

As contingências comunicacionais provocadas pelas regras de participação da "comunidade" *Love Mondays*

Communicational contingencies caused by the rules of participation of "community" *Love Mondays*

Dôuglas Aparecido Ferreira*, Ivone de Lourdes Oliveira**

*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

**Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil

Resumo

Na perspectiva do capitalismo cognitivo, a informação se torna o eixo central da sociedade e o trabalho passa a ser categorizado como material ou imaterial. Neste contexto de valorização da dimensão intelectual e da autonomia do trabalhador, foi criado o *Love Mondays*, um site que possibilita o acesso a conteúdos revelando dados sigilosos das organizações, no pretexto de serem importantes para se tomar decisões da carreira. Este artigo busca investigar as regras de participação do *Love Mondays* e entender como elas contingenciam as relações interativas que nele se dão. O percurso teórico centra-se nas discussões sobre capitalismo cognitivo, trabalho imaterial e redes de colaboração. Já a trajetória metodológica é composta da observação das funcionalidades do site e sua justificação em textos explicativos e entrevistas com seus fundadores. A análise demonstra que o *Love Mondays* replica a lógica econômica opressora vigente, que privilegia os espaços de comunicação das organizações e reduz a participação dos trabalhadores ao anonimato e ao consumo de informação.

Palavras-chave: Capitalismo cognitivo. Informação. Trabalhador.

Abstract

In the perspective of cognitive capitalism, the information becomes the central of society and the work becomes categorized as material or immaterial. In this context of appreciation of the intellectual dimension and the autonomy of the worker, Love Mondays was created, a website that allows access to content revealing confidential informations about the organizations, in the pretext of being important for making career decisions. This article aims to investigate the rules of participation on Love Mondays and to understand how they are contingent on the interactive relations that occur in it. The theoretical course focuses on the discussions on cognitive capitalism, immaterial work and collaboration networks. Already the methodological trajectory is composed of the observation of the functionalities on site and its justification in explanatory texts and sayings of its founders. The analysis demonstrates that Love Mondays replicates the current oppressive economic logic, which privileges organizations' communication spaces and reduces workers' participation to anonymity and information consumption.

Keywords: Cognitive capitalism. Information. Worker.

Introdução

Este artigo busca refletir sobre as regras de participação praticadas pelo *Love Mondays*¹, um site onde circulam informações sigilosas sobre o mundo do trabalho, que podem influenciar nas decisões sobre a carreira profissional dos visitantes. A abordagem investigativa, aqui pretendida, se torna relevante uma vez que, o mundo do trabalho, como pensava Marx (1996), é um elemento articulador do desenvolvimento dos sistemas de produção e, por conseguinte, organizador da vida social desde o início do capitalismo. Por esse

¹ IN: <http://www.lovemondays.com.br/>

motivo, o trabalho é fundante nas relações sociais e seu entendimento pode revelar questões da constituição do sujeito.

Marx entendia que a trajetória da história da humanidade se dá pelo progresso de seu modo de produção que "condicionaria o processo da vida social, política e intelectual em geral" (Marx, 1996, p. 206). Para Marx (1996), o entendimento da sociedade deveria basear-se em seus modos de produção e nos elementos a eles associados como ferramentas, máquinas, materiais, conhecimento técnico, terra e todos os demais recursos naturais. A visão essencialmente materialista de Marx se opunha principalmente à filosofia idealista hegeliana, que tentava interpretar o curso da história a partir da evolução das ideias e não das coisas. "Para mim, pelo contrário, o ideal não é nada mais que o material, transposto e traduzido na cabeça do homem." (Marx, 1996, p. 140). Assim, a história é vista por ele como um acontecimento evolutivo vinculado aos artefatos materiais utilizados em diferentes modos de produção de cada época, o que tornou possível considerar o trabalho como um elemento fundamental para o entendimento das divisões de classe, das lutas pelo poder e dos sistemas de opressão.

Mais recentemente, com o desenvolvimento de um cenário técnico de enaltecimento do conhecimento, da comunicação e do avanço científico, a relação com o trabalho se modifica. Essa nova etapa passa a ser chamada de capitalismo cognitivo e vem sendo utilizada para se referir à reestruturação do sistema capitalista ocorrida nas últimas décadas do século XX. A concepção do termo vincula-se principalmente a pensadores franco-italianos como Antonio Negri, Maurizio Lazzarato e André Gorz. Segundo esses autores, o capitalismo cognitivo deixa para trás a dinâmica industrial e se constrói por meio de uma nova base produtiva: a atividade cognitiva (Lopes, 2010).

De modo geral, a defesa de um modelo atual de capitalismo, voltado prioritariamente para a dimensão cognitiva, é consequente de estudos que consideram ultrapassada a proposta materialista de Marx. Essa tradição alega que os pressupostos do sociólogo alemão foram formulados em um período estritamente fabril e, portanto, não se enquadram no entendimento dos dias atuais (Lazzarato; Negri, 2001; Gorz, 2005). Assim, a perspectiva compartilhada por esses autores, considerados pós-marxistas, questiona o trabalho como elemento central nas relações sociais, e se apoia na noção de uma sociedade organizada pela informação (Castells, 2002) e da superação do conceito de valor-trabalho pela cientificação da técnica (Habermas, 1987).

É nesse contexto que emergem tensões entre a perspectiva materialista e imaterialista do trabalho. Uma dessas tensões está ligada a (in)capacidade de mensuração da atividade trabalhista. Diferente de Marx (1996), que acredita na aferição do tempo de trabalho como parâmetro comparativo para a medição de valor no capitalismo, Gorz (2005, p. 29) defende que "a heterogeneidade das atividades de trabalho ditas 'cognitivas', dos produtos imateriais que elas criam e das capacidades e saberes que elas implicam, torna imensuráveis tanto o valor das forças de trabalho quanto o de seus produtos". O autor ainda alega que os padrões de mensuração clássicos não são mais aplicáveis e o conhecimento passa a ser "considerado como a força produtiva principal" (Gorz, 2005, p.16) e, por ser de caráter imaterial, é um fator difícil de se mensurar, visto que é abstrato e está diluído em diversas instâncias dentro e fora do trabalho.

Ao contrário de Gorz, Lazzarato e Negri, neste artigo, considera-se a imaterialidade como uma dimensão inseparável de qualquer trabalho desde os primórdios da humanidade, incluindo os de caráter mais braçal. Dito posto, concorda-se com o pensamento de Roseli Fígaro de que "a materialidade do trabalho está em tudo o que produz e permite reproduzir, ou seja, o próprio sistema social. E o trabalho sempre foi imaterial,

pois está no Ser social” (Fígaro, 2018, p. 183-184). Assim, a imaterialidade do trabalho precisa ser compreendida não de forma isolada, mas como parte de um complexo de produção capitalista que envolve tanto aspectos imateriais como materiais, tendo esse último, ainda, como o principal referencial produtivo. Desse modo, a concepção de imaterial aqui utilizada não opõe os bens imateriais aos materiais e, portanto, não se trata de uma perspectiva idealista do trabalho imaterial, mas da percepção da hibridação entre material e imaterial (Cocco; Vilarim, 2009);

Como reafirma Antunes (2017, p. 129), “o trabalho imaterial, mesmo quando centrado na esfera da circulação, interage com o mundo produtivo do trabalho material e encontra-se aprisionado pelo sistema de metabolismo social do capital”. Portanto, considera-se a já declarada dificuldade, destacada por Gorz (2005), de se mensurar quantitativamente o tempo gasto em atividades imateriais, mas acredita-se, como colocado por Antunes (2017), que isso não as impedem de também produzir valor, uma vez que estão ligadas à uma cadeia produtiva maior centrada na materialidade do consumo.

