esses efeitos, os poderes das normas neoliberais e dos esquemas de valor” (Brown, 2016, p. 20).

Diante disso, Wendy Brown propõe tratar cada uma das teorias como dando conta de “uma dimensão não totalizante de poderes e de lógicas que conformam nossa condição”, de modo a permitir que identifiquemos “os diferentes tipos de verdade que o neoliberalismo circula e esconde, bem como os diferentes poderes e instrumentos pelos quais o neoliberalismo conforma o mundo e seus habitantes”. Nesses termos, Brown advoga como “pensar entre Foucault e Marx pode ajudar a desfazer o nó de problemas políticos enraizados na desconhecida ou invisível natureza da economia conforme especificados por cada um dos autores” (2016, p. 18).

Percorrendo esse caminho desbravado por Wendy Brown, em um primeiro momento, nos ateremos a uma abordagem marxista para tentar compreender as dinâmicas do capitalismo que favoreceram a absorção de trabalhos imateriais para dentro dos ciclos de



produção e realização de valor. Em um segundo momento, uma abordagem foucaultiana nos será importante para destrinchar os mecanismos, as normas e os esquemas de valor que, na forma dos regimes de visibilidade, vão operacionalizar a exploração do trabalho imaterial dos influenciadores digitais.

3. Trabalho imaterial e a disputa pela atualidade dessa categoria

A escolha de analisar a categoria de trabalho imaterial se deu em razão da necessidade de se afirmar e de vincular o caráter ontológico do trabalho à atividade humana, por mais que seu produto nos seja apresentado sem uma forma física. É importante entender que uma mercadoria, ainda que incorpórea, resulta de um trabalho e expressa as relações sociais de um determinado tempo e lugar, sejam as de dominação e de exploração, sejam as dos suportes imagéticos e culturais que permitem a atribuição de valor àquela mercadoria². Diante disso, sintetizaremos as principais contribuições que as teorias do trabalho imaterial podem nos fornecer para pensar o trabalho digital atualmente.

Em um momento de esgotamento do modelo de produção de mercadorias taylorista-fordista – tanto no eixo da produção quanto no eixo do consumo, que passaram a demandar uma especialização e uma heterogeneidade calcada na individualidade – o capital eurocêntrico se viu na necessidade de se reinventar. É nesse panorama eurocentrado que surgem as teses do trabalho imaterial, o qual foi concebido inicialmente como um trabalho social, mas que “se fundamenta na capacidade de reconhecimento da informação; que não pode ser restringido pelo capital” (Amorim, 2018, p. 22). Essa compreensão geral vai embasar não apenas uma teorização sobre o fenômeno do trabalho, mas também vai dar azo a toda uma construção de projeto político que alberga as dinâmicas entre trabalho, sujeitos trabalhadores, subjetividades, ideologias e propostas de “superação” do capitalismo.

Seus principais expoentes foram Maurizio Lazzarato, Antonio Negri e André Gorz³, autores que analisaram um fenômeno incontestável, mas lhe conferiram interpretações um

² Consultar ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020; ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

³ Nesse artigo foram selecionados apenas os três autores citados, os quais informaram importantes reflexões sobre o trabalho imaterial durante a década de 1990 e início dos anos 2000. Apesar dessa escolha, outros autores se empenharam nessa linha teórica, podendo ser mais ou menos relacionados com seus conceitos centrais, dentre os quais se destacam BELL, Daniel. **O advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão**



tanto quanto deslocadas das bases históricas e materialistas que informaram suas tradições teóricas. André Gorz postulava que o conhecimento teria se tornado a principal força produtiva e que o saber objetivado que produz relações comunicativas não estaria submetido ao jugo da lógica capitalista. Ou seja, o conhecimento não poderia ser objeto de relações de propriedade e a subjetividade mobilizada pelo trabalho imaterial libertaria os sujeitos da divisão parcelada do trabalho. Nesses termos, o autor entendia que, no trabalho imaterial, o sujeito produz a si mesmo e, conseqüentemente, haveria um caminho para os produtores se apropriarem dos meios de produção e os autogerir (Gorz, 2005, pp. 12, 15, 19 e 21).

Essa “nova subjetividade” produzida pelo trabalho imaterial afirmaria, segundo Maurizio Lazzarato e Antonio Negri, uma relação de “independência frente ao tempo imposto pelo capital”, uma ruptura com a subordinação capitalista que viria afirmar a autonomia do sujeito em face da exploração (Lazzarato; Negri, 2013, p. 53). Os autores concluem que “o trabalho imaterial não se reproduz (e não reproduz a sociedade) na forma de exploração, mas na forma de reprodução da subjetividade” (Lazzarato; Negri, 2013, p. 54).

As constatações que Gorz (2005), Lazzarato (2013) e Lazzarato e Negri (2013) reuniram sob as teses do trabalho imaterial realizam um diagnóstico sobre a reestruturação produtiva do capital e as tendências de mutação do trabalho nesse contexto. No entanto, nos limitaremos a esse diagnóstico, de modo que a nossa forma de interpretação desses fenômenos se distancia daquela sustentada pelos autores, visto que, além dos vieses eurocentrados, elas levam, em última análise, às teses do fim do trabalho ou da não-centralidade do trabalho. Portanto, retemos desses autores a análise sobre as novas expressões do trabalho, sobre o espraiamento da empresa para o social e a valorização das atividades imateriais (setor de serviços) na composição do contingente de trabalho.

Diante das críticas sobre as teorias acima expostas, mobilizar o trabalho imaterial como categoria relevante para a análise do campo de estudos do trabalho digital nos impele a fazer uma interpretação distinta daquela realizada por Lazzarato, Negri e Gorz. Assim, ao invés de afirmar a superação do material pelo imaterial, concebendo serem representativos

social. São Paulo: Cultrix, 1997; MOULIER-BOUTANG, Yann. **Le capitalisme cognitif**: la nouvelle grande transformation. Paris: Éditions Amsterdam, 2007; NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2002. NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **O trabalho de Dioniso**: Para a crítica ao Estado pós-moderno. Juiz de Fora: Pazulin, 2004.



de momentos produtivos distintos e excludentes, nos parece mais interessante realizar uma interpretação do fenômeno de forma dialética integrativa.

Portanto, acreditamos muito mais na relevância das tecnologias de informação e comunicação para ampliar esses produtos imateriais e seus suportes fáticos do que simplesmente em um aumento dos empregos no setor de serviços em razão da derrocada do sistema produtivo industrial taylorista-fordista. Entendemos que se trata, em verdade, de uma apropriação da tecnologia pelo capital que vai utilizá-la para adaptar e reformular as máquinas e computadores, bem como suas formas de organização e de controle sobre o trabalho com o objetivo de gerar lucro (Harvey, 2016, p. 94). Lucro este intimamente relacionado com a produção de (novas) mercadorias.

Nesse sentido, Henrique Amorim identifica que, no momento de reestruturação produtiva no qual se localizavam historicamente as teses de Gorz, Lazzarato e Negri, o capital tinha como objetivos aprofundar suas bases de dominação, intensificar sua valorização na produção de mercadorias, bem como desestabilizar a organização política da classe trabalhadora (Amorim, 2018, p. 13). Segundo o autor, nesse processo de reestruturação, o capital não altera as suas bases, de modo que a força de trabalho – o trabalho abstrato – continua sendo valor de uso do capital no processo de produção, continua sendo o elemento decisivo para a valorização do capital. Na mesma toada, ele conserva a produção de mercadorias como seu objetivo central (Amorim, 2018, p. 170-178), sobretudo considerando que essa é a forma mais eficiente de produção de lucro e, segundo Ursula Huws, é o modo por excelência para extrair mais-valia da força de trabalho (Huws, 2017, p. 71).

Assim, a leitura crítica de Gorz, Lazzarato e Negri nos permite apreender a discussão acerca da tendência de expansão do capital sobre as formas de sociabilidade. Nesses termos nos referimos aos avanços tecnológicos, ao desenvolvimento de meios de comunicação digitais, às metamorfoses e às reestruturações produtivas do capital, que refletem a incorporação de novas relações sociais ao processo de valorização do capital e, nesse sentido, a conversão de trabalhos antes improdutivos em produtivos (Lessa, 2007, p. 139).

