

## “Se tivesse filmado, tinha viralizado”: violência, tecnologias e sobrevivência em um *motovlog*

Bruno Cardoso<sup>1</sup>

Nina Desgranges<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Nos últimos anos, observou-se um aumento significativo no uso de motos como instrumento de trabalho nas grandes cidades brasileiras, impulsionado pela demanda por entregas rápidas e de baixo custo. Este artigo analisa a violência e a criminalidade que afetam os entregadores, utilizando como material empírico vídeos produzidos pelo *entregador-influencer* Jeff Fernandes para o YouTube. Inicialmente, discutimos a expansão do trabalho de entrega por aplicativo e sua relação com a cidade, o espaço e o tempo, fatores que influenciam os ganhos financeiros e os riscos envolvidos. Em seguida, exploramos a popularidade dos *motovlogs*, vídeos que retratam a vida dos motoboys e que se tornaram uma forma de conteúdo amplamente difundida na plataforma YouTube. Esses vídeos, filmados em primeira pessoa, não apenas documentam a experiência dos entregadores, mas também atuam como um meio de produção digital de cultura e identidade. Na segunda parte, analisamos mais detalhadamente os *motovlogs* de Jeff Fernandes, destacando como esses conteúdos abordam questões de violência, vigilância, tecnologia e estratégias de sobrevivência no contexto urbano.

**Palavras-chave:** violência, entregadores, *influencer* digital, plataformas, cidade.

**Had I filmed it, it would have gone viral”: violence, technologies and survival in a motovlog**

In recent years we have seen a significant increase in the use of motorcycles as a work tool in major Brazilian cities, driven by the demand for fast and low-cost deliveries. This article examines the violence and crime affecting delivery workers, using videos produced by the delivery worker (and *digital influencer*) Jeff Fernandes on YouTube as empirical material. First, we discuss the expansion of app-based delivery work and its relation with the city, space, and time, which influence both financial earnings and the risks involved. We then explore the popularity of “*motovlogs*,” videos that portray the lives of motorbike couriers and have become a widely shared content on YouTube. This first-person video not only document delivery workers’ experiences but also serve as a medium for cultural and identity digital production. In the second part, we analyze Jeff Fernandes’ *motovlogs*, highlighting how this content addresses issues of violence, surveillance, technology, and survival strategies within the urban context.

**Keywords:** violence; delivery workers; digital influencer, platforms; city.

### Introdução

**N**os últimos anos, um dos fenômenos mais notáveis na circulação em grandes cidades brasileiras é o aumento considerável do uso de motos como instrumento de trabalho. Seja transportando pessoas ou mercadorias, a possibilidade de se mover de forma rápida e a um custo baixo faz dos motoboys um elemento fundamental para o modelo de economia e de sociedade da terceira década do século XXI. A expansão da atividade de entregador é acompanhada pelo desenvolvimento de práticas, nichos e mercados voltados a eles. Neste artigo, nos debruçamos



sobre a violência e a criminalidade que envolve e atinge entregadores a partir de vídeos produzidos para o YouTube. Para tanto, tomamos como material empírico os vídeos de um *entregador-influencer* (DESGRANGES, 2024) brasileiro, Jeff Fernandes. A partir desse material, discutiremos o trabalho dos entregadores (e dos *entregadores-influencers*), sua relação com a cidade e com as plataformas<sup>1</sup>, além de com o público, seus riscos, medos e estratégias de sobrevivência.

Em um primeiro momento, vamos apresentar o contexto da ampliação do trabalho com entrega por aplicativo e sua relação com o espaço e o tempo como fundamental na composição dos ganhos financeiros, nos riscos envolvidos na atividade laboral e em sua relação com a cidade. A velocidade e o risco são elementos da vida dos entregadores e dos motoboys em geral, sendo explorada na criação de um estilo de vídeo difundido em plataformas de compartilhamento, em especial no YouTube, que recebeu o nome de *motovlogs*. Esses vídeos em primeira pessoa, filmados com câmeras acopladas ao capacete, são publicados em canais da plataforma por motoboys que cumprem dupla jornada na economia de plataforma como “produtores de conteúdo”, ou *influencers*. Alguns desses canais têm centenas de milhares de inscritos e geram “monetização” e fama para seus administradores/criadores, em especial entre motoboys, entregadores e pessoas que intencionam iniciar nas entregas.

Na segunda parte deste artigo, iremos observar mais de perto alguns *motovlogs* do canal do *entregador-influencer* Jeff Fernandes. Um papel importante desses vídeos é reunir e circular informações sobre o trabalho nas entregas, sendo também uma ferramenta de produção cultural e identitária (DESGRANGES, 2024). A partir do material audiovisual e dos comentários nos vídeos, veremos como se articulam cidade, velocidade, violência, vigilância e tecnologia, embaladas em estratégias de sobrevivência que misturam trabalho plataformizado e empreendedorismo digital.

### **Rotas e redes: os entregadores-influencers**

A proliferação de entregadores de plataforma, ou seja, que trabalham para/com aplicativos, é parte da paisagem contemporânea em muitas metrópoles e cidades médias ao redor do mundo, sendo constitutivo do que é chamado de capitalismo de plataforma (SRNICEK, 2017), de dados (WEST, 2019) ou de vigilância (ZUBOFF, 2019). O que é invariável nas três denominações é a ênfase na forma econômica capitalista e a ideia de que essa teria adentrado uma nova fase tão marcante que demandaria um nome que a singularizasse, delimitando a ruptura. A ausência de vínculos trabalhistas, a insegurança financeira e a alta carga de tempo necessária para obter rendimentos suficientes para o sustento, aliados à opacidade no cálculo das remunerações e no trato com as plataformas, são constituintes do fenômeno frequentemente classificado como

*precarização* (ABILIO, 2019). Esse novo tipo de capitalismo extrai cada vez mais a vida daqueles que estão em posição periférica. Há vasta bibliografia destacando as formas de exploração do trabalho de plataforma, seja de entregadores, de operadores de *call center*, motoristas de Uber ou executores de tarefas simples em plataformas de inteligência artificial (IA) (CANT, 2019; GROHMANN; ARAÚJO, 2021; VAN DOORN, 2017; WOODCOCK, 2016; 2020; WOODCOCK; GRAHAM, 2019), de modo que não precisamos reforçar esse ponto.

O trabalho de entregador é indissociável da sua relação com o tempo comprimido. Uma característica essencial do trabalho de entrega sob demanda, gerida pela plataforma<sup>2</sup>, é a pressa, já que os ganhos financeiros dependem, em última instância, do número de *corridas*<sup>3</sup> realizadas. Com isso, é fundamental realizar mais entregas, reduzindo a duração delas e o intervalo entre cada uma. Essa tarefa não é simples e o cálculo é difícil, além de não depender exclusivamente dos entregadores. A reduzida margem de liberdade de gestão do tempo é característica de trabalhadores plataformizados, inseridos em posição de precariedade e *com o futuro incerto* na economia baseada na aceleração (SHARMA, 2017). O aumento da demanda por delivery de comida no período noturno, por exemplo, altera a dinâmica e a temporalidade da relação dos entregadores com a plataforma e com os restaurantes. Ficar muito tempo conectado sem receber nenhum pedido é uma queixa recorrente de entregadores de aplicativos, gerando longos períodos ociosos sem nenhum ganho financeiro (DESGRANGES, 2024) e aumentando as jornadas de trabalho. De noite, o “aplicativo tocava mais”, mas isso não necessariamente reduziria o tempo ocioso dos entregadores, já que muitas vezes esse aumento da demanda saturava os restaurantes, fazendo com que os entregadores perdessem demasiado tempo para coletar o pedido no próprio restaurante (JEFF FERNANDES, 2020b).

A duração de cada *corrida* é definida também pelos momentos de coleta, no restaurante, de deslocamento e de entrega, para o cliente, mas é no trajeto, sobre a moto, que o tempo tem mais plasticidade para ser comprimido. A velocidade e o desrespeito às regras de trânsito caracterizam o estilo de pilotagem arrojado conhecido como “cachorro louco” (DESGRANGES, 2024), que vêm tornando o tráfego de veículos cada vez mais agressivo e violento nas grandes cidades.

Embora a compressão do tempo seja uma característica identificada no trabalho mediado por smartphones, de modo geral (AGGER, 2011), entregadores lidam com a especificidade de serem velozes em relação direta com as infraestruturas de mobilidade urbana. As plataformas digitais e os smartphones já têm incorporados (*embedded*) em sua materialidade (WAJCMAN, 2014) o tempo comprimido e acelerado da economia digital, mas as ruas, sinais de trânsito, faixas de pedestre, canteiros de obra, placas e calçadas incorporam uma outra temporalidade, na qual entregadores,

com seu *futuro incerto* (SHARMA, 2017), não podem se dar ao luxo de habitar. As motos são os veículos mais adequados para o tempo comprimido na cidade, enquanto carros, caminhões, ônibus, pedestres e bicicletas engarrafam, atrapalham, afetam a velocidade. Uma estratégia para enfrentar essa questão é trabalhar de noite, quando o fluxo de veículos e de pessoas diminui e os deslocamentos podem ser feitos de forma mais rápida. Contudo, como veremos melhor na segunda parte deste artigo, essa escolha não é isenta de problemas e riscos.

A velocidade com que atravessam a cidade vem aumentando consideravelmente a violência no trânsito envolvendo motociclistas, tornando-se uma das principais causas de mortalidade entre homens jovens no Brasil. Apenas em 2020, segundo Boletim Epidemiológico do Ministério da Saúde, 12 mil pessoas faleceram e 117 mil foram internadas no país por acidentes com motocicletas (BRASIL, 2023). O risco, entretanto, é inseparável da atividade de entregador (e de motoboy, de modo geral) e as imagens captadas pelos motociclistas e compartilhadas em mídias sociais constituíram um nicho de consumo de vídeos consolidado. Esses vídeos recebem o nome de *motovlogs*, e reproduzem o ponto de vista do entregador, que posiciona a câmera em seu capacete, recebendo pouca edição e pós-produção antes de serem postados no YouTube ou em outra plataforma.

Assim, alguns desses trabalhadores, como Jeff Fernandes, além de estarem inseridos nas formas de capitalismo contemporâneo como *entregadores de aplicativo*, também participam dessa economia por meio da produção de conteúdo audiovisual para plataformas de mídias sociais, como TikTok, Facebook, Instagram ou YouTube e da gestão de seus canais e perfis. Eles compõem, com moto, cidade, câmera, mídia social, redes de transmissão e público, o agenciamento sociotécnico (CALLON, 2003) *entregador-influencer*.

Tornar-se um *entregador-influencer* implica ser capaz de engajar um público no conteúdo produzido. É o engajamento (visualização, compartilhamento, comentários, reações, inscrição no canal) que gera a almejada monetização, e saber interessar, capturar, enganchar a audiência é a principal habilidade requerida para esse trabalho. Para tanto, o (aspirante a) *influencer* deve saber ler as métricas da plataforma, associando-as com o conteúdo que produz, no que tange a tema, linguagem, estética, ritmo e duração (BENTES, 2021).

Nos vídeos de Jeff, podemos ver como o ajuste do conteúdo ao público é objeto constante de reflexão e experimentação e as habilidades e o conhecimento para potencializar o engajamento vão sendo construídos “em movimento”. Uma estratégia recorrente é a escolha para os vídeos de títulos que sirvam como *clickbaits*<sup>4</sup>, despertando o interesse da audiência em meio à superabundância informacional disponível nas principais mídias sociais. No entanto, esses *baits* não podem ser descolados do conteúdo apresentado, já que, para monetizar, mais importante do que a viralização

esparsa de um ou outro vídeo é a inscrição no canal, que leva a um consumo regular. Com isso, é preciso estabelecer uma relação de “confiança” entre produtor de conteúdo e público, e associar um título ou uma descrição atrativos com o conteúdo é uma forma disso. Como os *motovlogs* são, normalmente, vídeos longos, com frequência o título enfatiza um momento específico em que algo diferente acontece. Flagrantes, em especial, são preciosos.