É nesse cenário de tensão de perspectivas sobre o capitalismo que surge o *Love Mondays*². O site, com mais de 5 milhões de visitantes únicos por mês, 100 mil empresas avaliadas e 800 mil usuários avaliadores (Pati, 2019)³, oferece serviços de divulgação de informações consideradas sigilosas, como salários, benefícios e descrição do ambiente de trabalho, que são alimentadas por trabalhadores não identificados, no intuito de ajudar quem está procurando emprego.

O objetivo deste artigo é investigar as regras de participação do *Love Mondays* e entender de que forma elas contingenciam as relações interativas que ali se dão. Para tanto, inicialmente, foram analisados os recursos interativos presentes no site, observando-se as funcionalidades permitidas por ele. Em seguida, foram analisados os materiais oficiais utilizados para justificar a finalidade do site e suas principais aplicações.

Para efeito da segunda etapa do percurso descrito, foram coletados os depoimentos dos criadores da plataforma em três matérias escolhidas aleatoriamente em uma busca na internet: uma publicada no portal da Folha de S. Paulo⁴, uma do site Pequenas Empresas Grandes Negócios⁵ e uma do portal da revista Época Negócios⁶. Além disso, também foram coletados os conteúdos textuais de duas seções do site, identificadas como as que mais explicam o funcionamento do *Love Mondays*, a saber, a página Sobre e a página Regras da Comunidade.

A análise desse material se apoiou nos pressupostos de Norman Fairclough (2001), em particular em sua concepção tridimensional do discurso: texto, prática discursiva e prática social. A abordagem desenvolvida se fundamenta no campo da Comunicação, o que confere uma perspectiva interacional sobre as práticas discursivas manifestadas na plataforma e nos enunciados de seus criadores. Para embasar a reflexão, foi feita uma revisão teórica sobre os conceitos de capitalismo cognitivo (Lazzarato; Negri, 2001), trabalho imaterial (Gorz, 2005), infoproletários (Antunes; Braga, 2009), redes de colaboração (Costa, 2012),

² Disponível em: www.lovedmondays.com.br. Acesso em: 02 mai. 2019.

³ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/love-mondays-que-revela-salarios-no-brasil-sera-integrado-aoglassdoor/>. Acesso em: 02 mai. 2019.

⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/carreiraseempregos/161132-avaliacoes-anonimas-na-web-guiam-escolha-de-emprego.shtml>. Acesso em: 05 jun. 2019

⁵ Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2015/12/startup-compara-salarios-e-ajuda-funcionario-escolher-emprego.html>. Acesso em: 19 de jun. 2019.

⁶ Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Carreira/noticia/2014/10/site-revela-salarios-pagos-por-empresas-brasileiras.html>. Acesso em: 03 jun. 2019

comunidades virtuais e capital social (Recuero, 2005, 2009), diferenças entre comunicação e informação (Wolton, 2006) e discursos ocultos (Scott, 2013).

A produção e o consumo de informação em tempos de capitalismo cognitivo

Os recentes números, apontando o aumento significativo do setor de prestação de serviços, contribuem para reforçar a ideia de um mundo imerso em um capitalismo cognitivo, sustentado pela valorização do aspecto informacional. No Brasil, por exemplo, essa categoria responde por 75,8% do produto interno bruto (PIB) e cresceu 1,3% em 2018 (João Neto, 2019)⁷. O alargamento do setor de serviços representa o interesse do mercado por uma nova forma de produção e de consumo de bens, agora pautada no uso das tecnologias para aumentar os fluxos de informações que circulam na sociedade.

A partir disso, além da venda de sua força física, o trabalhador também se vê exigido a “comercializar” as suas competências cognitivas, isto é, sua capacidade de continuamente aprender e inovar para se manter atualizado quanto às imprevisibilidades do “novo” capitalismo.

Com o desaparecimento do operário clássico taylorista/fordista, o processo produtivo valorizado atualmente é aquele que tem o conhecimento, a imaginação, a informação e a inteligência como fundamentais para os negócios e, conseqüentemente, a exigência de um trabalhador mais qualificado que “tenha responsabilidade de tomar certas decisões” (Lazzarato; Negri, 2001, p. 25). É nesse panorama que a economia passa a ser tratada como uma ciência do comportamento humano, que investiga os processos de escolha e decisão dos indivíduos acerca da utilização que fazem de seus próprios recursos, neste caso, seus conhecimentos, suas competências e sua gestão do tempo de vida (Costa, 2012).

Os teóricos em torno do capitalismo cognitivo, de modo geral, refletem em suas obras sobre as transformações na geração de riqueza que, segundo eles, é comparativamente maior às fases anteriores (Lazzarato; Negri, 2001; Gorz, 2005). Isso se deve ao deslocamento do investimento empresarial em maquinário para o desenvolvimento de atividades tecnocientíficas atreladas ao acúmulo de conhecimento e informação.

Referente a isso, o sociólogo Dominique Wolton (2006) esclarece que a ideia de uma sociedade da informação impôs-se nos últimos anos e logo foi legitimada pelas indústrias da comunicação, pelos tecnocratas, pelos engenheiros e pelas mídias, atores que a reconhecem como essencial para o aumento dos lucros, a manutenção da democracia e da liberdade. Junto ao surgimento dessa nova ideia de sociedade, se fortalece a presença de uma ideologia tecnicista que leva as pessoas a acreditarem que a sociedade da informação resolveria a maior parte dos problemas sociais e econômicos da humanidade.

Para Wolton (2006), informação e comunicação são coisas distintas. Enquanto a primeira é equivalente à disseminação de mensagens, a segunda é um processo relacional que requer negociação, troca, exigências, concessões e, portanto, é mais complexa que a informação. E é na separação dos termos que se encontra a solução proposta pelo autor para derrubar o estereótipo tecnicista dominante na sociedade: retomar o

⁷ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23885-pib-cresce-1-1-pelo-segundo-ano-seguido-e-fecha-2018-em-r-6-8-trilhoes>. Acesso em: 03 mar. 2019

cerne relacional da comunicação a partir do entendimento de que ela não se garante simplesmente pelo aumento do fluxo informacional do mundo.

De certo modo, as contribuições da perspectiva do capitalismo cognitivo ajudam a entender o surgimento de novas atividades laborais e a consequente dificuldade dos trabalhadores de se enxergarem como classe, devido à heterogeneidade das profissões agora voltadas mais à produção de bens imateriais, como a prestação de serviços. O cenário contemporâneo é de fato diferente das tarefas operárias clássicas que mobilizavam mais facilmente os trabalhadores fabris em torno de uma causa unitária.

Ricardo Antunes e Ruy Braga (2009) esclarecem que a imbricação existente entre os trabalhos que produzem bens materiais e os que produzem bens imateriais, tanto nas atividades industriais mais informatizadas quanto nas esferas compreendidas pelo setor de serviços ou nas comunicações, configura uma adição fundamental para se compreender que, na verdade, a classe proletária não se extinguiu, mas se transformou em um complexo grupo oriundo do aumento do uso da tecnologia da informação, do advento da globalização e da degradação das condições de trabalho identificadas nas últimas décadas. Esse novo conjunto de trabalhadores é denominado por Antunes e Braga (2009) de infoproletários.