Uma análise do fenômeno do trabalho imaterial em suas particulares relações com o mundo material demonstra sua relevância enquanto componente estrutural dos ciclos produtivos do capital. Compreendendo as dinâmicas da sociedade da informação, Ricardo Antunes demonstra que, na era informacional-digital, há uma gama enorme de formas de extração de mais-valor nas esferas de produção não material (Antunes, 2020, pp. 46-49), que



se fundamentam na intensificação dos níveis de precarização e informalidade representando a incorporação de novas formas de geração de trabalho excedente, por um lado, e na expulsão de um conjunto significativo de trabalhadores do ciclo produtivo, por outro. A síntese dessas duas tendências é um movimento de conversão do trabalho em potencial gerador e realizador de mais-valor em todos os espaços possíveis, não sendo mais relevante se as atividades são mais intelectualizadas ou mais manuais (Antunes, 2020, pp. 32-33).

Nesse contexto, Antunes aponta que novas modalidades de trabalho, caracterizadas pela sua imaterialidade, vêm assumindo um destaque no processo de circulação do capital e ganhando importância na reprodução do capital financeirizado, informacional e digital. E, ao contrário do que os teóricos do trabalho imaterial pugnaram, o autor ressalta que a expansão dessas atividades e seu destaque no capitalismo contemporâneo denunciam a subordinação dos trabalhos imateriais à forma-mercadoria, sendo estas abrangidas pela lei do valor (Antunes, 2020, p. 34). Nessa toada, as tecnologias de informação e comunicação (TICs) se mostram elemento essencial para a compreensão dos novos instrumentos utilizados pelo capital para “aumentar a produtividade do trabalho, intensificando os mecanismos de extração do sobretrabalho, com a expansão do trabalho morto corporificado no maquinário tecnológico-científico informacional” (Antunes, 2020, p. 35).

Diante desse cenário, Ricardo Antunes lança sua hipótese: estamos diante de uma expansão e de uma diversificação das formas de realização da lei do valor de Marx, que engendram tanto as esferas da produção material quanto as atividades imateriais. Esse caminho permitiu a Antunes sistematizar como o trabalho imaterial – longe de se mostrar como alternativa ao capitalismo pela autovalorização do trabalhador – se tornou parte da forma-mercadoria enquanto expressão do capitalismo financeiro, informacional e digital. Ou seja, ele compreende o movimento de inserção do trabalho imaterial na lógica de acumulação e de captura das atividades dotadas de maior dimensão intelectual – tanto nos procedimentos industriais mais informatizados quanto nas esferas compreendidas pelo setor de serviços e/ou nas comunicações – em uma verdadeira ampliação das formas de extração de valor pela exploração do trabalho (Antunes, 2020, pp. 53 e 88).

Nesse sentido, Henrique Amorim leciona que o crescimento das formas de trabalho “intelectual”, ou melhor, de trabalhos que resultam em produtos não materiais, “não caracteriza, nem como tendência, a superação da ordem vigente e a constituição de um novo modo de vida” (Amorim, 2018, p. 177). O que observamos é que as novas formas de trabalho



que produzem mercadorias não tangíveis são submetidas à mesma lógica de valorização e de reprodução social do capital (Amorim, 2018, p. 173). A novidade agora é que esse processo se dá pela intensificação da captura da subjetividade do trabalhador e de outras relações de sociabilidade como formas úteis e substratos centrais dos processos de produção e de valorização do capital, sobretudo na forma de mercadoria.

Nesses termos, podemos entender como a mercadoria não tangível produzida por um trabalho que se submete às mesmas relações sociais de produção não pode ser passível de conferir autonomia ao trabalhador, conforme postulavam Negri, Lazzarato e Gorz. A força de trabalho intelectual como mercadoria está necessariamente inserida em uma lógica que “tende sempre a impedir a autonomização do trabalhador frente às imposições econômicas, políticas e sociais ativadas pelo capital” (Amorim, 2018, p. 178). Isso se dá justamente pelo fato de o capital ter reorganizado suas formas de exploração para ampliar a produção de mercadorias não apenas em quantidade, mas também em variedade. E mais, pelo fato de que as mercadorias imateriais têm valor na medida em que satisfazem necessidades criadas para e por um sistema capitalista que visa a reproduzir as suas formas sociais, sobretudo a calcada na exploração do trabalho humano para a geração e realização de valor.

Há, portanto, um reforço na produção de necessidades que serão sanadas por produtos imateriais, a qual não é totalmente disruptiva quanto às limitações de ordem material, visto que mobiliza corpos e sujeitos em uma lógica de exploração que busca romper com os parâmetros tayloristas-fordistas. Como consequência, as relações laborais que produzem as mercadorias imateriais frequentemente são marcadas pela informalidade, pela precarização, pela vulnerabilidade e pela completa ou parcial alocação fora do âmbito protetivo do Direito do Trabalho, erigido sob as bases dessa produção fabril taylorista-fordista.

Para assentar a concepção de trabalho imaterial nos termos que propomos, utilizamos a conceituação de Vinícius Santos que o entende como “o processo de produção de efeitos úteis cujos valores de uso imediatos são predominantemente imateriais, voltados à satisfação de necessidades que não podem ser supridas pela materialidade palpável dos objetos”, franqueando a geração de produtos imateriais ainda que haja a “mediação de elementos materiais para que ele possa estar disponível”, de modo que “o trabalho imaterial pode se incorporar em objetos materiais para existir enquanto resultado socialmente útil” (Santos, 2018, pp. 43-44).



Nessa concepção, conseguimos concatenar trabalho material e imaterial enquanto elementos do processo de valorização do capital que se complementam e se combinam (antes de se anularem e se substituírem), de modo a nos permitir identificar um alargamento da dominação do capital e da exploração do trabalho. Esse posicionamento é reforçado por Ricardo Antunes quando ele afirma que as tendências contemporâneas identificadas pelos teóricos do trabalho imaterial – de intelectualização do trabalho fabril ou incremento do trabalho qualificado culminando na desqualificação ou na subproletarização – não são capazes de inverter a lógica de exploração e de retirar a centralidade do trabalho (Antunes, 2015, p. 95).

Assim, a intensificação da apropriação do trabalho intelectual e da exploração da subjetividade revelam uma interação entre a dimensão material e a imaterial do trabalho, no sentido de produção de mercadorias e atribuição de valor a elementos antes não incorporados ao ciclo produtivo do capital. Ainda que se entenda que o trabalho imaterial produz uma subjetividade nova, não podemos dissociá-la da natureza das relações sociais que a produziram. A mercadoria resultante do trabalho imaterial, portanto, é resultado direto das atividades e das relações sociais que estão por trás do trabalho; sendo essas as relações de produção capitalista, conseqüentemente o valor-trabalho se expressa nas mercadorias produzidas pelo trabalho imaterial (Amorim, 2010, p. 200).

Diante disso, a delimitação da categoria “trabalho imaterial” a partir do conteúdo não corpóreo da mercadoria (e não do processo de trabalho) e da sua dimensão de valor nos permite avançar sobre algumas formas de expressão desse tipo de trabalho nos atuais ciclos de produção do capitalismo. Nesse sentido, a noção ampliada do trabalho, nos termos de Antunes, nos impele a considerar a imbricação entre a esfera material e a imaterial e a submissão de ambas à lógica de produção de mercadorias e de capital: “o trabalho imaterial, mesmo quando mais centrado na esfera da circulação, interage com o mundo produtivo do trabalho material e encontra-se aprisionado pelo sistema de metabolismo social do capital” (Antunes, 2009, p. 129). Em síntese, trata-se do processo que Ursula Huws identificou como o arrastamento de trabalhos e atividades para “dentro do nó” em razão da mercadorização de todos os aspectos da vida (Huws, 2017. pp. 326-327 e 342)⁴.

⁴ Segundo a autora, “‘trabalho dentro do nó’ é aquele realizado diretamente para um empregador capitalista por um trabalhador que depende desse trabalho para sua subsistência”. Para a autora, ainda, os trabalhos em plataformas digitais se, ainda que dispersos, são realizados “por trabalhadores remunerados a serviço de empresas criadas para obter lucro, então elas podem ser atribuídas, sem problemas, à categoria de trabalho que produz diretamente mais-valia para o capital – o trabalho ‘dentro do nó’” (Huws, 2017. pp. 326-327 e 342).