### **YouTube: métricas e engajamento**

Lançado em 2005, o YouTube é, ao mesmo tempo, um repositório de vídeos e uma rede social, que permite que seus vídeos sejam facilmente incorporados em outros sites e compartilhados por link ou em outras mídias sociais. Além disso, o YouTube é uma das principais plataformas de compartilhamento e monetização de vídeos na internet<sup>5</sup>, sendo notavelmente estável em um contexto no qual plataformas de mídia social entram e saem de evidência, ou se caracterizam pela presença de usuários de faixas etárias específicas ou por nichos (VAN DIJCK, 2013). Em número de usuários ativos, em abril de 2024, o YouTube só perdia para o Facebook (2,504 bilhões contra 3,065 bilhões)<sup>6</sup>, e é apontado como um marco da cultura participativa e do compartilhamento, ainda na primeira década do século XXI (BURGESS; GREEN, 2018). No Brasil, segundo dados compilados pelo projeto DataReportal<sup>7</sup>, o YouTube conta com 144 milhões de usuários ativos. A pesquisa que desenvolvemos desde 2019 com entregadores em mídias sociais confirma a preferência pelo YouTube, parcialmente explicada por uma monetização mais simples dos conteúdos, a partir do número de visualizações do canal.

O YouTube é um espaço privilegiado de diálogos, trocas e de tutoriais. Em torno das interações na e pela plataforma, é produzida uma experiência única de mídia audiovisual e rede social, fazendo dela um ambiente produtivo para a troca de saberes, experimentações e diálogos dos, no caso pesquisado, entregadores de plataforma. Não se trata apenas do compartilhamento de dicas – conteúdo presente em outros espaços da internet, inclusive nos espaços de comunicação das próprias plataformas de entregas –, mas de ter acesso a certo nível de experimentação sensorial e à possibilidade de estabelecer conversas e demais interações a partir da realidade experimentada pelos *entregadores-influencers*, traduzida nos vídeos.

A estabilidade do YouTube permite a construção a longo termo e em profundidade de canais pessoais e o acúmulo de seguidores ativos, fatores que aumentam significativamente o alcance dos vídeos e sua consequente valoração pelos algoritmos de venda de publicidade direcionada da plataforma<sup>8</sup> (ZUBOFF, 2019). A ambição individual de ter um canal em constante expansão, ter seu conteúdo muito visualizado e se tornar um *influencer* é um fenômeno característico

contemporâneo (BENTES, 2021; MARWICK, 2015), podendo se reverter em ganhos materiais ou na capacidade de, como diz o nome, influenciar outros indivíduos (ABIDIN; BROWN, 2019). Entre os trabalhadores de plataforma, como entregadores e motoristas de Uber (CHAN, 2019; DESGRANGES, 2024; DESGRANGES; RIBEIRO, 2021; ROSENBLAT, 2018), por vezes, a gestão do canal e a produção de conteúdo se misturam na constituição de um sujeito que se vê como empresa de si mesmo (DARDOT; LAVAL, 2014) ou como um *self* empreendedor (ROSE, 1998). O sucesso no empreendimento da influência digital pode ser revertido em outras formas de empreendimento, como vendas e oferecimento de serviços voltados para o nicho de trabalhadores de plataforma e/ou o investimento em carreira político-partidária<sup>9</sup>.

A construção de um canal, a partir dos conteúdos compartilhados e das múltiplas interações decorrentes (com seguidores, outros produtores de conteúdo, com a plataforma e também com algoritmos), demanda alto investimento de tempo, energia e atenção, com efeitos profundos na constituição das subjetividades tanto do público quanto dos aspirantes a influenciadores. As múltiplas formas de quantificação inscritas nas plataformas oferecem aos produtores de conteúdo um retorno detalhado e preciso de informações, inclusive em tempo real, sobre as estratégias de engajamento utilizadas, permitindo, com isso, que ajustem o conteúdo a partir desses números (BRUNO; BENTES; FALTAY, 2019; GLATT, 2022; ZUBOFF, 2019). A constante análise e adaptação dos efeitos e estratégias é parte do esforço do empreendedorismo-*influencer*, que forma indivíduos ávidos pela captura da atenção do público, alvo de cada vez mais empreendedores *influencers*. Entre si, eles devem concorrer e/ou estabelecer parcerias. Essa forma de empreendedorismo tende a produzir o que Dardot e Laval (2014, p. 31) chamam de “subjetivação contábil”, e Lupton (2016, p. 3) de “autoconhecimento por meio de números”, uma constante racionalização comportamental baseada em quantificações, métricas, análises, cálculos e estratégias. Nos cálculos e nas análises empreendidas nesse processo, ainda deve ser levado em conta tanto o sempre opaco, cambiável e mistificado papel dos algoritmos, no caso dos algoritmos de recomendação do YouTube, em relação aos quais todas as ações serão afetadas e redirecionadas, quanto a interação com a arquitetura de cada plataforma, que favorece determinadas estratégias em detrimento de outras (BADOUARD; MABI; SIRE, 2016). Nesse sentido, Eaket (2020) aponta para o caráter “paradoxal” do YouTube, por ser um espaço profundamente mediado, mas no qual os usuários desejam autenticidade absoluta de influenciadores (CUNNINGHAM; CRAIG, 2017).

A estrutura do YouTube faz com que, ao mesmo tempo em que essas imagens são compartilhadas, elas também sejam recriadas, a partir das interações com o público. Curtidas, visualizações, reações e comentários são formas de o público participar da produção dessas imagens

(CARDOSO, 2014). Engajar outros usuários da plataforma em seus vídeos é um dos principais objetivos dos aspirantes a *influencer*, também como estratégia de dinamização do conteúdo<sup>10</sup>.

Os canais são igualmente importantes na construção e na circulação de conhecimentos e dicas sobre o funcionamento das plataformas e sobre os desafios do trabalho de entregador, desempenhando papel fundamental na socialização de trabalhadores novatos, na elaboração de estratégias individuais para lidar com a plataforma e na constituição de uma identidade coletiva dos entregadores (mesmo que bastante plural). Os *entregadores-influencers* passam essas informações durante a realização das entregas, por meio de diálogos com sua câmera portátil, levando a uma experiência imersiva, na qual as dicas, as reflexões e as orientações são corroboradas pelo registro do trabalho. Esse registro abre diferentes sentidos no contato com o público do canal, que por meio dos comentários expande o que era ali discutido ou abre novas perspectivas a respeito da realização de conteúdo.

Em relação à participação do público, para além das métricas, é importante capturar as interações comuns realizadas nos comentários, assim como perceber quais tópicos, problemas ou elementos salientados pelo público são ampliados. Os vídeos aqui analisados passeiam por uma gama de tópicos que aparecem isoladamente ou combinados nos comentários, variando entre elogios, sugestões de conteúdo, dúvidas e troca de experiências. Um dos temas que permeia diferentes tópicos nos comentários é o da segurança/violência/cuidado, assunto que está intimamente relacionado ao fazer cotidiano do entregador.

Uma etnografia no YouTube deve levar em conta a engenharia da plataforma, seus algoritmos, o conteúdo dos vídeos e dos canais, mas também os comentários, as curtidas e as demais métricas. É nesse sentido que esse conteúdo pode sempre ser visto como colaborativo e em permanente construção (CARDOSO, 2009). Na etnografia que embasa este trabalho – conduzida entre 2019 e 2023<sup>11</sup> –, parte considerável do material empírico foi produzido pelo próprio entregador, Jeff Fernandes. Ao mesmo tempo em que filma as entregas, Jeff conversa com a câmera (e, assim, com a audiência), muitas vezes sobre o trabalho ou o trajeto que está sendo realizado naquele momento. Esse tipo de acesso ao ponto de vista do entregador tem potencialidade para o desenvolvimento da pesquisa etnográfica em um de seus princípios mais basilares, o esforço para se posicionar da perspectiva do sujeito pesquisado, de modo a compreender seu *ponto de vista*.

### **Canal Jeff Fernandes: entregando e enganchando a audiência**

No YouTube, o canal de destaque de *entregadores-influencer* leva o nome de seu criador, “Jeff Fernandes”, e ostenta o maior engajamento entre os canais de entregadores no Brasil, com mais

de 146 mil inscritos e 604 vídeos, publicados toda terça e quinta, que somam 19.938.334 visualizações<sup>12</sup>. Além dos *motovlogs*, o jovem pernambucano produz *vlogs* mostrando o rosto, conversando diretamente com a câmera (e a audiência projetada), normalmente sobre sua vida ou sobre motos em geral, reproduzindo uma estética comum a outros nichos de criadores de conteúdo no YouTube. Se no seu primeiro dia trabalhando na UberEats, Jeff não quis gravar de noite por medo da câmera ser roubada, em 2024 o conteúdo mais popular do canal é a série de *motovlogs* intitulada “Entregas Noturnas”, que já conta com mais de 30 episódios. A série possui tanto episódios mais curtos (com menos de 20 minutos) e editados como episódios de duração superior a uma hora.

Em meio aos prazos e à pilotagem arriscada, é possível acompanhar o *entregador-influencer* tentando lidar com os fatores envolvidos na produção de conteúdo para o YouTube – como a câmera, a qualidade do som, o que imagina ser a expectativa da audiência [...] Ao mesmo tempo em que calcula as melhores rotas de entrega, Jeff precisa tomar a decisão, por exemplo, de parar de filmar para economizar a bateria e o cartão de memória da câmera. Em um trecho do vídeo mais visualizado da série Entregas Noturnas (JEFF FERNANDES, 2020b, 8:50), é possível acompanhar Jeff enquanto faz uma coleta de pedido em uma hamburgueria estilo *food truck*:

(8:39) [guardando a sacola do pedido na mochila] Tem que ficar falando aqui para não dar direito autoral porque tá rolando uma música alí ó, aí se der direito autoral eu perco a monetização. [se dirige ao balcão para pegar o restante do pedido e fala com o funcionário] Já tá pago né? É isso, pegar o celular aqui. Som, som, som, tem que ficar falando galera se não vai dar direito autoral (JEFF FERNANDES, 2020b).

Por fim, o *entregador-influencer* acelera o vídeo na edição e acrescenta um efeito sonoro por cima para não correr o risco de ser *desmonetizado*.

Pesquisas sobre trabalhadores plataformizados que também são *influencers*, como de Chan (2019) sobre motoristas/blogueiros, Guerra e D’Andréa (2022) sobre “Ubertubers”, e de Soriano, Cabalquinto e Panaligan (2021) sobre *digital labor influencers* nas Filipinas, descrevem a dinâmica complexa de dupla jornada na qual esses trabalhadores estão embebidos. Ao mesmo tempo em que eles precisam convencer o público de que possuem conhecimento sobre plataformas de trabalho opacas, os *influencers* também estão tentando sobreviver nelas e a elas (CHAN, 2019; SORIANO; CABALQUINTO; PANALIGAN, 2021).

Assim como as plataformas de trabalho (de entrega, por exemplo) apelam para o sonho de “ser seu próprio chefe” (ABILIO, 2019; ROSENBLAT, 2018), aspirantes a *influencers* podem ser atraídos por um discurso bastante similar, em que basta estar

armado apenas com bom senso, um smartphone e um espírito empreendedor, qualquer um pode se tornar um criador de conteúdo de rede social [...] e podem alcançar alturas vertiginosas de fama, sucesso e riqueza, governados apenas por sua capacidade de atrair uma audiência (GLATT, 2022, p. 3857).