Segundo os autores, de modo geral, o cenário de trabalho dos infoproletários é precarizado. Ele articula tecnologias do século XXI com condições de trabalho do século XIX. Nota-se nele uma mescla das estratégias utilizando-se tanto técnicas que estimulam a flexibilidade de tempo, quanto procedimentos gerenciais de intenso controle dos processos. Ainda, há o interesse paradoxal dos empregadores em incentivar a cooperação em grupo ao mesmo tempo em que fortalece a concorrência entre os membros de uma mesma equipe de trabalho. Enfim, nota-se um sistema sofisticado de exploração que reverbera em formas ainda mais complexas de alienação ao trabalho (Antunes; Braga, 2009).

Antunes e Braga (2009) também explicam que esse novo pensamento econômico, ligado à produção imaterial, ganhou rapidamente notoriedade tanto entre os países capitalistas avançados, quanto nos semiperiféricos, tornando-se uma abordagem corrente entre os gestores do Banco Mundial, do Fundo Monetário Internacional (FMI), da Organização Mundial do Comércio (OMC) e da Organização das Nações Unidas (ONU). O argumento desses influentes órgãos políticos e econômicos se utiliza de uma visão do mundo pós-industrial para proclamar a superação da degradação do ser humano pelo trabalho fabril. Daí, o discurso recorrente dessas entidades mencionadas visa a destacar a criatividade e a autonomia como conquistas contemporâneas do trabalhador prestador de serviços, visto que sua atividade está associada às tarefas intelectuais de concepção e planejamento. Contudo, Antunes e Braga (2009) advogam que, na verdade, a suposta hegemonia desse modo de desenvolvimento produtivo imaterial carrega consigo a falsa promessa de inserção ocupacional emancipada, no e pelo trabalho, como algo potencialmente acessível a todos. Um cenário bem distante, por exemplo, dos países periféricos do mundo, onde a mão-de-obra fabril ainda é muito utilizada e explorada pelas multinacionais.

Cabe destacar que essa relação entre a economia e a cognição, principalmente no âmbito do trabalho, sempre foi estreita. A diferença agora é que "o termo *capitalismo cognitivo* acabou por ser empregado como forma mais ampla para designar o trabalho imaterial" (Costa, 2012, p. 113-114, grifo do autor). O interesse empresarial pelos aspectos imateriais dos trabalhadores pode ser observado desde o início do capitalismo, em seu período estritamente industrial, até as atividades mais recentes ligadas ao marketing, ao entretenimento e à informática. Portanto, não se trata de um processo recentemente inaugurado, embora reconheça-se seu protagonismo emergente no mundo dos negócios. A impressão da imaterialidade como

um elemento estritamente contemporâneo pode estar vinculada ao imaginário social do trabalhador não pensante, limitado ao operacional. Essa figura foi consolidada durante anos porque a atividade cognitiva do trabalhador, nas economias capitalistas, ocupava um papel secundário, subordinada a uma lógica maior de repetição e de reprodução de mercadorias padronizadas, processos que não visibilizam o esforço intelectual, embora também estivesse ali (Lopes, 2010).

Assim, é importante destacar que desde o advento das primeiras empresas organizadas na lógica produtiva taylorista/fordista — conhecida pelo fluxo contínuo de produção, pela simplificação das tarefas, pela extrema segmentação dos processos e pela repetição dos gestos — o trabalho nunca foi uma atividade exclusivamente braçal. Embora tenha sido uma tradição empresarial considerar o trabalhador como uma máquina, mesmo nestas condições, discordamos de que ele não utilizava suas capacidades cognitivas. Tanto que, desde o início do capitalismo, já havia o interesse das empresas em gerenciar também os saberes de seus empregados. Isso pode ser notado no fato de que, para alcançar os padrões de produção desejáveis do fordismo/taylorismo, as organizações utilizam-se do conhecimento e da habilidade do trabalhador mais experiente como parâmetro para os demais (Pinto, 2013).

Mesmo destacando-se a dimensão cognitiva como elemento do modelo taylorista/fordista, considera-se que sua massificação ocorreu após a implantação do sistema Toyotista. Desenvolvido no Japão nos anos 1950, mais precisamente nas fábricas da montadora de carros Toyota, e difundido no mundo a partir dos anos 1980, o sistema toyotista de organização do trabalho tinha como fundamento uma metodologia de produção que permitia à empresa ser mais enxuta e flexível. Isso seria alcançado por meio da desverticalização da hierarquia e da utilização de uma força de trabalho polivalente, isto é, um trabalhador que agregasse atividades de execução, controle de qualidade, manutenção dos instrumentos de trabalho, limpeza do local e operação de vários equipamentos ao mesmo tempo (Pinto, 2013). Em suma, um sujeito com habilidades suficientes para lidar com atividades de produção material e imaterial.

A disseminação do perfil ideal de um profissional multitarefa é um dos motivos que levam o trabalhador toyotista a se esforçar para adquirir o máximo de conhecimento de diversas áreas e ainda se responsabilizar pela qualidade de várias etapas do processo produtivo. Enquanto o taylorismo/fordismo decompunha a complexidade do trabalho em tarefas simples, visando a diminuir a dependência da organização pelo conhecimento do trabalhador e, assim, aumentar o controle gerencial, o toyotismo procurava o inverso: diminuir a especialização, para que a empresa não ficasse refém de um profissional altamente aperfeiçoado em uma tarefa, o que facilitaria a reposição de recursos humanos (Pinto, 2013).

Na perspectiva do capitalismo contemporâneo, o caráter imaterial da produção se torna hegemônico, considerando-se a possibilidade de um trabalho intelectual tão autônomo ao ponto de conseguir produzir independentemente dos meios fornecidos pelos detentores do capital (Lazzarato; Negri, 2001). Não se discorda de que, produzir uma mercadoria ou prestar um serviço, certamente possam ser distinguidos respectivamente em atividade de cunho material e imaterial, mas a materialidade da lógica produtiva é indispensável para ambos. Em outras palavras, o trabalho considerado intelectual ainda depende dos modos de produção material: maquinários, corpos, tecnologia, cabos, enfim, as estruturas ainda continuam, independente do que é produzido ou do serviço ofertado (Marx, 1996), deflagrando a inseparabilidade dessas duas instâncias.

Apesar da impossibilidade de dissociação entre trabalho e cognição, não se deve desprezar o fato de que, nos dias atuais, o capitalismo dá novos atributos para o conhecimento, causando uma valorização desfreada

pelo consumo de informação. Esta última se encontra potencializada pela alta capacidade de difusão das novas tecnologias de comunicação. Assim, a atividade de trocas informacionais se torna um fator indispensável ao trabalhador contemporâneo (Lopes, 2010).

Por conta disso, a ideia de um capitalismo cognitivo, baseada na centralização da negociação de conhecimentos à medida que os sujeitos passam a se perceber como proprietários de suas competências e habilidades, é um dos motivos que levam os trabalhadores a uma busca incessante por informações para alimentar o seu capital intelectual, uma espécie de subconjunto do capital humano associado ao conhecimento, à inovação e às competências dos sujeitos (Costa, 2012).