É a partir desse panorama, não de superação ou de fim do trabalho, mas de aprofundamento da sua exploração pelo capital e de expansão dos horizontes mercadológicos que buscaremos identificar como o uso da categoria de trabalho imaterial pode contribuir para as análises do trabalho em plataformas digitais, sobretudo para destacar a existência de relações de poder entre sujeitos e empresas. Isso porque enxergamos no trabalho imaterial um caminho para afirmar o conteúdo laboral de uma gama diversa de atividades desenvolvidas nas plataformas digitais na medida em que essa categoria nos permite entender o processo de reestruturação produtiva do capital que se iniciou após a década de 1970 nos países do capitalismo central e que se expandiu para os demais países da periferia nas décadas seguintes. E nesse processo, a criação de novas formas de extração de valor e de mercadorias inéditas, bem como sua incorporação nos ciclos de produção e realização de valor do capital, será o fundamento básico para se compreender o trabalho dos influenciadores digitais.

O que queremos destacar com a retomada do trabalho imaterial é que, longe de se entender pelo ocaso e pela negação da centralidade do trabalho, o capital se expande, se diversifica e cria novas formas de geração e realização de valor. Esse movimento não estava inscrito na interpretação dos teóricos do trabalho imaterial, mas a crítica às suas teses nos rende uma importante ferramenta para a compreensão das novas apropriações do capital.

Assim, entendemos a proliferação das atividades produtivas imateriais e sua inserção nos ciclos de produção do capital como novas modalidades de exploração do trabalho humano. E, nesse espectro, se inserem os serviços e os trabalhos plataformizados, como os dos influenciadores digitais.

4. O trabalho imaterial dos influenciadores digitais

As teorias do trabalho imaterial tal como postas pelos autores italianos conformam a base teórica para as “teses do fim do trabalho e da perda da centralidade do trabalho, que, com reminiscências da racionalidade neoliberal, configurarão um avanço sobre a proteção do trabalho frente às novas formas de produção” (Dutra, 2021, p. 31). As críticas a essas formulações nos dão arsenal argumentativo para enfrentar discussões que vêm surgindo com o que se denominou de “economia criativa”, a qual compreende atividades produtivas em que os indivíduos utilizam sua “criatividade como base e diferencial do processo de



produção, que são imbricados de dimensão simbólica” (Ferreira; Teixeira; Piqué, 2023, p. 263). Nesse sentido, entende-se por economia criativa todo um “conjunto de atividades baseadas em conhecimento, criatividade e inovação, que amplificam novas possibilidades de desenvolvimento econômico” (Ferreira; Teixeira; Piqué, 2023, p. 263). Trata-se de um esforço para requalificar e criar “novas oportunidades de trabalho e renda a partir de seus bens e serviços culturais” para melhorar sua qualidade e competitividade (Ferreira; Teixeira; Piqué, 2023, p. 264).

Permeando o léxico e as práticas de trabalhadores plataformizados – sobretudo dos criadores de conteúdo –, a economia criativa retoma elementos profundamente similares aos elencados pelo trabalho imaterial aos quais fora dado status de revolucionário: produção pautada em conhecimento, imaterialidade do trabalho e mescla entre o econômico, o cultural e o social. As críticas à autonomia dos “operários do conhecimento”, à ausência de limites para produção e acumulação, bem como à produção de subjetividades que entrelaçam as esferas do trabalho e do não trabalho, nos alertam sobre a renovação de discursos supostamente emancipatórios, que escondem um aprofundamento cada vez mais intenso da imbricação material-imaterial e um espraiamento do capital para todas as esferas da vida social.

A partir de pesquisas da Comunicação que consideram os perfis de interação dos usuários da internet, Issaaf Karhawi aponta que uma característica básica dos influenciadores digitais é o fato de que eles necessariamente são sujeitos que se ativam na produção de conteúdo para as redes sociais. Essa afirmativa, no entanto, não vem carregada de um juízo valorativo quanto ao tipo de conteúdo produzido. Segundo a autora, “esse conteúdo pode ser desde fotos bem clicadas para o Instagram, posts em blogs, montagens divertidas no Facebook, até vídeos com edição profissional, textos especializados” (Karhawi, 2017, p. 54).

No Brasil, a gênese dos influenciadores são as blogueiras de moda, nomeadas a partir do seu uso de blogs, especialmente com o surgimento das plataformas Blogger e Wordpress (Karhawi, 2017, p. 49). Com o advento de outras plataformas, como YouTube, Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook e TikTok, o termo “blogueira” perde sua especificidade de se referir a quem tem um blog apenas, o que impulsiona uma tentativa de cunhar “um novo termo para caracterizar as diferentes formas de produzir conteúdo na rede”, surgindo, daí o nome “influenciador digital” (Karhawi, 2018, p. 191).



Issaaf Karhawi traça a origem do uso do termo “influenciador digital” a partir de 2015 no Brasil, atrelando seu uso à pluralidade de “novos aplicativos na esfera de produção desses profissionais que deixaram de se restringir a apenas uma plataforma” (Karhawi, 2017, pp. 53-54). A partir disso, entende-se que “os influenciadores digitais se diferenciam dos [...] blogueiros, vlogueiros e youtubers justamente em razão da sua atuação *multiplatafórmica*” (Borges, 2022, p. 52). Rompendo com a experiência inicial das blogueiras, o termo “influenciador digital” passou a ser usado para se referir a qualquer sujeito que “produz conteúdo nas mídias sociais digitais sobre quaisquer assuntos, não apenas moda e beleza” (Karhawi, 2018, p. 251).

Assim, podemos conceituar influenciadores digitais como sendo trabalhadores que criam “conteúdo, na internet, voltados para um nicho específico, cujo processo produtivo constitui um negócio, sustentado por práticas de marketing, visando a promoção de produtos de terceiros e/ou venda dos próprios serviços e mercadorias”, nos termos de Alê Primo, Ludimila Matos e Maria Clara Monteiro (2021, p. 7). Para Crystal Abidin, influenciadores são uma forma de “microcelebridade” que acumulam seguidores nas redes sociais por meio da narração textual ou visual de sua vida pessoal e cotidiana na qual são veiculadas propagandas de produtos ou serviços (Abidin, 2016, p. 1). A autora afirma que influenciadores são um tipo específico de celebridades – pois se articulam sobre a visibilidade que lhes é dada a partir de um acúmulo de audiência – que “buscam transformar essa visibilidade online em uma carreira digital remunerável”, tendo como palco a internet (Abidin; Karhawi, 2021, p. 290). Utilizando o termo “criador de conteúdo”, Arturo Arriagada e Francisco Ibáñez os definem como “produtores culturais capacitados digitalmente que criam e circulam conteúdo em plataformas de mídia social, impulsionados por um espírito empreendedor e desejo de gerar suas próprias ‘marcas’” (Arriagada; Ibáñez, 2020, p. 1).

A partir disso, podemos perceber como os influenciadores digitais são trabalhadores que desempenham um trabalho imaterial dado o assento informacional-imagético do produto do seu trabalho⁵, resvalando nas formas de exploração de trabalho e de geração e

⁵ Em razão da limitação do escopo deste artigo, não destrincharemos as múltiplas abordagens sobre o trabalho de influenciadores digitais, apesar de entendermos ser importante seu registro para indicar caminhos de pesquisa distintos. Uma exploração do trabalho dos influenciadores digitais a partir de cinco categorias utilizadas pelos estudos de mídias e pela Comunicação (“venture labor”, “hope labor”, “aspirational labor”; “aesthetic labor” e “visibility labor”) pode ser acessada em BORGES, Caio Afonso. **O trabalho dos influenciadores digitais: uma análise a partir dos regimes de visibilidade e do direito fundamental à saúde mental no trabalho**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Brasília. 2024 e em BORGES, Caio Afonso. **Influenciadores digitais e trabalho: categorias de análise**. **ESTUDOS DE SOCIOLOGIA (UFPE)**, v. 1, p. 18-43, 2025.



realização de valor. Portanto, trata-se de um trabalho que produz ao mesmo tempo em que é explorado pelas plataformas digitais, que se sobrepõem e intensificam a carga de objetificação e de precarização do trabalho desses sujeitos e das suas vivências, enquanto subjetividades interconectadas com sua atividade laboral-midiática.