Contudo, assim como no caso de entregadores ou motoristas de Uber, criadores de conteúdo também enfrentam um trabalho essencialmente precário e incerto. A visibilidade no YouTube é distribuída por algoritmos opacos (KERCHE, 2023), de modo que os aspirantes a influenciadores, na expectativa de atrair o público, precisam constantemente desenvolver estratégias “no escuro”, ou a partir de pistas imprecisas. Seja fazendo entregas ou produzindo vídeos, a responsabilidade de gerenciar a precariedade recai diretamente sobre o trabalhador, que tem a tarefa de acompanhar um ritmo frenético de produção de conteúdo e distribuir seu trabalho em várias plataformas para reduzir o risco de falha (GLATT, 2022).

Nesse contexto, *entregadores-influencers* enfrentam uma pressão significativa para adotar técnicas que aumentem sua visibilidade em ambientes algorítmicos em constante mudança. Essas técnicas podem incluir o agendamento estratégico de postagens para coincidir com picos de uso da plataforma (DUFFY, 2017), o uso de títulos e miniaturas atraentes, a promoção do conteúdo em várias plataformas, a concentração de esforços em plataformas menos competitivas e a realização de colaborações com outros criadores de conteúdo<sup>13</sup> (GLATT, 2022). Para saber se essas estratégias estão de fato funcionando (ou não), os *entregadores-influencers* se baseiam nas métricas (de alcance e engajamento) e nos comentários dos espectadores, e vão adaptando as táticas conforme as respostas que recebem. Em mais de um momento, é possível observar Jeff refletindo sobre qual seria o tamanho ideal dos vídeos da série “Entregas Noturnas”:

(7:46) [enquanto está chegando no estacionamento de uma lanchonete para retirar um pedido] Sinceramente não sei o que fazer, velho, com vocês. Porque eu achava que vídeo de 10 minutos era cansativo, que ia ficar chato e tal, vocês não iam querer ver. Aí eu colocava né, vídeo de 12 minutos, por exemplo. Aí um monte de gente reclamando ‘mano, por que você tá botando o vídeo tão curto? Bota vídeo mais longo e tal [...]’ E eu ué, 10 minutos é curto? Então vamos aumentar aí, né o vídeo. Vou deixar gravando uns 20 minutos, quer dizer se eu conseguir né. [Estaciona a moto e corta o vídeo para fazer a coleta do pedido. Volta a filmar colocando a sacola na mochila e reclama que o lacre da embalagem está se soltando] (JEFF FERNANDES, 2020b).

Em diversos momentos nos vídeos selecionados, Jeff Fernandes afirma se basear em comentários da audiência para justificar a escolha de publicar vídeos de longa duração. E são muitos os comentários que mencionam positivamente a duração maior dos vídeos:

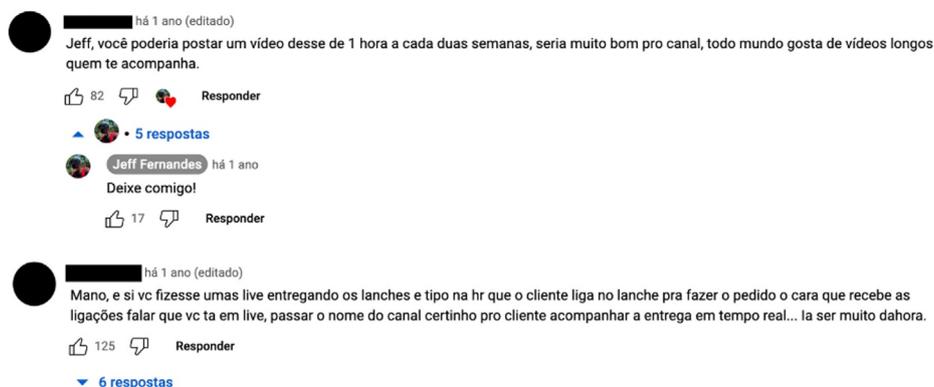
Figuras 1 e 2 – Captura de tela feita pelos autores de comentários da audiência.



Fonte: Jeff Fernandes (2020b).

Em outros momentos, os comentários contêm sugestões de conteúdo para Jeff, visando incrementar seu canal:

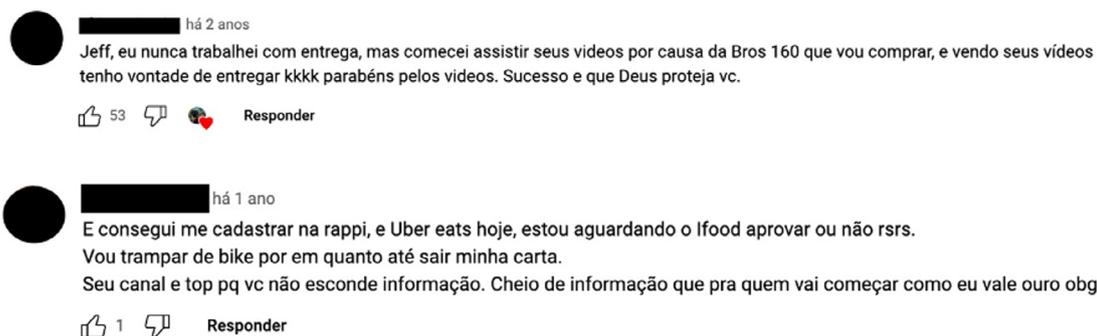
Figuras 3 e 4 – Captura de tela feita pelos autores de comentários da audiência.



Fonte: Jeff Fernandes (2020b).

Por outro lado, observamos, nos comentários e no vídeo mais assistido das Entregas Noturnas (JEFF FERNANDES, 2020b), que parte da audiência dos vídeos, dos inscritos no canal e dos seguidores do Instagram tem Jeff Fernandes como *porta de entrada* no universo dos entregadores de plataforma. Com isso, Jeff aparece como figura determinante na escolha pelo trabalho de entregas. Esse tipo de comentário pode aparecer como elogio aos conteúdos ou como solicitação de dicas para iniciantes.

Figuras 5 e 6 – Captura de tela feita pelos autores de comentários da audiência.



Fonte: Jeff Fernandes (2020b).

De muitas maneiras, Jeff parece seguir o roteiro necessário para aumentar o alcance e o engajamento de seus vídeos. De acordo com o conhecimento comum dos usuários, para o algoritmo do YouTube, mais importante do que a duração dos vídeos é a regularidade dos uploads na plataforma; postar pelo menos um vídeo por semana é visto como o requisito mínimo para ganhar força (GLATT, 2022).

(1:27) Primeiro de tudo, galera, já vai deixando aquele velho like, se inscreve no canal se for novo, que toda semana tem vídeo, mano, toda semana tem vídeo de entrega. Atualmente tô com rotina de postagem de três vídeos por semana, então, mano, conteúdo aqui não falta. A vida é um pouco corrida, mas eu sempre tento dar um gás aqui no YouTube. Mano... Ah e segue lá no Instagram também, tá? No Instagram atualiza em tempo real. Aqui no YouTube eu demoro um pouco para postar e os vídeos que vocês assistem não são gravados no dia, tá? Eu sempre vou postando numa ordem que eu considere que é bacana (JEFF FERNANDES, 2021b).

Nesse momento, Jeff olha para a tela do celular exibindo o aplicativo do Waze e diz:

(2:13) Aqui tá dando 9 km, eu vou por outro caminho, ó, 6.7. Tá vendo aí mano, o que é a experiência? Vai diminuir mais ainda, bota fé? (JEFF FERNANDES, 2021b).

### **“To achando que o Waze me traiu”: atalhos, mapas e medos**

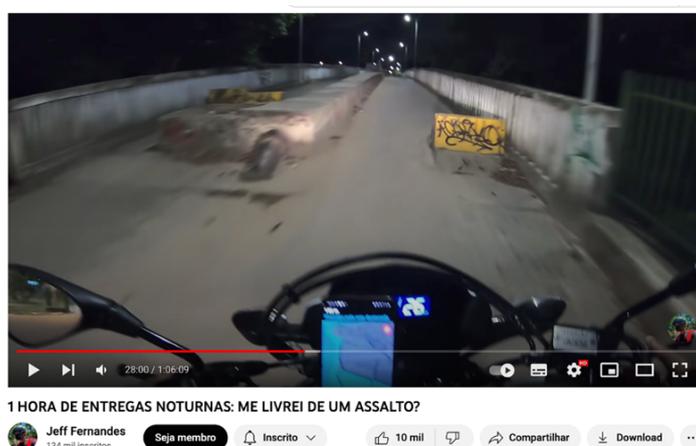
Ao longo dos vídeos analisados, são recorrentes situações nas quais o monólogo de Jeff versa sobre os caminhos que deve percorrer nas entregas. De modo geral, vemos tensionamentos constantes entre o app de geolocalização (Waze) e o conhecimento nativo dos entregadores sobre atalhos e rotas alternativas, assim como entre as regras de trânsito e as formas mais ou menos seguras de burlá-las. É em função do tempo, e de sua otimização, que a discussão em torno das rotas se torna tão importante, já que coletas e entregas mais demoradas implicam a redução dos ganhos ou o aumento das horas a serem trabalhadas para alcançar a meta diária<sup>14</sup>. Formas de

reduzir o tempo de entrega aparecem no discurso e na *pilotagem* de Jeff, com frequência o levando a questionar a rota em que estava e a hesitar e consultar o Waze para se certificar.

A relação com o Waze, como dito, é marcada por tensões e apropriações criativas de suas capacidades. O uso programado de um GPS é recomendar rotas, com avisos e indicações para guiar pedestres ou motoristas pelo caminho escolhido, direcionando, distribuindo e organizando os fluxos e deslocamentos pela cidade. A confiança no *app* (e no smartphone, no GPS, no satélite etc.) é fundamental para que esse direcionamento ocorra, criando uma relação diferente entre a cidade e aqueles que se deslocam por ela. Nos vídeos de Jeff Fernandes, o Waze – muitas vezes visível no smartphone captado pela câmera na sua cabeça – também é usado dessa maneira, mas não apenas. A relação com o *app* é ambígua, já que é tanto um instrumento de confirmação – de distância e localização – quanto objeto de desconfiança, quando se trata de indicações de caminhos. Com isso, a tecnologia de georreferenciamento que serve de base para o *app* não é contestada, enquanto as rotas traçadas estão sempre abertas à subversão, por estarem baseadas na organização do trânsito e no conhecimento sobre a cidade.

Ao longo dos anos, foi possível observar Jeff se apropriando das rotas, sobretudo após ter sido assaltado, ainda em 2019. O Waze o direcionou para a entrada traseira do Shopping Recife, e Jeff confessa ter sido ingênuo, pois não estava habituado a pegar essa rota, e acabou sendo rendido à mão armada por outro motociclista, que levou sua *Titan*<sup>15</sup> (JEFF FERNANDES, 2019). Esse caso é constantemente referenciado em outros vídeos para justificar sua suspeita em relação às rotas sugeridas pelo GPS. Ao levar em conta as proibições de subir na calçada, trafegar na contramão e outras infrações vistas com frequência nos *motovlogs* de entregadores no YouTube, e também no canal de Jeff, o Waze torna-se menos confiável do que o saber prático dos entregadores, passado no “boca a boca” entre motoboys. O trecho abaixo, em que Jeff está mostrando um atalho que faz com que os entregadores ganhem preciosos minutos e quilômetros numa entrega, é um bom exemplo.

Figura 7 – Captura de tela do vídeo feita pelos autores.



Fonte: Jeff Fernandes (2020b).