Paralelo a esse contexto, as organizações, assim como os trabalhadores, passam também a se enxergarem como portadoras de um capital intelectual, resultante da soma do conhecimento e das competências de seus empregados. Logo, "o capital é ao mesmo tempo associado aos ativos intangíveis das organizações e aos conhecimentos e às competências dos indivíduos" (Costa, 2012, p. 109).

Nas organizações prestadoras de serviço, a mão de obra braçal dá lugar aos ideais de colaboração e troca de informações. Todavia, esses princípios não vêm acompanhados de uma autêntica autonomia por parte dos trabalhadores, como imaginada pelos imaterialistas. Afinal, "[...] essa colaboração precisava ser gerida, administrada, assim como era a força de trabalho nas fábricas" (Costa, 2012, p. 107). Isto é, houve apenas um deslocamento de uma responsabilidade que antes era totalmente da organização e, agora, é repassada ao trabalhador, como mais uma competência exigida para se manter no emprego.

Nesse contexto, em que a atividade trabalhista ganha uma abordagem mais imaterial pelo mercado, a cooperação entre os trabalhadores passa a ser um dos ideais de comportamento no âmbito laboral. Para tanto, o trabalho se transforma em um fluxo de troca de informações que precisa ser administrado e, para dar conta dele, o trabalhador deve estar atento à sua gestão, pois "ele tem de se produzir como sujeito para assumi-lo" (Gorz, 2005, p.17).

A aparente figura de um possível trabalhador emancipado, autêntico proprietário de sua força intelectual produtiva, se consagra na ideia do empreendedor de si próprio. Essa nova identidade do trabalhador é destacada por Foucault (2008) ao citar o exemplo do sujeito que é obrigado a ter disponibilidade de se deslocar de um lugar para outro, por causa do trabalho:

É preciso contar também, nos elementos constitutivos do capital humano, a mobilidade, isto é, a capacidade de um indivíduo se deslocar e, em particular, a migração. Porque, de um lado, a migração representa evidentemente um custo, já que o indivíduo deslocado, durante o tempo em que se desloca, vai ficar sem ganhar dinheiro, vai haver um custo material, mas também um custo psicológico da instalação do indivíduo em seu novo meio. [...] Enfim, todos esses elementos negativos mostram que a migração é um custo, que tem o que por função? Obter uma melhoria da posição, da remuneração, etc., isto é, é um investimento. A migração é um investimento, o imigrante é um investidor. Ele é empresário de si mesmo, que faz um certo número de despesas de investimento para obter certa melhoria. (Foucault, 2008, p. 316-317).

Essa lógica trabalhista, ressaltada pelo autor, é marcada por uma recém política organizacional de não mais se remunerar o posto de trabalho pelo seu grau de complexidade, mas utilizar o parâmetro do empenho

individual do sujeito que o ocupa: sua disponibilidade de locomoção e de tempo. Portanto, o salário está vinculado à habilidade do trabalhador de se apresentar empregável, utilizando-se de recursos como ter uma educação de qualidade, estar conectado às redes, ter recursos de mobilidade, ter boa saúde, ter uma moradia, entre outras coisas (Durand, 2001).

Assim como explica Rosenfield (2011), com a escassez dos empregos de longo tempo nas organizações, a administração da carreira agora recai sobre o trabalhador, aquele que precisa planejar sua vida para se manter empregável. Se a carreira antes era concebida como uma progressão sólida em apenas um ambiente de trabalho, o novo percurso evoca um caminho do profissional livre de elos e comprometimentos a uma única organização, mas ao mesmo tempo atento às competências exigidas por diversas delas para se manter sempre pronto para conseguir empregos (Rosenfield, 2011). Assim, o discurso da autonomia nada mais é do que mais um elemento de precarização do trabalho, tendo em vista que, na medida em que os sujeitos se responsabilizam pelas suas diferentes formas de inserção social e tomam isso como um ato voluntário, eles também precisam encontrar argumentos para justificar sua instabilidade empregatícia.

Nesse caso, a cultura da empregabilidade, da autogestão de carreira e do empreendedorismo de si próprio dificultam a percepção do trabalho como uma atividade social, pois os resultados alcançados pelo trabalhador retornam a ele como um mérito estritamente pessoal, levando-o à compreensão de que o trabalho é uma atividade individualizada. A noção de carreira, como um eixo fixo e reto a ser percorrido, transforma-se em uma jornada em constante mutação, onde o sujeito é o único responsável pelo seu futuro. "O individualismo é a um só tempo autonomia e fragilização social" (Rosenfield, 2011, p. 266).

Essa situação reforça a exigência ao trabalhador de se responsabilizar por gerir e investir no desenvolvimento de suas próprias competências. Isso inclui, por exemplo, melhorá-las e atualizá-las por meio de gastos em capacitações, para que ele possa manter a sua empregabilidade, chamada também de capital humano ou social (Cocco, 2011)⁸. Quanto a isso, cabe destacar que uma das marcas do capitalismo dito cognitivo é a convergência do capital intelectual e capital social em uma só coisa, visto que os conhecimentos do sujeito (capital intelectual), aliados à sua rede social (capital social), fornecem mais recursos de informações do que antes, favorecendo a construção de teias de colaboração.

Costa (2012) lembra que, a partir dos anos 1990, aumentou-se a produção de textos, artigos e informativos que divulgavam de forma entusiasmada estratégias e métodos para incentivar e ajudar os sujeitos a fazerem sua gestão dos conhecimentos e competências. Na década seguinte, nos anos 2000, a popularização dos computadores permitiu a construção de bases de dados com um volume de informações organizado, criando um cenário ainda mais propício para a popularização da gestão e do compartilhamento dos conhecimentos. Esse panorama contribui para o entendimento de que, para atuarem coletivamente, os sujeitos precisam ter a percepção de si mesmos como portadores de recursos que agora podem ser digitalmente socializados. Dialogando com esses pressupostos, Raquel Recuero (2009) define capital social como o variado conjunto de recursos de um determinado grupo que pode ser utilizado por todos os seus membros, ainda que individualmente, e está baseado na ideia de reciprocidade. Em suma, "um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais" (Recuero, 2009, p. 45). Nesse contexto, a internet emerge como um dos principais meios para que os sujeitos possam investir em seu capital intelectual e na expansão dele por meio

8 Disponível em: <https://diplomatie.org.br/as-biolutas-e-a-constituicao-do-comum/>. Acesso em: 05 mai. 2019

das redes sociais digitais, levando ao surgimento de plataformas de compartilhamento de informações com o intuito de transacionar conhecimentos e conectar pessoas dispostas a enriquecer seu capital social.

Love Mondays: aspectos funcionais

A empresa *Love Mondays* nasceu como uma *startup* em 2013 e foi idealizada por dois investidores estrangeiros e um brasileiro. Um dos fatores que contribuiu para o crescimento do negócio foi sua participação em programas de aceleração de desenvolvimento e o aporte financeiro recebido através de fundos de investimentos (Julio, 2015)⁹. Em setembro de 2016, iniciou-se o processo de incorporação do *Love Mondays* pela americana *Glassdoor*, um dos maiores sites de recrutamento do mundo com 64 milhões de visitantes mensais e 47 milhões de avaliações de mais de 900 mil empresas (Pati, 2019)¹⁰.