Apesar de as plataformas permitirem novos canais e meios de comunicação e expressão das subjetividades, elas também participam do processo de subjetivação ao filtrar e escolher o que será exposto e o modo como será exposto – em uma evidente criação de regimes de visibilidade. Diante disso, Issaaf Karhawi identifica como o surgimento de outras plataformas foi importante para a “diversificação das possibilidades de obtenção de renda” (Karhawi, 2018, p. 186), a demonstrar um aprofundamento da lógica da mercadorização, que incorpora uma agenda de demandas pautadas no mercado publicitário e na necessidade de aumento no ritmo de produção de conteúdo (Karhawi, 2018, pp. 171 e 177). Nesses termos, entendemos que o influenciador digital realiza “um trabalho criativo, mas moldado por interesses de mercado, que deve ser pautado – em decorrência da sua inserção no mercado do capitalismo neoliberal – nos alicerces do ineditismo, da originalidade e da qualidade ótima do conteúdo produzido” (Borges, 2022, p. 58).

Podemos, portanto, apontar o empreendedorismo como um traço constituinte do trabalho dos influenciadores digitais na medida em que ele conforma dimensões de objetificação do sujeito e de subjetivação das imagens em um processo dialógico que atua na inscrição desse trabalhador na lógica neoliberal, atribuindo-lhe um *modus operandi* empresarial que valoriza concorrência, competitividade e flexibilização em uma operação que se dá no limite da desintegração de si enquanto sujeito.

Uma vez compreendidos os contornos do trabalho dos influenciadores digitais, com destaque para sua imaterialidade, entendemos ser relevante apontar a importância da retomada das teses do trabalho imaterial em tempos de trabalho plataformizado para que possamos identificar as similitudes narrativas que já foram uma vez combatidas e rechaçadas, mas que retornam sob nova roupagem. Isso porque, *apesar da nova aparência e do novo nome “economia criativa”, a gramática que sustenta esse conceito bebe da fonte do trabalho imaterial com a mesma natureza falaciosa, ilusória e profundamente neoliberal, ressaltando elementos como empreendedorismo, autonomia e competitividade.*

Diante de um cenário de exploração cada vez mais intenso, é necessário retomar a centralidade do trabalho uma vez que deparamos com um paradigma de desconstrução de



estruturas protetivas. Portanto, parece uma manobra essencial reapropriar e adaptar a categoria “trabalho imaterial”, bem como as críticas feitas à sua estrutura original, para compreender a complexificação das dinâmicas de exploração do trabalho no capitalismo contemporâneo. Identificar as novas formas de subordinação e de extração de valor nessa nova quadra do capitalismo se mostra igualmente interessante para compreender a necessidade de reafirmar o compromisso com a centralidade e com a regulação do trabalho com viés protetivo, não-mercantil.

Sustentamos que o trabalho imaterial contribui para a realização de valor enquanto processo relacionado à produção de novas mercadorias e intrínseco à renovação dos ciclos do capital. Destacamos que as empresas detentoras das plataformas digitais têm seus lucros baseados tanto pela via da venda de anúncios, como pela via da apropriação do trabalho não pago dos produtores de conteúdo. Nesse sentido, o trabalho imaterial dos influenciadores digitais pode assumir facetas produtivas ou improdutivas, a depender de como se insere nos ciclos de circulação da mercadoria.

Sobre essas abordagens, Cleverson Silva nos mostra que o trabalho dos produtores de conteúdo pode tanto ser um “gasto necessário para a realização do valor da mercadoria produzida por algum capital produtivo” (improdutivo⁶) (2023, p. 73), como pode ele mesmo gerar um conteúdo que será apreendido como mercadoria e vendido por meio da cobrança de assinatura nas suas mais diversas formas (produtivo). Nesse último caso, “o ciclo econômico do valor se encerra no consumo do conteúdo produzido pelo trabalhador produtor de conteúdo” (Silva, 2023, p. 79).

Independente da sua forma de inserção na circulação do capital, o trabalho dos influenciadores digitais, mesmo enquanto trabalho improdutivo, não é inútil, descartável ou desnecessário, visto que a “reprodução do capital incorre em custos, trabalhos que não geram mais-valor, mas são elementares para sua circulação” (Silva, 2023, p. 75). Desse modo, entendemos ser importante conferir atenção ao seu trabalho enquanto essencial para o

⁶ Nesse sentido, Cleverson Silva complementa: “Esse conteúdo, que, em última instância, é um anúncio, é a objetivação de um trabalho humano que se integra ao capital industrial da empresa anunciante. Nesse caso, o conteúdo que veicula anúncio não se objetiva como uma mercadoria. Ele se configura [como] um custo de circulação da empresa anunciante, que apenas auxilia na metamorfose de $M'-D'$, um gasto fortuito e, portanto, improdutivo. Esse trabalho é improdutivo porque não é o trabalhador individual e o resultado direto do seu trabalho que faz dele produtivo ou não, e sim o papel desempenhado pela capacidade de trabalho socialmente combinada. [...] Embora, no caso em análise, os trabalhadores produtores de conteúdo envolvidos na tarefa de realização do valor capital produtivo não produzam mais-valor, eles produzem um trabalho que aumenta a parcela de mais-valor apropriada pelo capitalista que atua na esfera de circulação dessas mercadorias” (Silva, 2023, p. 74-75).



funcionamento do capitalismo contemporâneo, sobretudo em sua faceta digital na medida em que contribuem para a geração ou para a realização de valor.

Em face dessas considerações, no próximo tópico, propomos a utilização da categoria de “regimes de visibilidade” a fim de analisar os mecanismos utilizados pelas plataformas digitais para vigiar, controlar e organizar o trabalho nas plataformas digitais, com base no trabalho imaterial dos influenciadores digitais, devido ao seu assento imagético ressaltado.

5. Regimes de visibilidade em plataformas digitais: mecanismos de organização do trabalho imaterial

O que buscaremos, a partir de agora, é compreender como se dão os agenciamentos sobre a relação laboral dos trabalhadores plataformizados pela chave dos regimes de visibilidade. A hipótese é que as plataformas se utilizam do conhecimento e do poder reunido por meio da extração de dados para conformar regimes de visibilidade que vão mediar e incidir, direta ou indiretamente, sobre os aspectos laborais dos trabalhadores plataformizados, notadamente os que se valem da produção de conteúdos. Diante disso, pretendemos identificar como as plataformas digitais, por meio de regimes de visibilidade, expressam seu poder dentro de uma relação de natureza eminentemente trabalhista ao determinarem – de formas direta ou indireta – diretrizes de organização do trabalho dos sujeitos que nela laboram, sobretudo aqueles que têm a produção de conteúdo como principal atividade.

Se comprovada a hipótese, a transposição para o âmbito jurídico dos elementos apontados não encontra obstáculos: plataformas digitais, por meio de mecanismos de vigilância e controle, determinam, direcionam, fiscalizam e sancionam trabalhadores no âmbito da sua atividade laboral, conformando estruturas de exploração do trabalho (imaterial) e de assimetrias de poder entre as partes.

As plataformas digitais funcionam a partir da extração, da análise e da utilização de informações, no que Morozov chamou de extrativismo de dados (Morozov, 2018, p. 165). Esses dados, segundo Shoshana Zuboff, têm o status de subjetividades, sendo essa a característica que os torna valiosos, uma vez que “são convertidas em objetos que reorientam o subjetivo para a mercantilização” (Zuboff, 2018, pp. 33-34). Os algoritmos realizam a análise e o tratamento desses dados a fim de fornecer determinados resultados



desejados, o que se faz a partir de um conjunto automatizado de instruções que refletem concepções de mundo inscritas na sua arquitetura.

A partir disso, compreendemos as plataformas digitais como infraestruturas utilizadas por empresas de tecnologia de capital privado, que, ao mesmo tempo em que viabilizam a interação entre sujeitos (face comunicacional), se utilizam do seu lugar de mediadora dessas relações para extrair os dados dos seus usuários, os quais serão posteriormente analisados, tratados e utilizados (face econômica).