(25:18) Tem um atalhozinho que pode fazer a gente lucrar um pouco. Venham comigo que vocês vão aprender o que a experiência não faz pelo entregador. Deixa eu ver aqui, mano, 6.8 (km) de coleta... nunca peguei nesse restaurante [cantarola algo]... [mexe no Waze com dois dedos, aproximando e afastando] olha isso galera, o arrodeio – eu tô olhando aqui pra frente tá, sei que a câmera tá apontada um pouquinho pra baixo que é mais fácil de vocês verem, mas tô olhando pra frente. tá vendo? olha o arrodeio que eu teria que fazer [olha para Waze, com o mapa afastado, mostrando todo o percurso a ser feito], mas como a gente é entregador, já é safo, vocês vão ver. Tá dando 5.8 (km) de coleta... por isso que eu digo, quando vocês começarem a trabalhar com entrega, se for a galera novata aí, perguntem, não tenham vergonha de perguntar. Às vezes vai fazer você economizar bastante quilômetros. Vejam só, está dando [no Waze] 5.7 (km), mas pra frente eu vou mostrar pra vocês quantos quilômetros tá dando e quanto que eu economizei. [acelera e desliga a câmera no capacete, com a mão] (26:45) (JEFF FERNANDES, 2020b).

[...] (28:03) Olha, aqui é uma ponte... 6.1<sup>16</sup> (km) [olha para o Waze], o rio [olha para o lado], tudo escuro não dá pra ver nada... comunidade ali do outro lado... olhe só [se aproxima do waze para olhar melhor] 2.9 (kms), economizando aí 3 kms! Que beleza, hein, o que a experiência não faz! Se fosse um cara iniciante... eu mesmo, no início [passando por dentro de favela] – vou levantar aqui um pouco porque o caminho é meio feioso [levanta o olhar-câmera] – fazia o caminho normal. Aí, mano, andava demais, andava demais... aí uns amigos que trabalham com entrega foram falando: “passa por tal canto que ali é mais rápido, passa por tal lugar que você economiza quilômetros”. Nem sempre o atalho mais rápido você anda menos. Às vezes é mais rápido porque o trânsito anda livre... eu prefiro fazer o caminho maior se eu ver que ele tá mais livre (29:15) (JEFF FERNANDES, 2020b).

Alguns dos atalhos, como vemos nos vídeos de Jeff Fernandes, ao mesmo tempo em que permitem otimizar o tempo de coleta e entrega, podem oferecer perigos para os entregadores. Além dos riscos advindos da dinâmica do tráfego, das formas arrojadas de *pilotagem* e do desrespeito às leis de trânsito, o medo de assaltos aparece nos dois vídeos mais visualizados da série *Entregas Noturnas*, inclusive no título do segundo. O Waze é acusado de sabotar (“trair”) Jeff, levando-o por um caminho perigoso e maior.

(49:31) Tem que ficar ligeiro que dizem que por aqui não é muito bom não. Tem relatos de assaltos por aqui... Deus queira que eu esteja errado, né? 1.1 (kms) [diminui a velocidade ao sair da rua principal e entrar em paralela mais escura – mexe no Waze, com o polegar – depois acelera]. É, vamos lá... Dois, dois relatos de assalto. Mas Deus me protege, né?... Ih, eu to achando que o Waze me traiu agora, to achando que o Waze me traiu, hein galera. Ta me mandando ir pelo caminho mais longe. To achando, mano. Sei nem onde é que eu tô, véio (51:22) (JEFF FERNANDES, 2020b).

Em algumas situações, esse tensionamento é aproveitado, nos *motovlogs*, para reforçar uma *ambiance* de medo e suspense, produzindo um conteúdo que seja atrativo para a audiência e, com isso, gere engajamento. Em um vídeo, apresentado como um teaser de um vídeo maior, nunca postado, Jeff mistura vários elementos para, sem nenhuma imagem especialmente interessante, sem nenhum flagrante, seduzir o público em potencial.

(0:00) [andando por bairro deserto à noite. Música de suspense/terror ao fundo. Legenda na parte superior da tela: “ME PERDI EM UMA ÁREA DE RISCO E O WAZE FEZ ISSO”] Eu, hein? E agora? E agora? [para em bifurcação: olha para

os dois lados] Será que é pra cá, gente? [segue por um dos caminhos, sem muita certeza. Continua olhando para trás e para os lados]. Agora eu me perdi... me perdi. [Tenta mexer no celular, aberto no aplicativo Waze, que está atualizando, sem mostrar informações] Como que eu saio daqui, gente? me perdi! Bora, bora Waze! Caraca, me perdi! [corte] Como que eu ia imaginar que a coleta... [dá zoom na tela do celular com os dedos. Vemos o caminho traçado, passando por área verde no mapa. Jeff para em outra bifurcação. No meio dela, muito lixo jogado no chão. Aproxima o mapa do Waze com os dedos, respira fundo] Não acredito, mano! [Legendas na tela. Na parte superior: VÍDEO COMPLETO NO CANAL: (logotipo do YouTube JEFF FERNANDES; parte inferior: O WAZE ME MANDA IR POR UM TRECHO DE "MATA". Aumenta o volume da música de fundo.) (JEFF FERNANDES, 2024b).

O Waze é um mediador importante no trabalho dos entregadores, estabelecendo uma relação com eles que, como vimos, é marcada por uma confiança tensionada. Apesar de, na maior parte do tempo, guiar entregadores pela cidade, em determinados momentos, ele é deliberadamente ignorado para que as corridas sejam otimizadas por atalhos. Esses apresentam perigo por não serem caminhos “domesticados” (CALLON, 1984) e inscritos no Waze (CARRARO, 2021), entretanto também acontece do risco ser produzido por uma falha de tradução (CALLON; LAW, 1982) do espaço urbano para rotas em uma plataforma cartográfica. Ao repetir que o aplicativo de georreferenciamento o “traiu”, Jeff usa a mesma categoria mobilizada pela teoria ator-rede (AKRICH; CALLON; LATOUR, 2006; LAW, 2006) para explicar o (não) funcionamento das redes de atores humanos e não humanos, ou agenciamentos sociotécnicos, como entregadores, ou os *entregadores-influencers*.

### **“Saiu pra fazer um dinheiro e voltar sem moto”: entregadores, segurança e criminalidade**

Nos vídeos de Entregas Noturnas o perigo parece potencializado. Jeff afirma, no vídeo mais popular da série<sup>17</sup>, que só tem saído no período noturno para gravar vídeos, já que foi assaltado de noite e desde então teria “meio que pegado um trauma”, embora reconhecesse que, economicamente, valia a pena. Em um *motovlog* mais recente, Jeff faz uma retrospectiva do seu ano de 2023, até que interrompe sua fala ao avistar um sinal de trânsito quebrado (JEFF FERNANDES, 2024a, 8:32). Está de noite, podemos ver as luzes piscando em amarelo no meio de uma rua quase deserta. Ao se aproximar da faixa de pedestres, dois homens que estavam entre as pistas avançam em direção ao meio da rua. Jeff, ainda em silêncio, desvia com a moto. Alguns metros depois, volta a falar: (8:35) “Nossa... Gelei agora, achei que ia dar ruim... Assalto...” (JEFF FERNANDES, 2024a).

Figura 8 – Captura de tela de vídeo feita pelos autores.



Fonte: Jeff Fernandes (2024a).

Não é possível saber se de fato um assalto era iminente, ou se os homens estavam apenas tentando atravessar a rua, mas momentos de tensão similares são frequentes ao acompanhar Jeff nas Entregas Noturnas. O que em seu primeiro ano de entregas era um impeditivo para gravar vídeos noturnos, agora é um risco que parece “valer a pena” ser enfrentado, visto que as métricas de engajamento da audiência crescem consideravelmente quando Jeff vivencia alguma cena de perigo. Apesar do medo que afirma sentir ao se expor a situações do tipo, a manutenção da série Entregas Noturnas é justificada pela demanda do público e pela curadoria algorítmica do YouTube, que sugere conteúdos similares à audiência.

O sucesso da série noturna não parece ser por acaso, visto que vídeos no estilo POV<sup>18</sup> de pessoas circulando por cidades de madrugada fazem bastante sucesso para além do nicho das entregas, ultrapassando a casa dos milhões de visualizações<sup>19</sup>. Nesses vídeos, o que engancha a audiência é a expectativa do risco iminente de andar no escuro em grandes centros urbanos brasileiros, o medo que esses espaços inspiram na audiência. Nos vídeos de Jeff, o risco e o medo aparecem, seja nas entregas noturnas ou à luz do dia, tanto como indício de violência urbana quanto como performance para a audiência que engaja com esse conteúdo.

Como forma de se protegerem de assaltos, Jeff Fernandes aconselha os aspirantes a entregadores ou novatos, no vídeo mais visualizado da série, a não esperarem sozinhos até a entrega estar

pronta para ser coletada (JEFF FERNANDES, 2020b). O risco seria reduzido com a presença de outros motoboys, se protegendo coletivamente. Estar sozinho, parado, aparece em outros trechos como uma situação a ser evitada à noite, sendo preferível circular ou ir para algum ponto de espera para aguardar uma nova demanda de coleta e entrega, mesmo se o movimento estiver alto e o aplicativo estiver *tocando rápido*<sup>20</sup>. Se parte do discurso sobre novas formas de trabalho insiste na competição entre trabalhadores que estaria associada à própria lógica da concorrência entre agentes precarizados trabalhando sob demanda (SLEE, 2017; ABILIO, 2019), os vídeos analisados neste artigo enfatizam os mecanismos de solidariedade e autopreservação presentes no cotidiano dos entregadores. No entanto, se é com os próprios entregadores que ajuda e proteção são buscadas, os outros motoqueiros se deslocando pela rua à noite são vistos como perigosos.

(53:19) Mano, a essa hora dificilmente você vai encontrar um motoqueiro sem *bag* nas costas. Só tem três tipos nesse horário: ou é entregador, ou é um trabalhador que já tá voltando do emprego ou é um assaltante (JEFF FERNANDES, 2020b).