Aparentemente, o site caiu na graça dos investidores, o que deve garantir a sua atividade por certo tempo. Basicamente, seu modelo de negócio se sustenta a partir dos acordos de divulgação de vagas fechados com as organizações avaliadas. Em entrevista, um dos fundadores explica que:

As empresas utilizam o espaço para divulgar informações como oportunidades de carreira, treinamento, cultura e benefícios. É desta fonte que a *Love Mondays* retira o seu faturamento. Foi uma forma que encontramos para monetizar sem cobrar dos funcionários que estão buscando oportunidades (Julio, 2015)¹¹.

As avaliações inseridas no site são anônimas e compostas basicamente pelos itens: título, nota de uma a cinco estrelas para a organização avaliada, cargo ocupado pelo respondente, cidade onde exerce ou exerceu a função descrita, três campos para inserção de resenhas com prós, contras e conselhos para a presidência, a resposta à pergunta: "recomenda a empresa?" com as opções sim e não para marcar e, no canto inferior direito, um recurso em que os visitantes podem registrar a avaliação inserida como "útil". Acompanhando essa última funcionalidade, está um contador mostrando quantas vezes o botão foi clicado e, por fim, um campo para reportar avaliações inapropriadas. A imagem a seguir exemplifica o descrito:

⁹Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2015/12/startup-compara-salarios-e-ajuda-funcionario-escolher-emprego.html>. Acesso em: 19 jun. 2019

¹⁰ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/love-mondays-que-revela-salarios-no-brasil-sera-integrado-ao-glassdoor/>. Acesso em: 02 mai. 2019.

¹¹Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2015/12/startup-compara-salarios-e-ajuda-funcionario-escolher-emprego.html>. Acesso em: 19 jun. 2019

Imagem 1: Exemplo de participação dos usuários no site *Love Mondays*

Fonte: *Print screen* em tela do site

Além de publicar as avaliações, os usuários ainda podem revelar suas remunerações através da aba "Salários". Existe também a opção de relatar os detalhes do processo de seleção em "Entrevistas", avaliar o plano de saúde, o vale-transporte e o vale-refeição na área "Benefícios" e, por fim, a oportunidade de acompanhar as divulgações de empregos na seção "Vagas".

Imagem 2: Organização das abas do *Love Mondays*

Fonte: *Print screen* em tela do site

As resenhas postadas na comunidade são agrupadas de acordo com as organizações às quais elas se referem, possibilitando que os demais visitantes filtrem os dados através da opção de busca. Esse recurso está em destaque na *homepage*.

Imagem 3: Campo de busca na *homepage* do *Love Mondays*

Fonte: *Print screen* em tela principal do site

Como o *site* contém questões confidenciais e estratégicas para as organizações, o anonimato dos resenhistas dificulta possíveis retaliações a eles. Essas condições se assemelham às propostas de James Scott (2013) para garantir a existência e circulação do que ele denomina como "discursos ocultos":

A inibição do discurso oculto será, portanto, tanto menor quanto se verificarem duas condições: primeiro, que o discurso seja expresso num espaço social reservado, onde o controle, a vigilância e a repressão dos dominadores sejam mais difíceis de exercer, e segundo, que este espaço social exclusivo seja inteiramente composto por confidentes que compartilhem experiências de dominação idênticas. A condição inicial é aquela que possibilita que os subordinados possam falar livremente, ao passo que a segunda garante que eles tenham, na sua experiência de subordinação comum, algo de que falar. (Scott, 2013, p. 174).

As explicações de Scott ajudam a entender as regras de participação do site e sua possibilidade de contingenciamento das dinâmicas comunicacionais que ali se dão. Utilizando-se das colocações do autor, entendemos que o *Love Mondays* se apresenta como um espaço reservado, fora do controle e da repressão das organizações avaliadas, um lugar onde os empregados podem exercitar certa liberdade de expressão de suas percepções sobre o mundo do trabalho. Uma similaridade entre o funcionamento do site e o conceito de discursos ocultos está no fato de que as avaliações inseridas são criadas por pessoas em situação de subordinação e representam "uma crítica do poder expressa nas costas dos dominadores" (Scott, 2013, p. 19).

Outra condição, que permite a caracterização das resenhas inseridas no *Love Mondays* como manifestações do discurso oculto, é constatada no mecanismo de agrupamento por empresa que o site faz das avaliações. Uma vez que os relatos que ali se encontram são referentes às experiências de dominação semelhantes, isso as tornam, de algum modo, relevantes para os demais subordinados (Scott, 2013). No caso do *Love Mondays*, as narrativas de subordinação dos resenhistas são informações importantes para quem pretende ocupar algum cargo na mesma organização, pois podem representar a antecipação de um cenário trabalhista.

Referente ao botão que marca a avaliação como "útil", entende-se que essa funcionalidade incentiva a atribuição de valor aos conteúdos postados, em um processo de materialização da informação. Neste caso, o conteúdo se torna algo semelhante a uma mercadoria, podendo ser julgado e valorado a partir de critérios de utilidade. Em outras palavras, assume-se o *modus operandi* das trocas econômicas comuns no mercado, ao ponto que a informação adquire status de algo que possa ser qualificado como valioso ou não, contribuindo para o alargamento de uma perspectiva consumidora sobre ela. Essa situação cria uma relação econômica de oferta e demanda entre os perfis anônimos do site e os visitantes. Os primeiros fornecem ao sistema os relatos de suas vivências e os segundos são responsáveis por consumir e avaliar a relevância dessas narrativas para a construção de suas carreiras.

O recurso descrito aproxima o site dos pressupostos do capitalismo cognitivo, principalmente na crença da informação como atual geradora de valor. Todavia, chama-se a atenção para a presença da lógica materialista no consumo da informação, uma vez que, no site, encontra-se a possibilidade do conteúdo postado ser avaliado como útil para alguma finalidade, assim como são os objetos do mundo material. É nesse sentido que está o risco do excesso de abstração da tradição imaterial do capitalismo, ao esquecer

que os aspectos materiais de consumo e de produção continuam sendo referências para as interações imateriais do mundo do trabalho.

De modo geral, o funcionamento do site parece voltado para a divulgação do conteúdo coletado entre os resenhistas, reverberando na escassez de recursos operacionais e estéticos mais dialógicos. Mesmo inserido em um contexto de popularização das redes sociais digitais, percebe-se no *Love Mondays* uma valorização da informação em detrimento da interação, tornando-o mais um repositório de resenhas do que realmente uma "comunidade de carreiras" (Love Mondays, 2019), como se autodefine.

Entende-se que o conceito de comunidade é mais complexo do que é observado no *Love Mondays*. Segundo Recuero (2005), uma comunidade virtual é um grupo de pessoas que estabelecem entre si relações sociais e permanecem nelas por um tempo suficiente para que possam constituir um corpo organizado, através da comunicação mediada por computador (Recuero, 2005). No caso das funcionalidades do site estudado, seus objetivos estão mais voltados à divulgação de informações sigilosas do que ser um espaço interativo. Afinal, existem diferenças entre comunicar e informar. "Comunicar, portanto, não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela, em função de seu horizonte cultural, político e filosófico, e como responde a ela" (Wolton, 2006, p. 16).