As formas de utilização dessas informações nos interessam, uma vez que é por meio do mecanismo de vigilância e de exame das dinâmicas sociais que as plataformas irão, dentre outras coisas, ditar, controlar e organizar as interações sociais, mas, sobretudo o processo do trabalho, o sujeito trabalhador e o produto do seu trabalho. No presente artigo, esses mecanismos serão abordados a partir da categoria analítica da visibilidade, pois, enquanto expressão de dimensões estéticas e políticas, ela permite estabelecer a relação entre a forma de utilização das informações extraídas pelas plataformas e os mecanismos de vigilância e de controle.

A visibilidade pode ser utilizada como uma categoria social que está localizada na intersecção entre a estética e a política, articulando as relações de percepção e as relações de poder, firmando seu espaço central na dimensão simbólica (Brighenti, 2007, p. 324). Por não existir o visível sem modos de ver (Brighenti, 2010, p. 33), a visibilidade expressa não apenas uma dimensão sensorial, mas engloba todo um processo social que articula o simbólico, o político e a estética constituindo uma metáfora para o conhecimento e, mais ainda, para o poder (Brighenti, 2007, p. 325). *A compreensão da visibilidade como componente dos mecanismos de exercício de poder nas relações de trabalho pelas plataformas digitais, pode, assim, começar a ser desenhada.*

No entanto, é importante ressaltar que a visibilidade não se apresenta socialmente apenas na faceta do controle e do poder. A visibilidade é compreendida dialeticamente por Andrea Brighenti (2007, p. 336; 2010, p. 39) tanto pela via do reconhecimento quanto do controle, o que se coloca de forma muito evidente no trabalho dos influenciadores digitais. Isso porque, na mesma medida em que a visibilidade permite que os sujeitos se constituam mutuamente por meio do olhar e do reconhecimento recíproco, configurando processos de subjetivação e objetificação (sendo, portanto, essencial na dinâmica do trabalho de influenciadores digitais), ela também é concebida como uma forma de poder que pode se



expressar por meio da vigilância e do controle. Por isso Foucault afirma que “a visibilidade é uma armadilha” (2014, p. 194).

Essa capacidade de jogar com aspectos posicionais das coisas no lugar – ou seja, manejar a espacialidade – nos conduz a uma outra característica da visibilidade: ela produz assimetrias como norma. Conforme aponta Richard Miskolci, no campo dos estudos da sexualidade, a visibilidade funciona em uma forma de *chiaro-schuro*, ou seja, “o que é socialmente reconhecível é iluminado, visível e reconhecido, enquanto o que é menos visível fica na sombra, na relativa invisibilidade ou em uma espécie de marginalidade obscena” (2014, p. 74). Também explorando essa dimensão política do que deve e o que não deve ser visto, Paulo Cesar Gomes, por uma perspectiva geográfica, afirma que a visibilidade é sempre desigual, uma vez que nossa atenção é capturada pelo que nos desperta interesse, revelando “o desinteresse sobre outras coisas potencialmente visíveis” (2013, p. 32). No campo da Teoria Social Crítica, Andrea Brighenti identifica como essas assimetrias são ressaltadas pelos dispositivos tecnológicos (desde cortinas a paredes de pedra, até câmeras de vídeo e satélites) de acordo com os arranjos sociais e políticos das relações que sustentam a visibilidade (2007, p. 326). Ainda, destacamos a necessidade de se considerar as imbricações e as articulações entre a visibilidade e a racialidade, visto que, enquanto elemento estruturante do espaço (Silva, 2019, p. 37), a gramática racial permeia os mecanismos de poder que oscilam entre reconhecimento e controle.

Em suma, as assimetrias de visibilidade são assimetrias de poder (Brighenti, 2007, p. 338) e é nesse ponto que o conceito de regimes de visibilidade é ressaltado. A visibilidade agrega a capacidade – ou o poder – de escolher, classificar e ranquear, configurando-se como elemento essencial para infraestruturas classificatórias que têm um aspecto político acentuado na medida em que determinam regras, estabelecem funções e criam estruturas sociais (Brighenti, 2010, p. 44). Falar de regime é exatamente salientar essa dimensão política. Assim, quando falamos de regime de visibilidade, falamos sobre o poder de determinar o que vale a pena dar atenção e o que temos o direito de observar, de modo que, enquanto dispositivo social, ele define as formas de ser de um sujeito ou de um objeto a partir do seu posicionamento dentro de um campo de visibilidade que irá condicionar assimetrias (Brighenti, 2010, p. 45).

Complementarmente, Richard Miskolci define regimes de visibilidade como uma sofisticada expressão das relações de poder que não se baseiam em proibições diretas, e sim



“em formas indiretas, mas altamente eficientes, de gestão do que é visível e aceitável na vida cotidiana”, sintetizando as estruturas de uma sociedade que conferem reconhecimento e tornam visíveis certas coisas enquanto controla outras por meio de vigilância moral e da coibição (2014, p. 62).

Regimes de visibilidade expressam, portanto, “uma espécie de protocolo, de cartilha de procedimentos regulares, que estabelecem socialmente aquilo que deve ser visto, as condições e os valores que devem ser julgados”, conforme nos mostra Paulo Cesar Gomes. Essa ideia deriva do conceito foucaultiano de “regimes de verdade”, os quais “informam sobre quem está autorizado a falar, o tipo de discurso que é aceito como verdadeiro e os mecanismos que permitem distinguir o falso do verdadeiro” (Gomes, 2013, pp. 51-52).

Uma forma de expressão do poder pela via da visibilidade que vem se mostrando cada vez mais intensa nos últimos tempos é o que pode ser compreendido como vigilância: um modo específico e contínuo de gerenciamento da visibilidade com a finalidade de adquirir, arquivar, analisar e interpretar informações (Brighenti, 2010, p. 59). A vigilância foi retratada por Foucault enquanto uma expressão do panóptico de Bentham no paradigma de uma sociedade disciplinar, o qual consiste em um dispositivo de visibilidade⁷ utilizado para informar condutas, criar corpos dóceis e promover a produtividade em detrimento da punição (Foucault, 2014, p. 194).

Ao passo que no modelo foucaultiano a vigilância incidia prioritariamente sobre corpos e sujeitos, na atual quadra do capitalismo – em que plataformas digitais medeiam um imenso número de relações sociais e operam pela lógica da dataficação e do colonialismo de dados – ela muda seu foco para atuar sobre os próprios dados. Essa concepção bebe da fonte de Gilles Deleuze quando este faz uma atualização da observação de Foucault sobre a sociedade disciplinar: em uma sociedade de controle, os mecanismos de poder funcionam não mais pelo confinamento, mas pelo controle contínuo e pela comunicação instantânea, que são viabilizados pelas máquinas típicas dessa sociedade (Deleuze, 2013, p. 220).

Portanto, com Foucault, podemos pensar que poder, visibilidade, sujeição e objetificação são elementos que se articulam em torno da disciplina, sobretudo pelo exercício do poder que visa objetificar os indivíduos para que se possa sujeitá-los às condições de utilidade, o que se dá por meio de um regime de visibilidade e de uma

⁷ Para mais detalhes e ilustrações sobre o funcionamento do panóptico, ver FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento das prisões**. 42ª ed. Petrópolis: Vozes. 2014, p. 194.



distribuição dos corpos em um ambiente que permite que sejam vigiados de forma constante. No entanto, entendemos que existe uma continuidade dessas formas da disciplina no ambiente das plataformas digitais. É dizer que um determinado poder de disciplina e de controle objetiva os sujeitos por meio da extração de dados, permitindo que dispositivos sejam acionados para conformar comportamentos e subjetividades a partir de mecanismos performativo-preditivos de controle e instrumentalização das escolhas individuais (Bruno, 2008, p. 16).

Ainda sobre a existência de mecanismos de disciplina na “sociedade do controle”, podemos identificar dois elementos. O primeiro deles é que, nas plataformas digitais, os sujeitos são colocados em uma visibilidade obrigatória e constante, que captura todo e qualquer movimento, permitindo uma documentação de todos esses dados em um processo intenso de individualização. Tendo posse dessas informações, as plataformas digitais fazem dessa descrição um meio de controle e um método de dominação (Foucault, 2014, p. 187). Fabrica-se, assim, uma individualidade, a partir da visibilidade enquanto tecnologia de poder e instrumento de controle. Esse paradigma conforma a atualidade do exame – proposto por Michel Foucault, enquanto combinação entre as técnicas da hierarquia que vigia e da sanção que normaliza – que estabelece uma visibilidade sobre os sujeitos e permite que sejam identificados, diferenciados e sancionados (Foucault, 2014, p. 181).