O título do vídeo “1 HORA DE ENTREGAS NOTURNAS: ME LIVREI DE UM ASSALTO?”, enfatiza um momento específico das filmagens, quando Jeff entra em uma viela apertada e atrás dele entra uma moto com dois homens. Ao não conseguir ultrapassar o carro à sua frente, Jeff demonstra nervosismo, obrigado a andar lentamente e sem ser capaz de se desvencilhar da moto logo atrás da sua. Na cena em questão, em um bairro popular, logo após coletar um lanche, Jeff:

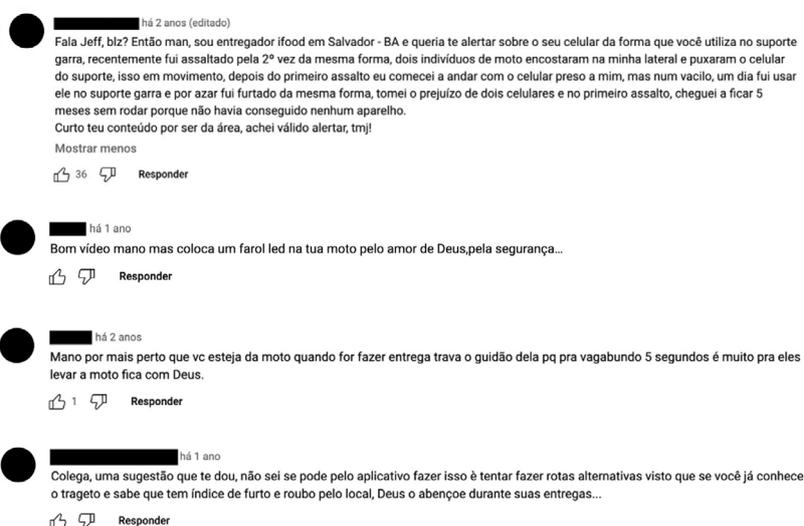
(54:05)[Olha para a rua estreita, vê um carro bem devagar, quando começa a ir pela rua olha para trás e vê uma moto com dois homens entrando logo atrás – vemos a cena de relance.] Porra, mano, vim pelo lugar errado. Com certeza vim pelo lugar errado. [Jeff já encosta no carro da frente, tentando ultrapassá-lo sem sucesso]. Com certeza, mano. Não, não, não, não, não, não, não, não, não, não... Com certeza eu vim pelo lugar errado. [Vem outro carro pelo lado oposto da rua, o carro à frente de Jeff para, pois não tem passagem. Nesse momento, após buzinar, Jeff consegue passar bem apertado ao lado do primeiro e depois do segundo carro. Jeff acelera sua moto e se distancia até chegar em rua mais movimentada e iluminada]. Ai, esses caras de moto tavam olhando pra mim... vamos acelerar, né. Dobrei eles dobraram também, humpf. Não vou pagar pra ver não. Pior que eu nem sei onde eu tô, véio. Se eu parar agora aqui pra olhar o Waze, ai... [Desacelera a moto para mexer no Waze sem precisar parar]. Ai meu Deus do céu! Bora, bora, bora, bora... [Aperta várias vezes a tela do celular, esperando atualizar o app]. Ah, descobri agora, véio. (corte) [Longo trecho pilotando por favela, sem dizer nada, olhando sempre para baixo no Waze] ai, mano. Vocês viram eles voltando? Eu subi aqui eles vieram também. Às vezes é coincidência, mas não paguem pra ver, não paguem pra ver. Porque as motos têm seguro, mas não vamos ficar dando pinta não, tá ligado? O que a gente puder evitar a gente evita. Logo agora, domingo, saiu pra fazer um dinheiro e voltar sem moto... já pensou? Oxi, sai! [Sai da favela]. [...] O meu Deus do Céu, obrigado Senhor! (JEFF FERNANDES, 2020b).

O temor de Jeff Fernandes não é infundado, já que a presença de um segundo homem, na garupa da moto, é uma forma de assalto bastante comum nas grandes cidades brasileiras,

aparecendo com frequência em noticiários e em vídeos que circulam em grupos de WhatsApp<sup>21</sup>. O capacete, de uso obrigatório, dificulta muito o reconhecimento dos criminosos, e em sua operacionalização, o homem na garupa pratica os assaltos, a motoristas ou pedestres, enquanto o piloto continua sentado sobre a moto ligada, favorecendo a fuga. No caso de roubos a motos, esse esquema permite tanto que as vítimas sejam abordadas em movimento quanto que o segundo assaltante escape levando a moto roubada.

Nos comentários dos vídeos, percebemos como o tema da segurança e dos riscos mobiliza a audiência, gerando alcance e engajamento. Em alguns deles, a audiência aproveita para alertar Jeff sobre práticas de segurança, como vemos abaixo.

Figura 9-12 – Captura de tela feita pelos autores de comentário da audiência.



Fonte: Jeff Fernandes (2020a).

A popularização de crimes perpetrados por motociclistas expõe os entregadores a um risco duplo: de serem eles mesmos vítimas desse tipo de violência e de serem discriminados e/ou falsamente acusados de cometerem tais delitos. Jeff já vivenciou os dois casos, primeiro quando foi assaltado, e depois, quando foi confundido com um assaltante pela polícia, enquanto realizava entregas. Jeff gravou um *vlog* logo após o ocorrido, com o sugestivo e autoexplicativo título “FUI CONFUNDIDO COM UM ASSALTANTE E DEPOIS ACUSADO DE TER FICADO COM O PEDIDO DE UM CLIENTE!”, relatando o que acontecera.

(0:00) Salve salve galera, Jeff na área. Mano, to gravando esse vídeo aqui pra falar uma coisa pra vocês que... tô em choque, mano, tô em choque. Há uns 10 minutos, galera, tava indo fazer uma entrega [...] bem, vocês tão vendo que eu tô aqui com a bag, né? Mano, passei por uma rua que tava tendo um assalto, tá ligado? Aí já tava um movimento muito grande, e eu como tava com a entrega na tela, né, eu não posso ficar parando muito pra olhar... aí eu continuei, parei no próximo sinal... sendo que, mano, parou um carro atrás de mim e o outro do lado,

ao mesmo tempo os dois carros abrindo as portas, saindo policial, apontando arma pra mim e dizendo “levanta, levanta a blusa, levanta a blusa!”... aí eu “mano, o que está acontecendo, velho? como assim, eu to de bag, to indo trabalhar e os manos tão me abordando por que?” (JEFF FERNANDES, 2021a).

(1:00) Depois eu descobri que realmente tinha um cara assaltando ali na rua e o cara tava assaltando de bag [ênfase] e ali eu era o único cara que tava de bag na rua, então sobrou pra mim... [...] o próprio pessoal que tava na rua falou “não foi ele não, não foi ele não!”, aí os policiais pediram desculpa e tudo ficou bem (JEFF FERNANDES, 2021a).

Figura 13 – Captura de tela de vídeo feita pelos autores.



Fonte: Jeff Fernandes (2021a).

(1:48) O que me deixou puto, galera, é que pô, mano, bandido se disfarçando de entregador para poder fazer assalto, mano... Tá ligado? Pô, mano, imagem do entregador que é, pô, um cara que trampa, trampa mesmo, e às vezes já não tem reconhecimento, já é uma atividade que a galera menospreza. [...] A imagem da gente já não é lá essas coisas, já fica suja, tá ligado? (JEFF FERNANDES, 2021a).

(2:32) Antigamente, quando passava um entregador assim na rua era supernormal. Hoje eu já me deparei com a situação de ter umas moças sentadas na calçada [...] e eu chegar e as meninas guardarem o celular, tá ligado, com medo que eu fosse algum assaltante. Já passei por isso. Pô mano, a bag já não é mais desculpa de nada, tá ligado? O cara pode tá com a bag e com uma arma na cintura pra poder fazer assalto (JEFF FERNANDES, 2021a).

### **“Tem que filmar essas coisas, cara”: flagrante, vigilância e engajamento**

Após a abordagem policial, o *vlog* continua com as entregas do dia, até que um cliente reclama a falta de cinco cervejas, e Jeff retorna ao restaurante para buscá-lo, sendo acusado pelos funcionários do estabelecimento de ter roubado o pedido. A solução para o impasse, dessa vez, não viria por meio de testemunhas humanas (“o pessoal que estava na rua”).

(9:15) Mano, era um restaurante super chique, velho, e a galera tava se alterando comigo e eu super de boa, velho. Aí eu olhei assim pra cima, né, procurando câmera, aí eu vi que tinha uma virada exatamente pra onde ele me entregou o produto. Aí eu disse: “ó, se vocês quiserem podem ficar à vontade pra consultar as câmeras, tá? Eu sou apenas um prestador de serviço, só vim coletar e poder entregar ao cliente”. Aí, a mulher que tava do lado dele disse “vou puxar sim! Vou puxar!”. Aí ele [com a palma da mão aberta] “calma aí que eu vou lá dentro”... o cara que me entregou, né” (10:10) Quando ele entrou eu fiquei na calmaria, na calmaria, quando ele voltou, chegou a voltar mansinho, velho. Que tinha visto o pedido e que tinha entregado mesmo, que só entregou uma sacola, que ficou faltando... mano... voltou piano. E a mulher lá, que tinha alterado o tom ficou na tranquilidade, pediram desculpa... (JEFF FERNANDES, 2021a).

Após o recurso ao “testemunho” da câmera de vigilância, que também o inocentou, Jeff pôde, enfim, coletar as cervejas para entregá-las na casa do satisfeito cliente, que o recompensou com uma generosa e celebrada gorjeta de dez reais.

Os relatos de Jeff não são isolados no universo de entregadores. Apenas no primeiro trimestre de 2024, a iFood registrou mais de 13 mil casos de discriminação e/ou violência contra entregadores<sup>22</sup>. Contudo, motoboys são associados ao medo no imaginário popular brasileiro muito antes da chegada dos aplicativos de delivery. Em uma reportagem da *Folha de São Paulo* de 1999 (SGARIONI, 1999), com a manchete “Você tem medo de quê?”, Mariana Sgarioni analisa a “cultura do medo” em decorrência da crescente violência urbana na maior metrópole do país. A jornalista destaca o estigma que se criou em relação aos motoboys, que eram diretamente associados a assaltos feitos de motocicleta, acarretando diversas situações em que outros motoristas avançavam o sinal ou fechavam o vidro dos carros quando um motoboy se aproximava. Na reportagem, o gerente de uma empresa de transporte de documentos comenta: “Aqui não tem nenhum motoboy. Todo motoboy é ladrão e bandido. Nossos profissionais são chamados de motociclistas ou couriers”. Mais de vinte anos se passaram e, apesar do número de motoboys ter crescido com a popularização dos aplicativos de delivery, as imagens e relatos circulados por Jeff revelam que pouco mudou em relação à percepção da categoria – composta majoritariamente por homens jovens e negros<sup>23</sup>.

No caso descrito acima, Jeff escapa da acusação que lhe era injustamente imputada pela ausência de um flagrante: a imagem, revisitada pelos funcionários do restaurante, mostrava que ele não havia recebido os itens que o cliente havia dado por falta. Ao se ver diante de um conflito de versões, sua reação foi buscar uma câmera que pudesse ter gravado a cena e, com isso, comprovar quem estava com a razão. A ideia de recorrer às imagens de câmeras públicas ou privadas de vigilância é hoje uma das principais linhas de atuação das forças de segurança (LUZ, 2024), servindo tanto para investigação<sup>24</sup> quanto para comprovar autoria de crimes. Vindo de Jeff, que trabalha (também) com produção de imagens e, de certa forma, com busca de flagrantes, o movimento não chegou a ser surpreendente.

O flagrante ocupa um lugar especial no consumo de imagens do século XXI, principalmente a partir de dois registros principais, que podemos chamar de imagens de vigilância e imagens amadoras (BRUNO, 2009; CARDOSO, 2014). Os discursos sobre violência e insegurança, a pressão da indústria globalizada de tecnologias de segurança (BIGO, 2006; 2012) e a simplificação e redução de custos implicados na tecnologia digital, são alguns dos fatores responsáveis pela proliferação das câmeras de vigilância espalhadas pelos espaços urbanos (LYON, 1994; NORRIS; MCCAHILL; WOOD, 2004). Câmeras públicas, operadas por agências governamentais, ou particulares, geridas por empresas privadas, moradores ou lojistas, captam muitas cenas de criminalidade ou violência<sup>25</sup> que podem ser usadas para intervenção, investigação, jornalismo ou para o compartilhamento em mídias sociais. A circulação desses flagrantes por meio de reportagens, programas sensacionalistas ou em plataformas afeta os imaginários sociais sobre crime e violência, fornecendo imagens que dão corporeidade a dados criminais, consolidam medos, reforçam estereótipos e criam personagens temidos pelo público (CARDOSO, 2012).

Simultaneamente, câmeras vestíveis cada vez menores e smartphones multiplicam o número de pessoas aptas a atuarem como cinegrafistas amadores, e, com isso, toda cena ocorrida no espaço público ou de uso comum torna-se um flagrante em potencial (KOSKELA, 2002). Pessoas empunhando celulares podem ser vistas em toda a diversidade de situações que animam diariamente a vida urbana, fornecendo material para compartilhamento em grupos de WhatsApp, para embasar reportagens da imprensa ou, quem sabe, se tornar conteúdo em alguma mídia social e, com sorte, viralizar<sup>26</sup>.