Além disso, ainda que o site se apresente como uma comunidade direcionada aos trabalhadores, parte significativa de suas funcionalidades foram criadas para atender aos interesses empresariais. Uma delas, por exemplo, é o espaço destinado aos "conselhos para a presidência", que se configura como um repositório de sugestões dos usuários para a diretoria da organização. Uma lógica de colaboração que se assemelha à prática do *kaizen*, círculos de controle de qualidade implantados nas organizações toyotistas, nas quais os trabalhadores, de forma voluntária, propõem soluções para os problemas das empresas (Pinto, 2013). Todavia, por mais que esse conhecimento do trabalhador seja parcialmente revertido em melhorias em suas condições de trabalho, ele também pode ser apropriado para a maximização dos lucros empresariais, principalmente quando contribui para a redução de custos e o aumento de produtividade. Desse modo, iniciativas de participação como o *kaizen* e o "conselhos para a presidência", além de beneficiar os empregadores, também envolvem os trabalhadores em uma aura de compartilhamento de conhecimentos para o sucesso do negócio, "fazendo que interiorizem os objetivos da empresa como se fossem seus" (Pinto, 2013).

Cabe destacar que não é ilegítimo que o site se posicione também voltado aos interesses empresariais e não cabe a este trabalho discutir a questão ética em torno disso. A preocupação é no quanto essa prática contribui para aumentar as assimetrias relacionais entre empregadores e empregados. Desse modo, ainda que se apresente como um repositório de informação para os trabalhadores, a estrutura do *Love Mondays* assume postura que também contempla as organizações. Um dos recursos utilizados é o Página de Perfil, uma área exclusiva para o conteúdo organizacional. Essa possibilidade é apresentada como uma oportunidade de:

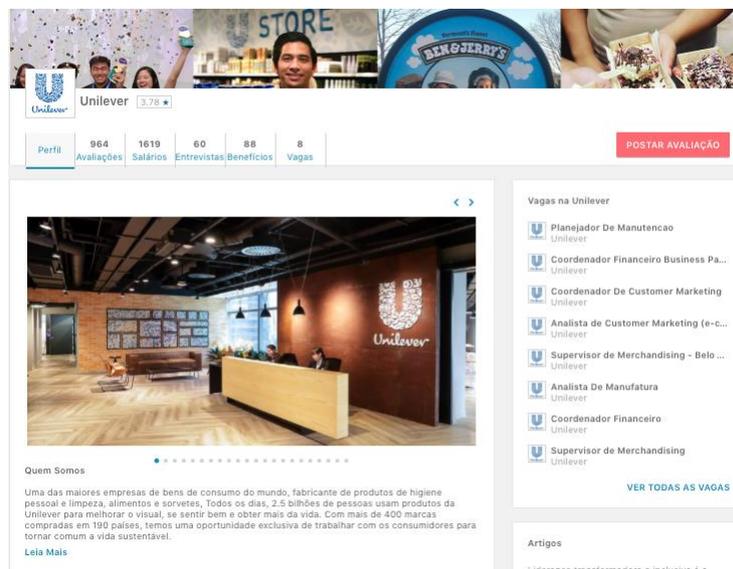
Influenciar os melhores talentos mostrando sua marca empregadora em uma página de perfil dedicada à sua empresa. Através de fotos, vídeos e entrevistas de emprego, você mostra sua cultura de maneira autêntica e influencia profissionais no momento em que eles estão tomando decisões de carreira. (Love Mondays, 2019).

Apesar da posição assumida pelo *site* de ser um veículo de acesso às informações para o benefício da carreira dos trabalhadores, ele reforça as assimetrias de poder do mundo do capital presente na sociedade. Assim como pode ser notado no mundo não virtual, no *Love Mondays* as organizações também estão em uma posição privilegiada de poder, visto que podem manifestar livremente seus discursos públicos por meio de páginas de perfis exclusivas, enquanto os trabalhadores precisam se esconder em perfis anônimos para conseguirem dar visibilidade para seus discursos ocultos (Scott, 2013).

Embora o capitalismo cognitivo vislumbre a ideia de uma carreira sob o total comando do trabalhador, agora empreendedor de suas capacitações, no site nota-se que os interesses organizacionais ainda se sobressaem sobre os pessoais. Isso é constatado no fato de que somente as empresas podem, através de “fotos, vídeos e entrevistas de emprego”, demonstrar quais competências lhe são favoráveis, o que possivelmente influencia nas decisões de investimentos que o trabalhador faz em sua trajetória de vida. A preponderância dos interesses empresariais, em relação ao perfil desejável de trabalhador, é potencializada pela visibilidade que os recursos multimídias do site lhe conferem, o que não ocorre com os avaliadores.

Ambos tipos de conteúdos — textual dos trabalhadores e multimídia das organizações —, quando em contato com os visitantes do site, podem servir de fonte de informação para alimentar o capital intelectual. No entanto, há outras diferenças consideráveis entre eles. Enquanto a primeira forma tem a seu favor os preceitos de liberdade e franqueza dos resenhistas, a segunda se pauta no discurso oficial, respaldado pela credibilidade, às vezes histórica, de algumas organizações. É difícil afirmar quais dos dois teria maior influência sobre o trabalhador que navega no site. Todavia, a própria plataforma faz a distinção do tipo de informação que acredita merecer mais destaque visual, visto que o conteúdo das organizações se sobressai, como pode ser observado na imagem a seguir.

Imagem 4: Exemplo do conteúdo de uma página de perfil de uma empresa



Fonte: Print screen em tela principal do site

Ainda, outra característica que contribui para alargar essa disparidade entre as funcionalidades para as organizações em comparação com as direcionadas aos trabalhadores está na vantagem de a Página de Perfil das empresas poder comentar as avaliações feitas sobre elas, sem a possibilidade de contra argumentação do avaliador. Um texto sobre esse assunto no site explica que:

Acreditamos que todo o empregador tem o direito de responder as avaliações postadas por usuários de maneira gratuita, e que a empresa tem o direito à última palavra. Ou seja, uma vez que a empresa responder a uma avaliação, o usuário que a postou não poderá postar uma segunda opinião. (Love Mondays, 2019).

A partir dessa descrição das principais funcionalidades do site *Love Mondays*, nota-se um investimento estético e operacional da plataforma na valorização do âmbito informacional, com ênfase no incentivo da produção de conteúdo pelos seus usuários. Apesar disso, não se pode esquecer que a comunicação é uma relação também presente no objeto estudado, visto que em toda troca informacional existe um processo circulatório de produção de sentido inevitavelmente imprevisível (Fausto Neto, 2013).

E, é nesse sentido que se busca, a seguir, entender quais as associações discursivas são feitas para justificar essas possíveis restrições comunicacionais no site. Sendo assim, depois de apresentado o modelo de negócio, analisado suas principais funcionalidades e regras de participação, cabe recorrer aos textos presentes no site e aos depoimentos de seus fundadores, que elucidam a finalidade do Love Mondays. Para isso, apoiou-se na técnica de análise crítica de discurso segundo Fairclough (2001), atentando-se para as opções linguísticas do enunciador e sua interdiscursividade com as temáticas já apresentadas.

A partir desta perspectiva, busca-se uma abordagem metodológica que vá além da estrutura textual, levando em conta as dimensões da prática discursiva e da prática social, entendendo que “a prática discursiva é constitutiva tanto de maneira convencional como criativa: contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la” (Fairclough, 2001, p. 92).