O segundo elemento se refere à sanção, que nesse novo regime de visibilidade calcado nos alicerces da sociedade do espetáculo, é justamente a exclusão do campo de visibilidade. O paradoxo é que, estando no campo de visibilidade, há imediata submissão do sujeito aos mecanismos de exame, que, reconhecendo sua presença, aplicam sobre ele as táticas de disciplina e de controle. Por outro lado, estar fora do campo de visibilidade implica que o sujeito não participa das relações sociais que se desenvolvem nesses ambientes, visto que a visibilidade também é fator essencial para as dinâmicas de reconhecimento.

No paradigma digital, os “mecanismos da governamentalidade algorítmica” são capazes de individualizar sem separar a partir da coleta e do tratamento dos dados da multidão que viabiliza a intensificação do controle e a adoção de ações sobre os comportamentos (Rouvroy; Berns, 2018, pp. 112-114). Soma-se a isso os mecanismos que se valem da visibilidade obrigatória como princípio para controlar os sujeitos – os quais são objetivados e individualizados por meios de dados e de perfis, logins, contas – em uma



dinâmica que expressa a negociação sobre as relações de reconhecimento e coloca os sujeitos sob o jugo do controle social.

Nesse sentido, Fernanda Bruno identifica uma sobreposição entre o eixo de individualização da vigilância disciplinar (típica do panóptico) e da vigilância digital, engendrando um cenário “em que são mais vigiados, arquivados e classificados os indivíduos mais conectados às redes informacionais, e especialmente os que nelas são mais visíveis, participativos ou inseridos nos circuitos de consumo e civilidade” (Bruno, 2008, p. 14). A vigilância pode ser apreendida, nos termos de Fernanda Bruno, como a “atividade de observação sistemática e focalizada de indivíduos, populações ou informações relativas a eles” com o objetivo de extrair conhecimento e intervir de modo a governar suas condutas ou subjetividades (Bruno, 2010, p. 156).

Contemporizando o conceito, a autora utiliza a terminologia “vigilância distribuída” para se referir à vigilância que, incorporada nos diversos dispositivos, serviços e ambientes do cotidiano, “se exerce de modo descentralizado, não hierárquico e com uma diversidade de propósitos, funções e significações nos mais diferentes setores” (Bruno, 2010, p. 156). Essa noção de distribuição nos permite acessar a discussão a respeito da permeabilidade da vigilância nas práticas sociais cotidianas. Para Fernanda Bruno, os espaços da comunicação distribuída (ilustrados pelas redes sociais) confundem-se com os da vigilância distribuída, ou seja, não existem redes sociais, “com suas práticas de sociabilidade isentas de qualquer forma de vigilância ou monitoramento”, visto que são mecanismos essenciais para garantir a “eficiência do sistema, que monitora, arquiva e analisa os dados disponibilizados pelos usuários de modo a otimizar seus serviços” (Bruno, 2010, p. 158).

Essa discussão a respeito da “naturalização” da vigilância pode ser acessada também por meio das formas de legitimação dessa prática, que passa a se dar em diversos âmbitos da vida social, desvinculando-se estritamente de “contextos específicos de controle, inspeção ou conhecimento” (Bruno, 2010, p. 168). Segundo Fernanda Bruno, existe um “tríplice regime de legitimação da vigilância distribuída”, que se constitui pela segurança, pela vigilância midiática e pela eficiência na prestação de serviços. Assim, as promessas de segurança e proteção contra perigos potenciais, as possibilidades de diversão, prazer, sociabilidade e visibilidade, bem como a prestação de serviços mais personalizados e mais eficientes (Bruno, 2010, p. 157) se reúnem para estruturar um imaginário social que valida a permeabilidade da vigilância no cotidiano.



Diante de tudo isso, entendemos que as plataformas digitais, sobretudo as redes sociais, constituem-se como meios de comunicação que viabilizam relações intersubjetivas, mas que têm em suas estruturas, mecanismos de vigilância – e, conseqüentemente, de extração de dados e de informações – que são utilizados, posteriormente, para finalidades alheias à esfera comunicacional, viabilizando processos produtivos e acumulação de capital.

De forma mais expressa, podemos entender que as plataformas digitais criam e modificam campos de visibilidade – construindo regimes de visibilidade – para organizar as condutas, mas, sobretudo, o trabalho. A partir disso entendemos que as plataformas digitais gerenciam o trabalho de produtores de conteúdo a partir da organização quanto ao que é visto e o que não é, bem como quanto ao valor daquela imagem em alguns casos, sendo seu alvo exatamente o produto do trabalho dos influenciadores digitais.

Seguindo a ideia de controle do trabalho por meio do gerenciamento do campo de visibilidade feito pelas plataformas, podemos compreender que é com base na atividade dos diversos usuários que o algoritmo é capaz de organizar e distribuir, a partir do seu regime de visibilidade, o produto do trabalho dos criadores de conteúdo. Outro efeito que essa arquitetura algorítmica produz na conduta dos sujeitos é que se tornar visível passa a se constituir como algo que se aspira, antes de uma ameaça, funcionando mais como uma recompensa do que uma punição (Bucher, 2012, p. 1174).

A lógica da distribuição escassa e seletiva da visibilidade, representativa da “ameaça da invisibilidade”, vai, portanto, moldando os desejos de participação dos sujeitos na medida em que não se conformar às regras estabelecidas pela arquitetura das plataformas implica necessariamente na punição de ser feito invisível. É dizer, portanto, que ela opera como um mecanismo de disciplina o qual estabelece a participação como norma (Bucher, 2012, p. 1175), alocando espacialmente os sujeitos que tomam condutas desviantes em um campo de invisibilidade enquanto punição pelo desvio normativo. Nesses termos, o trabalho dos influenciadores se baseia essencialmente em gerenciar os riscos da invisibilidade, visto que ela impacta diretamente na remuneração e nas oportunidades profissionais.

Caitlin Petre, Brooke Erin Duffy e Emily Hund são objetivas ao identificar que, para trabalhadores da indústria cultural, como é o caso dos influenciadores digitais, o “imperativo de ser visto” é um mandamento profissional que está intrinsecamente ligado ao sucesso financeiro e à autonomia profissional (Petre; Duffy; Hund, 2019, p. 3), mas que é profundamente marcado pela governança desigual na gestão da visibilidade pelos algoritmos



(Duffy; Meisner, 2022, p. 3). Isso, por sua vez, impacta diretamente no trabalho dos influenciadores digitais, na medida em que as plataformas vão distribuir, ou melhor, atribuir, de forma desigual, cargas e intensidades de trabalho entre sujeitos a depender do quão desviantes das normas de participação e de estética estabelecidas pelas plataformas eles são/estão – ou seja, a depender da aderência aos regimes de visibilidade estabelecidos.

Nesse sentido, Sophie Bishop demonstra como plataformas digitais, como o YouTube, atuam ativamente para fazer uma porção de conteúdos invisíveis (Bishop, 2019, p. 2590), a demonstrar a agência na construção de regimes de visibilidade que influenciam no trabalho de trabalhadores plataformizados. Segundo Bishop, o YouTube usa algoritmos para (i) gerenciar a quantidade massiva de vídeos e (ii) satisfazer suas audiências ao entregar conteúdo relevante. Nesse processo, os algoritmos vão operar para responder a questão: “o que deve ser feito visível e para quem?”. A partir disso, a autora identifica os algoritmos como sendo processos codificados implementados pela plataforma para proporcionar ou restringir a visibilidade de determinados conteúdos (Bishop, 2019, p. 2589-2590).

Analisando o Instagram, Kelley Cotter identifica o momento em que a plataforma tornou público, mas de forma implícita, que ela passaria a gerenciar a visibilidade dos conteúdos e dos sujeitos por meio de um ranqueamento algorítmico. Em 2016, o Instagram anunciou que as telas iniciais com as publicações não seriam mais ordenadas de forma cronológica, mas sim de acordo com o que a plataforma “acredita que você se importa mais”. Assim, o ranqueamento algorítmico passa a determinar quem e o que ganha visibilidade nas redes sociais ao estabelecer as condições pelas quais os usuários serão vistos, engendrando mecanismos disciplinares que prescrevem normas participativas (Cotter, 2019, p. 2). Portanto, essa capacidade de estabelecer as regras de como deve se dar essa participação representa o poder dos proprietários das plataformas sobre as condições sob as quais o trabalho de influenciadores digitais deve se amoldar, bem como sobre a sua produção de conteúdo⁸ (Cotter, 2019, pp. 12-13).