Com a proliferação de câmeras, aumenta também a demanda por suprir a *estética do flagrante*, central no regime escópico e de atenção contemporâneo (BRUNO, 2009), reunindo a produção de câmeras de vigilância fixas, e de câmeras amadoras, cenas genuinamente flagradas e flagras encenados. O flagrante é aquilo que, por um lado, dá sentido e confere interesse às incontáveis e entediadas horas de imagens de vigilância e, por outro, possibilita que cenas amadoras circulem, sejam consumidas e produzam monetização.

Isso se torna perceptível em reportagens que incluem como principal chamariz (com frequência ressaltado no título) as imagens de câmeras de vigilância<sup>27</sup>. Mas também fica evidente, na busca de Jeff por captar cenas inusitadas, que possam constituir flagrantes. A decisão de deixar ou não a câmera ligada implica cálculos que levam em conta o conteúdo captado para ser editado e a gestão da bateria da câmera acoplada ao capacete, assim como a administração da bateria do smartphone, do pacote de dados móveis e, é claro, do combustível da moto. Em cada saída para entregar e filmar, *entregadores-influencers* como Jeff Fernandes não sabem o que vão encontrar, e com sorte, testemunham ou vivem alguma situação curiosa, inusitada ou emocionante, que possa

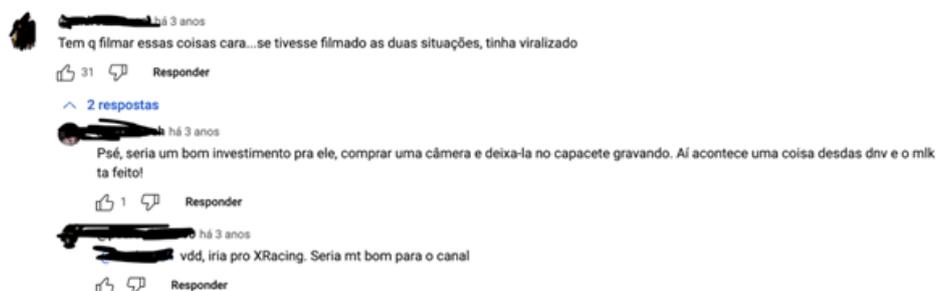
ser captada, editada e explorada com um título que desperte a curiosidade e cativa a atenção da audiência.

Já na parte final do vídeo mais assistido da série *Entregas Noturnas* (JEFF FERNANDES, 2021b), Jeff se lamenta por não estar com a câmera ligada mais cedo, quando flagrou – apenas com os olhos – uma cena engraçada, com potencial de gerar mais engajamento.

(55:50) Acompanha nós aí galera, se deslocando para casa agora. Eu vou deixar a câmera ligada, mano, porque hoje mais cedo eu perdi uma cena, porque eu quis deixar a câmera desligada, de um cidadão que foi tentar ultrapassar um carro e acabou caindo numa vala... ele não chegou a cair, conseguiu controlar a moto, mas foi muito engraçado, velho. Graças a Deus não foi um acidente (JEFF FERNANDES, 2021b).

A conversa em torno do comentário mais curtido do vídeo em que Jeff é duas vezes no mesmo dia acusado de roubo/furto (JEFF FERNANDES, 2021a) ilustra muito bem a importância, partilhada por *entregador-influencer* e público, dos flagrantes.

Figura 14 – Captura de tela de vídeo feita pelos autores.



Fonte: Jeff Fernandes (2021a).

Embora os relatos do entregador, em formato *vlog*, sobre as situações de tensão pelas quais passou sejam elucidativos sobre a desconfiança que ronda os entregadores e as formas como podem sofrer discriminação, o comentarista critica Jeff por não ter registrado em vídeo os acontecimentos, ao mesmo tempo que aponta o potencial de engajamento que as imagens, flagrantes, trariam para o canal. De fato, observamos que o vídeo em questão, após 40 meses no YouTube, tinha pouco mais de 16 mil visualizações e 136 comentários, enquanto os dois vídeos mais assistidos da série *entregas noturnas* (JEFF FERNANDES, 2021b; 2020b) contavam com, respectivamente, 575 mil visualizações e 304 comentários (em 38 meses) e 228 mil visualizações e 616 comentários (em 47 meses).

É apontado que, além do potencial de viralização que os flagrantes trariam para o vídeo, haveria a possibilidade de que as imagens fossem para o “XRacing”, canal do YouTube que, como diz sua apresentação, “tem como objetivo educar as pessoas sobre as boas práticas no trânsito, fazendo

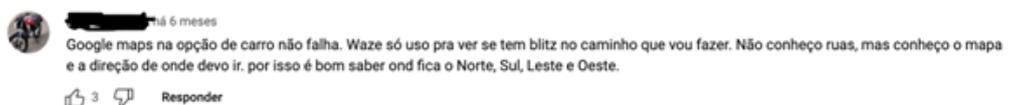
isso de maneira curiosa”<sup>28</sup> e que conta com mais de 3,3 milhões de inscritos. Essa parceria com um canal bem maior seria, segundo o comentário, muito benéfica para o canal de Jeff.

### Tecnologias (d)e sobrevivência

Seis meses após sua publicação, o vídeo em que Jeff reclamava que o Waze o conduzia a um caminho pela mata (JEFF FERNANDES, 2024b) contava com pouco mais de 12 mil visualizações e 12 comentários, quase todos versando sobre qual seria o melhor aplicativo de geolocalização para realizar entregas, Waze ou Google Maps. Essa questão é importante para o trabalho dos entregadores e já mereceu a atenção de Jeff em um *vlog* específico<sup>29</sup>, pois é, em grande medida, um desses aplicativos que, aberto no smartphone sobre o painel da moto, vai conduzi-los em suas corridas pela cidade, contra o tempo e em busca de seu ganho diário.

Um comentário, em especial, é interessante por trazer a dimensão criativa do uso dos aplicativos que, apesar de terem a mesma funcionalidade, são usados simultaneamente.

Figura 15 – Captura de tela de vídeo feita pelos autores.



Fonte: Jeff Fernandes (2021a).

O comentarista relata que usaria o Google Maps (na opção para carro, não para moto), por ser mais confiável para evitar rotas erradas, combinado com o Waze para evitar outra forma de violência que ameaça o cotidiano dos entregadores: as *blitzes* policiais que, frequentemente, apreendem motos ou forçam os motoboys a pagarem propinas evitar essa apreensão.

Os entregadores, ao se inserirem no trabalho plataformizado, não ficam presos em uma gaiola de aço da tecnologia, que determinaria, impor e homogeneizaria diferentes trabalhos, em diferentes lugares. Pelo contrário, são muitas as formas de apropriação criativa das tecnologias contemporâneas pelos entregadores em seu cotidiano. Para isso, usam simultaneamente aplicativos de georreferenciamento concorrentes, que combinam com atalhos para comprimir o tempo de suas corridas, ficam *logados* em mais de um aplicativo de delivery, em busca das melhores oportunidades de ganho, alternam entre diferentes tipos de contratação (*OL, nuvem e fixo*) (DESGRANGES, 2024), ou mesmo recorrem a câmeras de vigilância para se protegerem de injustiças.

Além disso, alguns investem parte do seu tempo em estratégias mais ousadas, produzindo conteúdo digital para tornarem-se, se bem sucedidos, *entregadores-influencers*. E, ao buscarem

esse objetivo, lançarão mão, de forma combinada, de um repertório variável de táticas, como o uso de câmeras acopladas ao capacete ou de smartphones, vídeos longos ou curtos, *vlogs* ou *motovlogs*, conteúdo didático para entregadores ou flagrantes excitantes para um público maior. E, não menos importante, irão criar e curar canais em mídias sociais diferentes, como YouTube, Instagram e TikTok, com linguagens e temporalidades que também não serão as mesmas.

Todas as formas descritas acima, e muitas mais, são constituintes do “modo de vida urbana como sobrevivência” (GUMA et al., 2023), com a apropriação e a otimização de infraestruturas tecnológicas por indivíduos em um processo de produção proativa (cocriação) do espaço urbano e das atividades que o compõem<sup>30</sup>. As condições de vida em contexto de economia neoliberal, em que o *self* empreendedor e a empresa de si triunfam como modelos de subjetivação (DARDOT; LAVAL, 2014; ROSE, 1998), ainda mais no Sul Global, fazem da capacidade de adaptar o uso e as *affordances*<sup>31</sup> das tecnologias uma habilidade socialmente fundamental. Seja acelerando as corridas de entregadores, monetizando conteúdo de *influencers* ou até tudo isso ao mesmo tempo.

### **Considerações finais**

A violência e a criminalidade, tais como discutimos neste artigo, são um tema importante nesse contexto por duas razões principais. A primeira delas é sua capacidade de gerar engajamento para os vídeos, seja por meio de desejados flagrantes, pelo clima de medo e suspense, ou pelas boas histórias que rende. A segunda razão é porque crime e violência, como vimos, ameaçam diretamente as estratégias de sobrevivência da totalidade dos entregadores, e não apenas dos que realizam dupla jornada plataformizada como *entregador-influencer*. O roubo ou o confisco da moto, instrumento indispensável de trabalho, além de assaltos, abordagens policiais, violência de trânsito, corrupção policial, são alguns dos exemplos que tratamos até aqui. Também outras formas de violência permeiam o cotidiano dos entregadores, como execuções por traficantes<sup>32</sup> em territórios sob domínio de alguma facção ou a intermediação de seu trabalho, de forma autoritária e intimidatória, por grupos milicianos (CARDOSO; DESGRANGES, 2023), como ocorre no Rio de Janeiro.

Contudo, há um outro tipo de violência, que ameaçaria de maneira diferente, mais indireta e profunda, as estratégias de sobrevivência desses trabalhadores: assaltos praticados por pessoas com “bag nas costas”, disfarçadas de entregadores (e o estigma que faria recair nos mesmos). Como argumentou Jeff, esse tipo de crime prejudicaria a já combatida “imagem do entregador”, trabalhador sério que, por desempenhar tarefa menosprezada, careceria de reconhecimento.

Após assistir aos vídeos de Jeff, assim como muitos dos vários *motovlogs* de entregadores, disponíveis no YouTube, é difícil ter uma “imagem do entregador” muito diferente da dele. Ao embarcarmos em sua moto, posicionados como uma “mosca no capacete”, vislumbramos por alguns minutos (ou mais de uma hora) um pouco do perigo, do estresse, da incerteza e da baixa remuneração que fazem parte do cotidiano desses personagens, em sua maioria jovens, homens, pretos e pardos, quase invisíveis de tão visíveis e incontornáveis na vida das grandes cidades brasileiras.

---

## Notas

<sup>1</sup> Segundo a definição de Srnicek (2017, p. 42, tradução nossa), plataformas “são infraestruturas digitais que permitem a interação de dois ou mais grupos. Assim, elas se posicionam como intermediárias que reúnem diferentes usuários: clientes, anunciantes, prestadores de serviços, produtores, fornecedores e até mesmo objetos físicos. Na maioria das vezes, essas plataformas também vêm com uma série de ferramentas que permitem que seus usuários criem seus próprios produtos, serviços e mercados”.

<sup>2</sup> As plataformas catalisam a pressa, mas o ritmo acelerado dos “motoca que passa a milhão” (MC do L, 2018), mais do que um modo de pilotar, é inerente ao surgimento da profissão *motoboy* na década de 1990, como uma variante mais dinâmica, motorizada e terceirizada do *office-boy* (SILVA, 2010).

<sup>3</sup> Os entregadores utilizam o termo *corrida* para se referirem às tarefas que devem desempenhar, de coleta e entrega (DESGRANGES, 2024). A expressão denota a relação intrínseca que o trabalho estabelece com a velocidade e a compressão do tempo.