O discurso da transparência e do sigilo como justificativa para a regras de interação do Love Mondays

Nota-se, no material analisado, um esforço discursivo em posicionar o site como um espaço digital onde “tudo é postado por funcionários de maneira espontânea e, a identidade deles, permanece sigilosa” (Love Mondays, 2019). Ainda, promete-se “ser a plataforma mais confiável e transparente onde profissionais buscam vagas de emprego e informações sobre o ambiente de trabalho nas empresas” (Love Mondays, 2019). O uso das palavras: sigiloso, confiável e transparente são caros para representar o site com valores sociais que lhe façam ser lembrado como a plataforma do segmento mais segura da internet. Também, os trechos citados fazem referência à busca de informações como uma prática importante para quem está procurando emprego. Essa colocação reforça outros discursos ligados à disseminação da ideia do empreendedor de si mesmo, aquele que precisa consumir informações para constantemente aumentar seu capital intelectual. Contribuir com esse pensamento, possivelmente, ajuda o *Love Mondays* a se mostrar relevante para quem está procurando emprego e carece de informações para subsidiar suas escolhas.

As marcas discursivas presentes nos excertos apresentados aparecem também nas falas dos criadores do site. Em depoimentos, eles garantem resguardar o anonimato dos perfis dos usuários, justificando que isso

“aumenta a transparência do mercado” (Bourroul, 2014)¹². Novamente, o sentido de transparência é convocado como um objetivo do *Love Mondays*, possivelmente para colocá-lo como uma organização com o poder de denunciar as explorações trabalhistas do mercado. Todavia, cabe lembrar que, transparência é um conceito controverso no mundo dos negócios. Nesse ambiente, ser transparente geralmente quer dizer ser ético, falar a verdade, respeitar os públicos, atuar de forma correta, não agir com corrupção, ser responsável pelos impactos sociais e ambientais, e não necessariamente revelar todas informações internas, como o site pretende. Tendo em vista que as organizações são geralmente atores sociais de difícil acesso às suas informações e, nos últimos anos, vêm sofrendo pressão da sociedade pela transparência de seus processos, o *Love Mondays* tenta discursivamente se colocar como um “desvelador” do mundo do trabalho, o que parece provocar um resultado positivo em sua imagem.

Pela via do interdiscurso, o site parece manter os ideais de sua origem como *startup*. As *startups* são modelos de negócios construídos sobre o conceito de inovação social, isto é, “a proposta de uma via efetiva e criativa para a resolução de problemas sociais, no sentido de melhorar o bem-estar social e promover o desenvolvimento” (Diogo; Guerra, 2013, p. 142). É nesse sentido que o *Love Mondays* tenta se colocar como uma iniciativa em prol de uma causa, no caso a disseminação de informações do mundo de trabalho, o que também contribui para a consolidação de sua finalidade também comercial.

Todavia, identificam-se contradições discursivas entre a representação do *Love Mondays* como uma organização voltada para os interesses dos trabalhadores e algumas de suas funcionalidades. Embora a plataforma permita que a organização se manifeste, caso receba críticas, e isso possa ser uma tentativa de equilibrar a relação, afinal mostra outra perspectiva além da do empregado, o fato da empresa ter sempre a palavra final, não permitindo a tréplica do trabalhador, pode representar certo favorecimento a um dos polos da interação. O site justifica essa situação afirmando que:

O Love Mondays é uma ferramenta para *ajudar* profissionais a entenderem como realmente é trabalhar em certa empresa e assim fazerem melhores escolhas de carreira. *Para que esse objetivo seja atendido, consideramos informações suficientes a avaliação do funcionário e o comentário da empresa* (Love Mondays, 2018, grifo nosso).

Como já identificado em outras ocorrências já apresentadas, esse texto também ressalta o *Love Mondays* como um serviço de caráter cooperativo para “ajudar profissionais” a escolherem empresas para trabalharem. Todavia, ao considerar como suficientes apenas as avaliações fornecidas pelos resenhistas e as justificativas oficiais das organizações sobre elas — esse último, um recurso participativo que somente as empresas possuem — o site parece ajudar mais aos interesses empresariais do que aos dos trabalhadores. Afinal, é sempre das empresas a última palavra.

A explicação das regras dessa funcionalidade tenta se apoiar na ideia de redução do excesso de informações, visto que considera “suficiente” apenas a divulgação da avaliação e do comentário. Contudo, ao dar o direito de resposta somente às organizações, o *Love Mondays* privilegia mais uma das partes envolvidas na relação. Acredita-se que, essa forma de funcionamento escolhida pelo site evite possíveis danos que poderiam

¹² Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Carreira/noticia/2014/10/site-revela-salarios-pagos-por-empresas-brasileiras.html>. Acesso em: 03 de mai. 2019

comprometer o seu modelo de negócio, visto que, como já apresentado, depende do investimento das empresas avaliadas, o que é uma prática comum no modelo capitalista.

Ao limitar a possibilidade de um diálogo mais extenso entre as partes, o site previne as organizações de terem que lidar com troca de mensagens pautadas em avaliações negativas. Isso poderia desgastar a imagem institucional das empresas e lhe demandar esforço para contorná-la. Afinal, “[...] vale a pena lembrar que a conjugação de milhares e milhares de atos de resistência ‘insignificantes’ deste tipo pode ter poderosos efeitos econômicos e políticos” (Scott, 2013, p. 264). Isto é, mesmo se tratando de avaliações anônimas, que aparentemente podem não ter a mesma credibilidade das empresas avaliadas, elas ainda são um incômodo para as organizações. Uma metáfora, feita por Scott (2013), ajuda a compreender o discurso utilizado pelo site para justificar essa condição de interatividade. O autor diz que em determinadas circunstâncias, a acumulação de atos, a princípio irrelevantes, podem, como flocos de neves caindo insistentemente em uma montanha íngreme, acarretar uma avalanche.

Parece ser uma preocupação do *Love Mondays* se mostrar com uma fonte de capital social com credibilidade para os seus avaliadores e visitantes. A credibilidade é frequentemente um atributo desejável e repetido discursivamente pelas organizações, visando a facilitar os seus interesses mercadológicos. Em entrevista, um dos fundadores do site reforça que:

Os usuários se cadastram gratuitamente na plataforma para avaliar as companhias. Todas as informações sobre eles são mantidas em sigilo, a única identificação visível é o cargo do profissional. Acreditamos que isso aumenta a credibilidade. Quando uma pessoa se sente segura para falar, ela é muito mais sincera (Folha de S. Paulo, 2014).

Na fala, nota-se outra vez a associação discursiva entre os termos transparência e sigilo. Ambos remetendo à marca *Love Mondays*. Ainda, ao mesmo tempo que o anonimato é colocado como uma característica do site para “aumentar a credibilidade”, ele também é representado como um recurso para incentivar o compartilhamento de informações mais sinceras dos participantes. Esse, possivelmente, é um atributo que diferencia o *Love Mondays* dos demais sites de vagas de emprego. Ele se apresenta como o único em que as informações do mundo do trabalho são “mais sinceras”, porque as pessoas “se sentem seguras em falar”, o que reverbera no propósito social de transparência do mercado que tenta construir para si. Do ponto de vista linguístico, vê-se uma tendência do enunciativo em situar o site como uma empresa transparente pelo seu caráter singular de revelar os discursos ocultos. Uma estratégia discursiva semelhante é utilizada para justificar a recente integração do site com outra organização, fato já explicado neste artigo: “com a crescente demanda por mais transparência nas empresas em toda a América Latina, agora é o momento perfeito para realizar esta integração com o Glassdoor” (Julio, 2015).