Diante disso, podemos lançar a hipótese que, se um trabalhador plataformizado que produz conteúdos não estiver alinhado com as diretrizes ideológicas das plataformas, mecanismos que gerenciam o campo da visibilidade irão ser ativados para desincentivar

⁸ Para exemplos, ver KARHAWI, Issaaf; SÉ, Letícia. Censura ou problema técnico? A opacidade algorítmica do Instagram e o caso de Sheikh Jarrah. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 44, 2021, Recife. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2021; e GLATT, Zoë; BANET-WEISER, Sarah. Productive ambivalence, economies of visibility and the political potential of feminist YouTubers. In: CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David. **Creator Culture: An Introduction to Global Social Media Entertainment**. New York: NYU Press. p. 39-56, 2021.



aquela forma específica de realizar e de produzir do trabalhador. Aqui, o jogo do reconhecimento e do controle se faz tão ou mais presente, pois a invisibilidade do produto do trabalho do sujeito provoca crises de reconhecimento, pois impede que ele seja visto e diminui a sua importância como algo que deve ser visto, e ressalta o controle sobre a sua atividade e sobre as conformações de subjetividades. E seria por meio da vigilância incessante sobre o trabalho que as plataformas estruturariam os regimes de visibilidade para dar ou retirar importância a determinado sujeito trabalhador que cria conteúdo.

Se determinar os modos de ver e ser visto, bem como criar e gerenciar regimes de visibilidade, são expressões do poder que vão incidir não apenas sobre uma dinâmica social, mas sobre uma dinâmica social específica afeta à seara trabalhista, podemos transpor para o campo jurídico as noções de vigilância, visibilidade e controle sob o signo do poder nas relações de trabalho. Esse poder, por sua vez, se manifestará em todas as facetas já identificadas pela doutrina jurídica no âmbito da relação de emprego (Delgado, 2019, pp. 790-798): (i) será diretivo, pois as plataformas efetivamente organizam o trabalho e determinam as regras que devem ser seguidas, ainda que de maneiras não tão diretas, sobretudo pelo gerenciamento algorítmico; (ii) será regulamentar, pois as plataformas fixam normas a serem observadas nos seus domínios enquanto meio ambientes de trabalho; (iii) será fiscalizatório, pois as plataformas exercem controle e vigilância sobre a prestação do trabalho por meio da governamentalidade algorítmica; e (iv) será disciplinar, pois as plataformas sancionam os trabalhadores pelo descumprimento das normas inacessíveis e ocultas estabelecidas por elas mesmas pela atribuição posicional fora do campo de visibilidade.

Dessa forma, não podemos nos deixar enganar por uma narrativa de neutralidade algorítmica que selecionaria, em tese, o conteúdo mais adequado para o usuário ou o conteúdo que é mais popular. O mecanismo e as ferramentas pelas quais os regimes de visibilidade se expressam não são suficientes para desnaturalizar a essência dessa modalidade de controle do trabalhador pelo capital materializado nas plataformas. Assim, é possível traduzir ao campo jurídico as expressões do regime de visibilidade das plataformas digitais, na medida em que elas se valem desse poder de determinar o que vai e o que não vai ser visto, quando o trabalhador poderá ser reconhecido e quando o produto do seu trabalho será recebido pela audiência, pelos consumidores.



Discutir visibilidade é discutir poder. E discutir poder é discutir subordinação. É ter a capacidade de determinar o que e quem vai ser visto. Na sociedade espetacular, em que as mediações sociais são feitas por imagens, é poder determinar quem é e quem não é, quem pode e quem não pode participar das relações de reconhecimento. Na sociedade de controle, é mecanismo de vigilância e controle social. Na era do capitalismo de vigilância, é dispositivo que vai determinar e prescrever, ainda que por normas relativamente inacessíveis e ocultas, as interações sociais e o trabalho nas plataformas digitais. Discutir visibilidade é, portanto, compreender uma forma de expressão do poder, que implica uma forma de subordinação. Assim, quando a visibilidade passa a ser um fator estruturante no trabalho de determinados sujeitos e quando ela é utilizada como forma de organizar o trabalho e sancionar o trabalhador, podemos compreender a relação entre visibilidade e poder na chave do Direito do Trabalho pela analogia com a figura do exercício do poder empregatício e da subordinação.

Esmiuçar os mecanismos utilizados pelas plataformas digitais revela as arquiteturas de um poder que sempre funcionou sob bases coloniais (Avelino, 2021, p. 76), produzindo assimetrias e desigualdades, bem como explorando o trabalho e todas as esferas da vida da classe trabalhadora. Os regimes de visibilidade são uma representação desse poder que toma dimensões cada vez maiores em uma sociedade em que suas relações sociais são mediadas por imagens (Debord, 1997). Nesse contexto, as TICs foram desenvolvidas a tal ponto que viabilizam e intermedeiam esses tipos de interação social ao mesmo tempo em que atuam na extração, na captura, na análise, no tratamento e na utilização dos dados daí provenientes.

As plataformas digitais se mostram como a principal expressão desse modelo, pois permitem criar regimes de visibilidade e exercer vigilância e controle sobre seus usuários, em uma busca ativa pela (des)construção de subjetividades e pela organização do trabalho. Essas estruturas digitais comandadas por empresas de tecnologia têm a finalidade de promover uma lógica neoliberal que atua tanto na subjetivação dos usuários e dos usuários-trabalhadores, quanto na geração de valor e acumulação de lucro. No tocante ao trabalho, elas promovem verdadeiras incursões, determinando políticas de reconhecimento e de não reconhecimento, bem como de liberdade/autonomia e de controle/submissão, pelo gerenciamento dos aspectos das relações laborais (processo do trabalho, produto do trabalho, sujeito do trabalho e meio ambiente do trabalho).



Por mais invisíveis que possam ser os mecanismos das plataformas para o exercício do poder sobre o trabalho, eles existem e seus efeitos são visíveis: o poder, expresso na sua face biopolítica, informa e condiciona não apenas o trabalho, mas todo um leque de relações sociais que variam entre reconhecimento e controle. Compreender essas dinâmicas é essencial para estabelecermos o debate no campo do Direito do Trabalho, pois, a partir da identificação da existência de assimetrias nas relações de trabalho em plataformas, principalmente em razão dos regimes de visibilidade como forma de seu gerenciamento, conseguimos impulso para pensar a urgência de uma regulação de cunho não-mercantil (Silva; Horn, 2008) voltada aos trabalhadores plataformizados, com destaque para os influenciadores digitais.

6. Considerações finais

Dentre as novas expressões do trabalho imaterial, localizamos o trabalho dos influenciadores digitais enquanto operadores de dinâmicas de mercadorização sobre aspectos subjetivos e sociais da vivência humana. Dessa forma, entendemos que a categoria de trabalho imaterial, apropriada em seu sentido crítico, permite incorporar análises sobre expressões laborais cujo produto não é físico, conferindo importância, enquanto objeto de pesquisa, a atividades que antes não estavam inseridas na esfera da produção, mas que foram paulatinamente arrastadas para “dentro do nó” capital-trabalho e, portanto, passaram a gerar ou realizar valor para o capital.

Nesse contexto, os regimes de visibilidade se apresentam como instrumentos utilizados pelas plataformas digitais para controlar e organizar o trabalho dos influenciadores. É por meio do gerenciamento da visibilidade do produto do trabalho desses sujeitos que as plataformas operam dinâmicas de reconhecimento, (des)valorização, (des)qualificação, destaque, punição e sanção. A partir disso, compreendemos que os regimes de visibilidade são mecanismos de gestão do trabalho dos influenciadores digitais e, portanto, são também elementos integrantes da organização do trabalho que se configuram como fatores de risco psicossocial.

Esse quadro permite a leitura do fenômeno do trabalho dos influenciadores digitais, sobretudo em sua relação com as plataformas, a partir da ótica do Direito do Trabalho,



viabilizando uma interpretação constitucionalizada que exige a salvaguarda da dignidade e do valor social do trabalho enquanto princípios e dos direitos fundamentais trabalhistas enquanto componentes de um patamar mínimo de dignidade no trabalho.