<sup>4</sup> O termo “iscas de clique” refere-se a conteúdos que buscam atrair cliques e incentivar o compartilhamento mediante estética sensacionalista.

<sup>5</sup> O YouTube foi considerado, em março de 2022, a segunda plataforma que melhor pagava aos produtores de conteúdo na internet, atrás apenas do Instagram (ver <https://vimeo.com/blog/post/social-media-pay/>).

<sup>6</sup> Informação disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Acesso: 19 ago. 24

<sup>7</sup> Disponível em: <https://datareportal.com/library>. Acesso: 19 ago. 24 .

<sup>8</sup> O YouTube é uma das plataformas pertencentes à Google Inc., empresa do conglomerado Alphabet Inc. considerada pioneira no desenvolvimento do capitalismo de vigilância e seu sistema de leilões baseado na captura e análise de dados, para venda de espaço para publicidade (ZUBOFF, 2019).

<sup>9</sup> Marlon Luz, do canal “Uber do Marlon”, virou vereador em São Paulo após o sucesso do canal. No caso dos entregadores, por exemplo, alguns vendem seguros para motos e suportes para celular, além de outros acessórios para motociclistas.

<sup>10</sup> Pelas razões expostas, produção e consumo, na cultura digital, são processos cada vez mais indiscerníveis. Para uma discussão mais precisa sobre a relação entre produção e consumo entre usuários digitais, ver Bruns (2008).

<sup>11</sup> Desde 2019, Bruno Cardoso coordena, no Laboratório de Estudos Digitais (Led/UFRJ), a pesquisa “Aplicativos de entrega e a transformação tecnológica do trabalho: precariedade e empreendedorismo de si no capitalismo de plataforma”, tendo contado com recursos da Fundação Ford e do CNPq. No âmbito da iniciação científica, entre 2019 e 2021, Nina Desgranges participou da pesquisa e realizou etnografia digital de canais de entregadores no YouTube e outras mídias sociais, investigação que aprofundou nos dois anos subsequentes quando de sua pesquisa de Mestrado (DESGRANGES, 2024).

<sup>12</sup> Dados disponíveis no canal de YouTube Jeff Fernandes ([https://www.youtube.com/@jeff\\_fernandes/videos](https://www.youtube.com/@jeff_fernandes/videos)) em 16 de outubro de 2024.

<sup>13</sup> Jeff já deu entrevista para o canal de podcast “Podpah” com mais de 6 milhões de inscritos, e para o recém-criado “Liga dos Motoboys”, canal em que os *entregadores-influencer* Ralf MT, Dinho Motoboy e Zuppo Motoboy entrevistam outros *entregadores-influencer* ao vivo.

<sup>14</sup> Embora os entregadores costumem ter bastante autonomia – e insegurança – em relação ao tempo diário trabalhado, no vídeo 2, Jeff se propõe a só parar após atingir a meta de 70 reais. Após pouco mais de três horas de trabalho e a realização de seis entregas, Jeff resolveu voltar pra casa mesmo só tendo obtido 57 reais por motivos que serão explicados adiante.

<sup>15</sup> Marca de motocicleta, *Honda CG Titan*.

<sup>16</sup> Jeff havia explicado que o atalho tomado fazia com que, em um primeiro momento, a distância indicada no Waze aumentasse.

<sup>17</sup> Vemos esse diálogo de Jeff com o público a partir do minuto 31.

<sup>18</sup> A expressão vem do inglês *point of view* (ponto de vista) e faz referência a conteúdos online que transmitem a perspectiva de quem filma, seja através da angulação da câmera ou da narrativa imersiva.

<sup>19</sup> O canal Madruga RJ é uma espécie de tipo-ideal de vídeos nessa estética (PEREIRA, 2022).

<sup>20</sup> Chegada de novas demandas de coleta e entrega.

<sup>21</sup> Para o caso específico de Recife, cidade de Jeff, ver Frossard (2021).

<sup>22</sup> Informação disponível em: <https://oantagonista.com.br/brasil/entregadores-do-ifood-sofrem-mais-de-13-mil-casos-de-violencia-em-apenas-tres-meses/>. Acesso: 20 ago. 24

<sup>23</sup> De acordo com a pesquisa mais recente do Cebrap (CALIL; PICANÇO, 2023), 68% dos entregadores se declaram pretos ou pardos e quase 40% têm até 29 anos.

<sup>24</sup> Como no caso do assassinato da vereadora Marielle Franco, em 2018, quando a investigação policial reconstituiu o trajeto do veículo dos assassinos por dezenas de kms, a partir de câmeras de vigilância da polícia, da prefeitura do Rio de Janeiro e de prédios particulares.

<sup>25</sup> Existem muitas possibilidades de flagrante, neste artigo nos concentramos naqueles que, de alguma forma, têm relação com criminalidade, violência e medo.

<sup>26</sup> O destino da maioria dessas imagens, contudo, é ocupar espaço na memória de smartphones, sendo raramente, ou nunca, revisitadas por quem as filmou.

<sup>27</sup> Como exemplo, podemos citar três notícias sobre crimes envolvendo entregadores, no Recife (cidade de Jeff): Homem disfarçado de entregador de comida assalta residência na Zona Norte do Recife; veja vídeo (<https://jc.ne10.uol.com.br/pernambuco/2021/07/12616275-homem-disfarçado-de-entregador-de-comida-assalta-residencia-na-zona-norte-do-recife-veja-video.html>); Vídeo: entregador tem moto roubada durante o trabalho no Recife ([https://www.pernambuco.com/noticia/ultimas/2024/01/video-entregador-tem-moto-roubada-durante-o-trabalho-no-recife.html#google\\_vignette](https://www.pernambuco.com/noticia/ultimas/2024/01/video-entregador-tem-moto-roubada-durante-o-trabalho-no-recife.html#google_vignette)); Bandidos atiram em entregador que reagiu à tentativa de assalto e ele é 'salvo' pela mochila; VÍDEO (<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2024/05/20/bandidos-atiram-em-entregador-que-fugiu-de-tentativa-de-assalto-e-ele-e-salvo-pela-mochila-video.ghtml>);

<sup>28</sup> Informações disponíveis no canal de YouTube XRacing (<https://www.youtube.com/@XracingVideos>) em 20 de agosto de 2024.

<sup>29</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=YiHoBNmyLLw>

<sup>30</sup> No Sul Global, “mecanismos proativos tornam-se o principal modo de navegar pela vida na cidade. Os residentes olham para além das soluções neoclássicas estruturais e neoliberais para criar fórmulas e táticas inovadoras”. A sobrevivência seria “uma parte normal da vida que afeta a todos e opera em todas as formas de vida urbana no sul global. Assim, a visão do “*modo de vida urbano como sobrevivência*” oferece uma leitura mais inclusiva e matizada da sobrevivência como um fenômeno universal e multifacetado que constitui um modo de vida, um modo de viver e um modo de estar na cidade” (GUMA et al., 2023; p. 276).

<sup>31</sup> As *affordances* das tecnologias são as possibilidades e limitações que os artefatos oferecem para ações humanas. Embora não determinem diretamente o comportamento, essas características materiais restringem e orientam como as pessoas podem interagir com a tecnologia, influenciando o que é possível fazer com, em torno de, ou através do artefato (HUTCHBY, 2001).

<sup>32</sup> Corpo de entregador de farmácia morto pelo tráfico é ...Extra online <https://extra.globo.com/casos-de-policia/corpo-de-e...>, <https://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2022-02-16/entregador-e-morto-e-esquartejado-no-rio-familia-culpa-traffic.html>.

## Referências

- ABIDIN, Crystal; BROWN, Megan Lindsay (eds.). **Microcelebrity around the globe**: approaches to cultures of internet fame. United Kingdom: Emerald Publishing, 2019.
- ABILIO, Ludmila Costhek. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoerspectivas**, Valparaíso, v. 18, n. 3, p. 41-51, 2019. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue3-fulltext-1674>
- AGGER, Ben. **iTime**: Labor and life in a smartphone era. **Time & Society**, London, v. 20, n. 1, p. 119-136, mar. 2011. <https://doi.org/10.1177/0961463X10380730>
- AKRICH, Madeleine; CALLON, Michel; LATOUR, Bruno. **Sociologie de la traduction**: Textes fondateurs. Paris: Presses des Mines, 2006.
- BADOUARD, Romain; MABI, Clément; SIRE, Guillaume. Beyond “Points of Control”: logics of digital governmentality. **Internet Policy Review**, [S.l.], v. 5, n. 3, p. 1-12, 2016. <https://doi.org/10.14763/2016.3.433>
- BENTES, Anna Carolina Franco. **Quase um tique**: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social. Rio de Janeiro: EDUFRJ, 2021.
- BIGO, Didier. Internal and External Aspects of Security. **European Security**, London, v. 15, n. 4, p. 385-404, 2006. <https://doi.org/10.1080/09662830701305831>
- BRASIL. Ministério da Saúde. *Boletim epidemiológico. Volume 54, n. 6*. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/epidemiologicos/edicoes/2023/boletim-epidemiologico-volume-54-no-06>. Acesso em: 8 nov. 2024.
- BRUNO, Fernanda. Controle, Flagrante e Prazer: regimes escópicos e atencionais da vigilância nas cidades. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 45-53, 2009. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2008.37.4799>
- BRUNO, Fernanda; BENTES, Anna Carolina Franco; FALTAY, Paulo. Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma: mercado, ciência e modulação do comportamento. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 26, n. 3, e33095, 2019. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.3.33095>
- BRUNS, Axel. **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond**: From Production to Produsage. New York: Peter Lang, 2008.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube**: Online Video and Participatory Culture. Cambridge: Polity, 2018.
- CALLON, Michel. Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay. **The Sociological Review**, v. 32, n. 1, p. 196-233, 1984. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1984.tb00113.x>
- CALLON, Michel. Quel espace public pour la démocratie technique?. *In*: CEFAÏ, Daniel; Pasquier, Dominique. **Les sens du public**: Publics politiques, publics médiatiques. Paris: PUF, 2003. p. 197-221.