Uma vez que, na mídia, a finalidade do *Love Mondays* é frequentemente relacionada à revelação de informações sigilosas — como pode ser verificado nos títulos: “Startup compara salários e ajuda funcionário a escolher emprego” (Julio, 2015), “Site revela salários pagos por empresas brasileiras” (Bourroul, 2014) e “Avaliações anônimas na web guiam escolha de emprego” (Folha de S. Paulo, 2014) — utilizar a busca pela transparência do mercado, para justificar a relevância do site, é uma estratégia significativa para a consolidação da imagem de cooperação reivindicada pelo negócio. Uma vez que o *Love Mondays* é discursivamente lembrado como um local onde informações sigilosas vêm à tona, algumas delas reveladoras

da exploração do trabalho, dizer que esse propósito contribui para a transparência do mercado pode ser contraditório quando se pensa que parte das empresas que ali estão tendo seus problemas trabalhistas revelados é a mesma que investe em anúncios que garantem a manutenção do site.

Considerações

Após as análises, infere-se que, apesar de o site ter potencial tecnológico interativo, ele é pouco utilizado. A partir da observação das justificativas de seu objetivo e de suas regras de participação, nota-se uma preferência discursiva, de seus idealizadores, em destacar os conteúdos postados como necessários para as escolhas de carreira dos visitantes, dando pouco destaque para os conflitos de sentidos entre trabalhadores e organizações nele presente. Isso o distancia conceitualmente da proposta de comunidade que reivindica para si, visto que não parece haver, no site, a pretensão de se construir coletivamente um grupo por meio de trocas comunicacionais. Desse modo, pode-se afirmar que, o *Love Mondays*, se posiciona mais como um veículo informacional do que comunicacional (Wolton, 2006), pela significativa presença de recursos interativos que transformam os relatos do mundo do trabalho em conteúdo “consumível” pelos visitantes. Atraídos pelas possibilidades de acesso às informações confidenciais produzidas por outros trabalhadores, reforçado pelo discurso do site pautado na ideia de luta pela transparência do mercado, os milhões de visitantes mensais do *Love Mondays* acabam, na verdade, sendo bombardeados por conteúdos com forte apelo de interesse institucional, destacados pela estética e regras da plataforma. Como visto, de modo geral, as organizações encontram mais oportunidades de visibilidade do que os avaliadores, ajudadas pela presença de recursos visuais e interativos que não são disponibilizados para os demais participantes. As organizações utilizam-se dessa vantagem para divulgar as competências profissionais que lhe são desejáveis nas vagas de emprego e, com isso, tensionam os relatos dos participantes, em uma disputa e negociação de sentidos que poderia ser mais rica se o site permitisse mais interatividade entre os envolvidos. Ao ter uma proposta de funcionamento que não se aventura em provocar trocas comunicacionais mais intensas, o *Love Mondays* se mantém como um repositório das informações, uma atividade confortável para evitar polêmicas que possivelmente atrapalhariam seus negócios.

Todavia, apesar de buscar manter, dentro de sua estrutura de regras de participação, um caráter mercadológico e informacional, invariavelmente, como todo veículo de comunicação, o site acaba reverberando em outros processos de interação para além de seu domínio. Isso se deve porque ele estabelece articulação com temáticas que perpassam outros âmbitos por ele incontroláveis como: o mundo do trabalho, a vida dos trabalhadores, o contexto das organizações, enfim, a sociedade.

Acredita-se que seja necessário aprofundar mais na dinâmica interativa e comunicacional do site, no intuito de se entender melhor seus processos de circulação em uma sociedade midiaticizada, capitalista e enaltecida do imaterial. De todo modo, o que fica é a frustração pelas promessas democráticas que o avanço tecnológico nem sempre cumpre (Wolton, 2006). Em outras palavras, considera-se a plataforma uma réplica das regras do poder econômico desigual instituído na sociedade, que leva o trabalhador a ter que se esconder em um perfil anônimo para poder ser ouvido. As funcionalidades do *Love Mondays* reforçam os vínculos exploratórios já existentes. As organizações cadastradas continuam desfrutando de um espaço privilegiado de visibilidade, já conhecido pelos trabalhadores que transitam pelos ambientes organizacionais

e conhecem as pretensões e demandas desse universo. Por essa visão, acredita-se que mesmo sendo um site composto por informações disponibilizadas por atores sociais de interesses distintos, o *Love Mondays* parece mais reafirmar a ordem vigente do que, realmente, contribuir para a transformação das coisas e "aumentar a transparência do mercado".

Referências

- Antunes, R., Braga, R. (2009). *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo: BoiTempo.
- Antunes, R. (2007). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo.
- Castells, M. (2002). *A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*. São Paulo: Terra e Paz.
- Cocco, G. M.; Vilarim, G. (2009). Trabalho imaterial e produção de software no capitalismo cognitivo. *Liinc em Revista*, 5, 173-190.
- Costa, R. (2012). Economia do conhecimento, neoliberalismo e colaboração em rede. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene (Org.). *Redes sociais, Comunicação, Organizações*. (pp. 105-122). São Caetano do Sul: Difusão.
- Diogo, V., Guerra, P. (2013). A inovação social como utopia renovada: o caso da associação humanitária habitat. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 25, 141-163.
- Durand, J. P. (2001). O Modelo da Competência: uma nova roupagem para velhas idéias. *Revista Latinoamericana de Estudios Del Trabajo*, 14, 203-228.
- Fausto Neto, A. (2013). Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: Braga, J. L., FERREIRA, J., Fausto Neto, A., GOMES, P. G. *10 perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. (pp. 43-64). São Leopoldo: Ed. UNISINOS.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB.
- Fígaro, R. (2018). Comunicação e trabalho: implicações teórico-metodológicas. *Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica*, 39, 177-189.
- Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica: curso dado no Colégio de França (1978-1979)*. São Paulo: Martins Fontes.
- Gorz, A. (2005). *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Anablume.
- Habermas, J. (1987). *Técnica e ciência como "ideologia"*. Lisboa: Edições 70.
- Lazzarato, M.; Negri, A. (2001). *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Lopes, R. (2010). Capital Cognitivo. In: José Marques de Melo; Antonio Hohlfeldt; Sonia Virginia Moreira; Osvando Morais. (Org.). *Enciclopédia INTERCOM de Comunicação*. (pp. 156-157). São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Marx, K. (1996). *O Capital: crítica da economia política (Coleção Os Economistas)*. São Paulo: Nova Cultural.
- Pinto, G. A. (2013). *A organização do trabalho no século XX: taylorismo, fordismo e toyotismo*. 3a ed. São Paulo: Expressão Popular.
- Recuero, R. (2005). *Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo. Ecompos, Internet*, 3, 1-15.

- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Ed. Sulina.
- Rosenfield, C. L. (2011). Trabalho decente e precarização. *Tempo Social*, 23, 247-268.
- Scott, C. J. (2013). *A dominação e a arte da resistência: discursos ocultos*. Lisboa, Portugal: Letra Livre.
- Wolton, D. (2006). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.

Submitted: 7th May 2019

Accepted: 2nd December 2019

How to quote this article:

Ferreira, D. A. & Oliveira, I. L. (2020). As contingências comunicacionais provocadas pelas regras de participação da "comunidade" *Love Mondays*. *Observatorio*, 14(1), 79-97.