Referências bibliográficas

ABIDIN, Crystal. Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. **Media International Australia**. pp. 1-15, 2016.

ABIDIN, Crystal; KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 44, p. 289-301, 2021.

AMORIM, Henrique. Valor-trabalho e trabalho imaterial nas ciências sociais contemporâneas. **Caderno CRH**, v. 23, n. 58, jan./abr., 2010.

AMORIM, Henrique. **Trabalho imaterial: Marx e o debate contemporâneo**. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2018.

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

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho**. 16ª ed. São Paulo: Cortez, 2015.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020.

ARRIAGADA, Arturo; IBÁÑEZ, Francisco. “You need at least one picture daily, if not, you’re dead”: content creators and platform evolution in the social media ecology. **Social Media+ Society**, v. 6, n. 3, p. 1-12, 2020.

AVELINO, Rodolfo. Colonialismo digital: dimensões da colonialidade nas grandes plataformas. In: CASSINO, João Francisco; SOUZA, Joyce; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (Orgs.) **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021.

BISHOP, Sophie. Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. **New media & society**, v. 21, n. 11-12, p. 2589-2606, 2019.

BORGES, Caio Afonso. **O dano existencial no trabalho sem pausas dos influenciadores digitais**. São Paulo: Editora Dialética, 2022.



BORGES, Caio Afonso. Reflexões sobre a organização coletiva de influenciadores digitais: reconhecimento, sofrimento e o lugar das plataformas digitais na experiência de trabalho. **Revista do TST**, v. 89, n. 1, 2023.

BORGES, Caio Afonso. **O trabalho dos influenciadores digitais: uma análise a partir dos regimes de visibilidade e do direito fundamental à saúde mental no trabalho**. 2024. 282f. Dissertação de Mestrado. Direito – Universidade de Brasília. Brasília, 2024.

BORGES, Caio Afonso. Direito do Trabalho nas plataformas digitais: (i)materialidade, (in)visibilidade e (in)formalidade. In: LIMA, Renata Santana. BORGES, Caio Afonso. (Orgs.); DUTRA, Renata Queiroz. (Coord). **Informais: trabalho, interseccionalidades e direitos**. São Paulo: Editora Dialética, 2024b.

BORGES, Caio Afonso. Influenciadores digitais e trabalho: categorias de análise. **ESTUDOS DE SOCIOLOGIA (UFPE)**, v. 1, p. 18-43, 2025.

BRIGHENTI, Andrea. Visibility: A Category for the Social Sciences. **Current Sociology**, v. 55, n. 3, 2007.

BRIGHENTI, Andrea. **Visibility in social theory and social research**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.

BROWN, Wendy. **Power Visible and Invisible: Neoliberalism in Marxist and Foucauldian Frames**. University of California, Berkeley, November, 2016.

BRUNO, Fernanda. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. **Revista FAMECOS**, v. 15, n.º 36, 2008.

BRUNO, Fernanda. Mapas de crime: Vigilância distribuída e participação na cultura contemporânea. In: BRUNO, Fernanda; KANASHIRO, Marta; FIRMINO, Rodrigo (Orgs.) **Vigilância e visibilidade: espaço tecnologia e identificação**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

BUCHER, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. **New media & society**, v. 14, n. 7, p. 1164-1180, 2012.

COTTER, Kelley. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. **New media & society**, v. 21, n. 4, 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELGADO, Maurício Godinho. **Curso de Direito do Trabalho**. 18ª ed. São Paulo: LTr, 2019.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. 3ª ed. São Paulo: Editora 34, 2013.

DUFFY, Brooke Erin; MEISNER, Colten. Platform governance at the margins: Social media creators' experiences with algorithmic (in)visibility. **Media, Culture & Society**, v. 45, n. 2, p. 1-20, 2023.



DUTRA, Renata Queiroz. **Direito do Trabalho**: uma introdução político-jurídica. Belo Horizonte: RTM, 2021.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. *Colonialismo digital*: por uma crítica hacker-fanoniana. São Paulo: Boitempo, 2023.

FERREIRA, Juliana Duarte; TEIXEIRA, Clarissa Stefani; PIQUÉ, Jorge. Economia criativa na América Latina: contribuições dos distritos criativos para as cidades. **Brazilian Creative Industries Journal**. v. 3, n. 1, pp. 260-287, 2023.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 2014.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. **O lugar do olhar**: elementos para uma geografia da visibilidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

GORZ, André. **O imaterial**: conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.

HARVEY, David. **17 contradições e o fim do capitalismo**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

HUWS, Ursula. **A formação do cibertariado**: trabalho virtual em um mundo real. Campinas: Editora da Unicamp, 2017.

KARHAWI, Issaaf Santos. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, v. 17, n. 12, p. 46-61, 2017.

KARHAWI, Issaaf Santos. **De blogueira à influenciadora**: motivações, ethos e etapas profissionais da blogosfera de moda brasileira. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado)– Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2018.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2013.

LESSA, Sérgio. Trabalho imaterial: Negri, Lazzarato e Hardt. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 6, n. 11, 2007.

MISKOLCI, Richard. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. **Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades** n. 11, v. 8, 2014.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

PETRE, Caitlin; DUFFY, Brooke Erin; HUND, Emily. “Gaming the system”: Platform paternalism and the politics of algorithmic visibility. **Social Media+ Society**, v. 5, n. 4, p. 1-12, 2019.

PRIMO, Alê; MATOS, Ludimila; MONTEIRO; Maria Clara. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA, 2021.



ROUVROY, Antoinette; BERNS, Thomas. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o dispar como condição de individuação pela relação? In: BRUNO, Fernanda; et. al. (Orgs.) **Tecnopolíticas da vigilância**: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.

SANTOS, Vinícius Oliveira. **Trabalho imaterial e produção imaterial**: elementos de uma análise a partir de Marx. Tese de Doutorado Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas: São Paulo, 2018.

SILVA, Cleverson Ramom Carvalho. **O chão de fábrica das redes sociodigitais**: o trabalho dos produtores de conteúdo na dinâmica do capitalismo contemporâneo. Tese de Doutorado. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. Universidade Federal de Minas Gerais. 2023.

SILVA, Denise Ferreira da. **A dívida impagável**. São Paulo: Oficina de Imaginação Política e Living Commons, 2019.

SILVA, Sayonara Grillo Coutinho Leonardo da; HORN, Carlos Henrique. O princípio da proteção e a regulação não-mercantil do mercado e das relações de trabalho. **Revista de Direito do Trabalho**. v. 34, n. 132, out./dez. 2008.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: BRUNO, Fernanda; et. al. (Orgs.) **Tecnopolíticas da vigilância**: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.

Sobre o autor

Caio Afonso Borges, é Mestre e graduado em Direito pela Universidade de Brasília (UnB); membro do Grupo de Pesquisa Trabalho, Interseccionalidades e Direitos (UnB/CNPq); membro do Grupo de Pesquisa Trabalho, Constituição e Cidadania (UnB/CNPq). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1985649258696413>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4262-7445>. E-mail: caioaborges8@gmail.com

Créditos de autoria

O autor é o único responsável pela artigo.

Declaração sobre conflito de interesses

Não há possíveis conflitos de interesse na realização e comunicação das pesquisas.

Informações sobre financiamento

Esta pesquisa foi realizada sem financiamento.

Declaração de Disponibilidade de Dados

A disponibilidade de dados não se aplica a este artigo, pois nenhum dado/novo dado foi criado ou analisado neste estudo

Editores Responsáveis pela Avaliação e Editoração

Carolina Alves Vestena e Bruna Bataglia.





Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350981973017>

Como citar este artigo

Número completo

Mais informações do artigo

Site da revista em redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe,
Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no
âmbito da iniciativa acesso aberto

Caio Afonso Borges

Regimes de visibilidade e poder das plataformas digitais nas relações de trabalho: uma análise a partir do trabalho imaterial de influenciadores digitais

Visibility regimes and power of digital platforms in labor relations: an analysis based on the immaterial work of digital influencers

Revista Direito e Práxis

vol. 16, núm. 2, e85606, 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro,

ISSN-E: 2179-8966

DOI: <https://doi.org/10.1590/2179-8966/2025/85606>