- CALLON, Michel; LAW, John. On Interests and their Transformation: Enrolment and Counter-Enrolment. **Social Studies of Science**, London, v. 12, n. 4, p. 615-625, 1982.
- CANT, Callum. **Riding for Deliveroo**: Resistance in the New Economy. Cambridge: Polity, 2019.
- CARDOSO, Bruno V. Voyeurismo digital: representação e (re)produção imagética do outro no ciberespaço. In: GONÇALVES, Marco Antônio Teixeira; HEAD, Scott (eds.). *Devires imagéticos: a etnografia, o outro e suas imagens*. Rio de Janeiro: Sete letras, 2009. p. 154-178.
- CARDOSO, Bruno. The paradox of caught-in-the-act surveillance scenes: dilemmas of police video surveillance in Rio de Janeiro. **Surveillance & Society**, North Carolina, v. 10, n. 1, p. 51-64, 2012.
- CARDOSO, Bruno. **Todos os olhos**: videovigilâncias, voyeurismos e (re) produção imagética. Rio Janeiro: EdUFRJ, 2014.
- CARDOSO, Bruno; DESGRANGES, Nina. Militaries, militias and unicorns: platform authoritarianism in Brazil. **Cultures-Kairós**, Paris, v. 11, p. 66-100, 2023. <https://doi.org/10.56698/cultureskairos.2013>
- CARRARO, Valentina. Grounding the digital: a comparison of Waze ‘avoid dangerous areas’ feature in Jerusalem, Rio de Janeiro and the US. **GeoJournal**, v. 86, n. 3, p. 1121–1139, jun. 2021.
- CALIL, Victor; PICANÇO, Monise Fernandes (coord.). **Mobilidade urbana e logística de entregas**: um panorama sobre o trabalho de motoristas e entregadores com aplicativos.. São Paulo: CEBRAP, 2023.
- CHAN, Ngai Keung. “Becoming an expert in driving for Uber”: Uber driver/bloggers’ performance of expertise and self-presentation on YouTube. **New Media & Society**, London, v. 21, n. 9, 2019, p. 2048-2067. <https://doi.org/10.1177/1461444819837736>.
- CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David. Being ‘really real’ on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment. **Media International Australia**, [S.l.], v. 164, n. 1, p. 71-81, 2017. <https://doi.org/10.1177/1329878X17709098>
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **The new way of the world**: On neoliberal society. New York: Verso Books, 2014.
- DATAREPORTAL. Página inicial. Disponível em: <https://datareportal.com/library>. Acesso em: 18 fev. 2023.
- DESGRANGES, Nina. **Vencendo nas entregas**: A dupla jornada plataformizada de *entregadores-influencers*. 2024. Dissertação (Mestrado em Sociologia e Antropologia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.
- DESGRANGES, Nina; RIBEIRO, Wickson. Narrativas em rede: O Breque dos Apps e as novas formas de manifestação de trabalhadores em plataformas digitais. **MovimentAção**, Dourados, v. 8, n. 14, p. 189-208, 2021. <https://doi.org/10.30612/mvt.v8i14.15024>
- DUFFY, Brooke Erin. **(Not) getting paid to do what you love**: Gender, social media, and aspirational work. Connecticut: Yale University Press, 2017.
- EAKET, Chris. “It’s Everyday, Bro”: YouTube, “Authenticity,” and the Psychopathology of Late Capitalism. **Critical Stages/Scènes critiques**, [S.l.], 3 de maio de 2020. Disponível em: <https://www>.

- critical-stages.org/21/its-everyday-bro-youtube-authenticity-and-the-psychopathology-of-late-capitalism/. Acesso em: 22 fev. 2023
- FROSSARD, Carolina Maurity. Policing Citizenship: norms, forms and affects of urban security in Recife, Brazil. Tese (PhD em Antropologia) — University of Amsterdam, Netherlands, 2021.
- GLATT, Zoë. “We’re All Told Not to Put Our Eggs in One Basket”: Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry. **International Journal of Communication**, California, v. 16, p. 3853-3871, 2022.
- GROHMANN, Rafael; ARAÚJO, William Fernandes. Beyond Mechanical Turk: the work of Brazilians on global AI platforms. *In*: VERDEGEM, Pieter (ed.). **AI for everyone?** Critical perspectives. Westminster: University of Westminster Press, 2021. p. 247–266
- GUERRA, Abel; D’ANDRÉA, Carlos. Crossing the algorithmic ‘Red Sea’: Brazilian ubertubers’ ways of knowing surge pricing. **Information, Communication & Society**, London, v. 26, n. 14, p. 2707-2725, 2022. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2109979>
- GUMA, Prince K. et al. Urban way of life as survival: navigating everyday life in a pluriversal global south. **City**, London, v. 27, n. 3-4, p. 275-293, 2023.
- HUTCHBY, I. Technologies, Texts and Affordances. **Sociology**, v. 35, n. 2, p. 441-456, 1 maio 2001.
- JEFF FERNANDES. Roubaram A Minha Moto. **Youtube**, 18 de abril de 2019. Disponível em: [https://youtu.be/qo5PL23C4\\_A?si=wg4YFj8Iid3Ubkn4](https://youtu.be/qo5PL23C4_A?si=wg4YFj8Iid3Ubkn4). Acesso em: 20 ago. 2024
- JEFF FERNANDES. VOANDO NAS ENTREGAS NOTURNAS: PART 1. **Youtube**, 13 de setembro de 2020a. Disponível em: <https://youtu.be/uEdsR19iYMc?si=6LvEIuEGqUEWJEVL>. Acesso em: 20 ago. 2024
- JEFF FERNANDES. 1 HORA DE ENTREGAS NOTURNAS: ME LIVREI DE UM ASSALTO?. **Youtube**, 7 de outubro 2020b. Disponível em: <https://youtu.be/lF1kKZ--f0k?si=owletVL0Ye484O15>. Acesso em: 20 ago. 2024
- JEFF FERNANDES. FUI CONFUNDIDO COM UM ASSALTANTE E DEPOIS ACUSADO DE TER FICADO COM O PEDIDO DE UM CLIENTE!. **Youtube**, 2021a. Disponível em: [https://youtu.be/iGtCAqGi0PE?si=-\\_6Pz2i2khMzkb8A](https://youtu.be/iGtCAqGi0PE?si=-_6Pz2i2khMzkb8A). Acesso em: 20 ago. 2024
- JEFF FERNANDES. 1 HORA DE ENTREGAS NOTURNAS: O QUE FOI ISSO?!. **Youtube**, 26 de abril de 2021b. Disponível em: <https://youtu.be/WdopzXox1fA?si=Qwc0BaZMvqpQDBIJ>. Acesso em: 20 ago. 2024
- JEFF FERNANDES. 2023 FOI BOM, MAS QUASE M0RR1 – FIZ O QUE NÃO DEVIATER FEITO. **Youtube**, 4 de Janeiro de 2024a. Disponível em: [https://youtu.be/0BGqVuA9MD4?si=Uym5761UsAk7Fv4\\_](https://youtu.be/0BGqVuA9MD4?si=Uym5761UsAk7Fv4_). Acesso em: 20 ago. 2024
- JEFF FERNANDES. ME PERDI EM UMA ÁREA DE RISCO E OLHA O QUE O WAZE MANDOU EU FAZER. **Youtube**, 2 de fevereiro de 2024b. Disponível em: <https://youtu.be/PCnb7DPes6o?si=YEDPXQfymuL7jV2W>. Acesso em: 20 ago. 2024

- KERCHE, Francisco. **Algoritmos em Construção: as disputas pelas recomendações do YouTube sobre o tema do coronavírus no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.
- KOSKELA, Hille. ‘Cam Era’ — the contemporary urban Panopticon. **Surveillance & Society**, North Caroline, v. 1, n. 3, p. 292-313, 2002. <https://doi.org/10.24908/ss.v1i3.3342>
- LAW, John. Traduction/Trahisson: Notes on ANT. Ciudad de México: Convergencia. 2006.
- LUPTON, Deborah. **The quantified self: A sociology of self-tracking**. Cambridge: Polity, 2016.
- LUZ, Valentina. **Narrativas da Vigilância: incorporação do videomonitoramento urbano à produção da verdade jurídica em processos criminais**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2024.
- LYON, David. **The electronic eye: the rise of surveillance society**. Minnesota: University of Minnesota Press, 1994.
- MARWICK, Alice E. You may know me from YouTube: (Micro-)Celebrity in Social Media. *In*: MARSHALL, David; REDMOND, Sean. **A companion to celebrity**. New York: John Wiley & Sons, 2015. p. 333-350.
- MC DO L. Sou motoqueiro: RJ Produções. **YouTube**, 15 de abril de 2018. Disponível em: [https://youtu.be/Jv9K-qUSNpY?si=nhPFYNwTXe0oi\\_zc](https://youtu.be/Jv9K-qUSNpY?si=nhPFYNwTXe0oi_zc). Acesso em: 12 de novembro de 2024.
- NORRIS, Clive; MCCAILL, Mike; WOOD, David. The growth of CCTV: a global perspective on the international diffusion of video surveillance in publicly accessible space. **Surveillance & Society**, North Carolina, v. 2, n. 2/3, 2004. <https://doi.org/10.24908/ss.v2i2/3.3369>
- PEREIRA, Raquel. De pontos turísticos a locais violentos, youtuber faz sucesso mostrando ruas desertas do Rio tarde da noite. **Jornal Extra** [Online], 5 de junho de 2022. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/rio/de-pontos-turisticos-locais-violentos-youtuber-faz-sucesso-mostrando-ruas-desertas-do-rio-tarde-da-noite-25522891.html>. Acesso em: 20 ago.2024
- ROSE, Nikolas. **Inventing Our Selves: Psychology, Power, and Personhood**. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- ROSENBLAT, Alex. **Uberland: How algorithms are rewriting the rules of work**. California: University of California Press, 2018.
- SHARMA, Sarah. Speed Traps and the Temporal: Of Taxis, Truck Stops, and Task Rabbits. *In*: WAJCMAN, Judy; DODD, Nigel (eds.). **The sociology of speed: Digital, organizational, and social temporalities**. Oxford: Oxford University Press, 2017. p. 131-151. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198782858.003.0010>
- SLEE, Tom. **What's yours is mine: Against the sharing economy**. New York: OR Books, 2017.
- SGARIONI, Mariana. Você tem medo de quê?. Folha de S. Paulo, 7 nov. 1999. Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=14426&anchor=5654453&origem=busca&originURL=&pd=388bc69107d72241be2ab9c2a583b5d8>. Acesso: 20 ago. 2024.

- SILVA, Daiana Rodrigues da. “**Estilo motoboy**”: um estudo da caracterização do profissional motofretista por meio da linguagem. 2010. Dissertação (mestrado em Língua Portuguesa) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2010.
- SORIANO, Cheryll Ruth; CABALQUINTO, Earvin Charles; PANALIGAN, Joy Hannah. Performing “digital labor bayanihan”: strategies of influence and survival in the platform economy. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 23, p. 84-111, 2021. <https://doi.org/10.1590/15174522-113027>
- SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. New York: John Wiley & Sons, 2017.
- VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- VAN DOORN, Niels. Platform labor: on the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the ‘on-demand’ economy. **Information, Communication & Society**, London, v. 20, n. 6, p. 898-914, 2017. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1294194>
- WAJCMAN, Judy. **Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism**. Chicago: University of Chicago Press, 2014.
- WEST, Sarah Myers. Data capitalism: Redefining the logics of surveillance and privacy. **Business & Society**, Chicago, v. 58, n. 1, p. 20-41, 2019. <https://doi.org/10.1177/0007650317718185>.
- WOODCOCK, Jamie. **Working the Phones: Control and Resistance in Call Centres**. London: Pluto, 2016.
- WOODCOCK, J. The algorithmic panopticon at Deliveroo: Measurement, precarity, and the illusion of control. **Ephemera: Theory & Politics in Organizations**, v. 20, n. 3, p. 67–95, 2020.
- WOODCOCK, Jamie; GRAHAM, Mark. **The gig economy: A critical introduction**. Cambridge: Polity, 2019.
- ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power**. New York: PublicAffairs. 2019.

**Bruno Cardoso** (cardoso.brunov@gmail.com) é professor do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia (PPGSA) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É Doutor em Ciências Humanas (Antropologia Cultural) (PPGSA/UFRJ), Mestre em Sociologia (PPGSA/UFRJ) e Bacharel em Ciências Sociais (UFRJ). Coordenador do Laboratório de Estudos Digitais (LED-IFCS).

 <https://orcid.org/0000-0001-7919-1046>

**Nina Desgranges** (ninadesgranges@gmail.com) é doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia (PPGSA) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Sociologia pelo mesmo programa. Bacharel em

Ciências Sociais também pela UFRJ e pesquisadora do Laboratório de Estudos Digitais (LED-IFCS).

 <https://orcid.org/0000-0002-5142-3877>

### Colaboradores

BC trabalhou na concepção (argumentativa, teórica e metodológica), na redação final e na seleção e análise do material empírico. ND realizou o trabalho de campo que embasa o artigo, além de ter trabalhado na redação, seleção e análise do material empírico.

**Recebido em: 23/09/2024**

**Aprovado em: 17/10/2024**

**Editor responsável: Michel Misse**