

¿La nueva era del trabajo? Un análisis discursivo de las plataformas de intermediación de trabajo temporario en Argentina

Autorxs:

Bucci, Martín. Universidad de Buenos Aires. martinbucci94@gmail.com

Granara, Gonzalo. Universidad de Buenos Aires. granaragonzalo@gmail.com

Lamaletto, Lucas. Universidad de Buenos Aires. lamalettolucas@gmail.com

Dolcemáscolo, Agostina. IPEHCS (Conicet-UNCo). agostinadolcemascolo@gmail.com

Introducción

Este escrito se propone realizar un análisis discursivo de diversas plataformas que intermedian trabajo temporario (PITT) en Argentina tomando como eje principal la concepción de trabajo. Más específicamente, buscamos entender de qué manera distintas plataformas representan discursivamente la noción de trabajo, indagando en la caracterización que hacen de las actividades que allí suceden, la forma en que denominan a quienes ofrecen servicios¹ y los valores que promueven. En este sentido, consideramos que la dimensión discursiva es fundamental para comprender las tensiones jurídicas y políticas implicadas en la expansión de la tecnología de plataformas.

Pese a la creciente relevancia del fenómeno, los estudios empíricos en Argentina sobre plataformas que intermedian trabajo temporario (PITT) aún son escasos y se limitan a un número reducido de dimensiones de análisis. Aunque el vínculo laboral que establecen las plataformas con lxs oferentxs ha sido bien estudiado, el aspecto ideológico o discursivo de esta relación es una deuda pendiente. Asimismo, las plataformas de reparto han concentrado la mayor atención.

En el contexto de las vacancias señaladas, tomaremos como casos de análisis tres tipos de PITT: Uber y Rappi como plataformas que median trabajo no informacional en el espacio público; Airbnb y Zolvers como aquellas que median trabajo no informacional en el ámbito privado; Workana y Freelancers como plataformas que median trabajo informacional.

¹ En este escrito elegimos llamar a quienes ofrecen algún tipo de servicio (alquileres, trabajos de limpieza, reparto, transporte de pasajeros, edición, etc.) en una PITT como “oferentxs del servicio”. Esta denominación nos permite acercarnos al discurso de las plataformas con un enfoque que abarque también a quienes no se perciben como trabajadores de la plataforma. Asimismo, utilizamos la “x” para referirnos a la totalidad del conjunto, incluyendo personas que se identifican como mujeres, varones, personas trans, no binaries, entre otras identidades de género.

La metodología empleada, de carácter cualitativo, consiste en la presentación sistematizada y el análisis de datos construidos a partir de: observaciones no participantes sobre las distintas plataformas mencionadas (en páginas web, publicidades de las empresas propietarias en medios de comunicación y sitios de redes sociales); y el análisis de documentos y comunicaciones oficiales de estas últimas. Esta propuesta busca dar cuenta de distintos elementos discursivos y simbólicos que nos permitan comprender en qué medida aparece o no una definición de trabajo y qué valores le son adjudicados; así como la caracterización que, de manera general y particular, realizan de lxs actores involucrados y de las actividades que éstos desarrollan allí.

El análisis del discurso de las PITT se centra en tres ejes: (a) denominaciones en torno a la actividad y lxs oferentxs del servicio: ¿se menciona la palabra trabajo?, ¿de qué manera aparece?, ¿cómo se caracteriza y qué cualidades le adjudican al servicio que brindan lxs oferentxs?, ¿cómo se nombra a estos últimos?; (b) construcción de las ideas de seguridad, confianza y comunidad que ocupan un lugar destacado en las plataformas y son transversales a cómo se piensa allí la actividad/trabajo, muchas veces desplazando o velando a este último: ¿cómo se construye la idea de confianza/seguridad en las PITT?, ¿cómo aparece aquí la noción de comunidad?, ¿cómo estas ideas se vinculan a distintos mecanismos de control?; (c) existencia de un discurso optimista (vinculado a la tecnología y a la actividad): ¿en qué medida existe una suerte de optimismo respecto de lo que tiene lugar en la plataforma?; ¿por qué es mejor estar ahí/formar parte de esa plataforma?, ¿cómo lo expresan?; entre otras.

Este trabajo se estructura en dos secciones y una reflexión final. En la primera, definimos qué entendemos por PITT y recorremos la literatura sobre el tema, prestando especial atención a aquellxs autores que han abordado la dimensión discursiva en sus estudios. En la segunda, introducimos los casos de estudio y abordamos lo discursivo a partir de las dimensiones de análisis propuestas. En última instancia, presentamos algunas reflexiones finales que retoman los puntos desplegados para proponer nuevos interrogantes.

1. Plataforma de intermediación de trabajo temporario: algunas definiciones

1.1. ¿Qué es una PITT?

A partir de Langley y Leyshon (2017) y Srnicek (2017), podemos definir las plataformas como dispositivos que intermedian entre distintxs usuarixs, sujetos a procesos de capitalización que extraen valor de esas interacciones y de los datos que allí circulan. Las definiciones de estos autores incluyen sitios de redes sociales, así como otro tipo de plataformas (proveedoras de contenidos audiovisuales, por ejemplo), pero no incluyen la

dimensión temporaria o tercerizada del trabajo de plataforma. De esta manera, no se problematiza un aspecto central del fenómeno: las modalidades de explotación y expropiación que operan en el proceso productivo mediado por plataformas² (Yansen et al., 2019).

Las plataformas con fines de lucro que aquí estudiamos suelen mostrarse como espacios vacíos para que lxs usuarixs interactúen (oferentxs y demandantes del servicio). Sin embargo, encarnan ciertas reglas y moldean la actividad que allí se realiza (Srnicek, 2017). En general, éstas suelen cobrar una comisión sobre las transacciones realizadas entre usuarixs y tienen gobierno sobre la forma en que aquellas se desarrollan (utilizando como principal mecanismo de control un sistema de calificaciones de lxs oferentxs y de lxs clientes en base a su conducta y desempeño).

Por estos motivos, adoptamos la noción de *plataformas que intermedian trabajo temporario* (PITT), en reemplazo de definiciones vagas como “*gig economy*”, “*plataformas austeras*” o “*gig labour plataformas*” (Yansen et al., 2019). Este concepto visibiliza los fenómenos de explotación y expropiación que operan en el proceso productivo mediado por plataformas.

A su vez, subdividimos esta categoría en base al tipo de trabajo que intermedian: *no informacional* o físico e *informacional*. Las PITT *no informacionales* o físicas son definidas aquí como aquellas involucradas en procesos productivos intensivos en materia o energía, cuyo resultado es la producción de bienes o servicios físicos (Yansen y Zukerfeld, 2013). Dentro de este conjunto distinguimos, además, siguiendo la clasificación de Vandaele (2018), PITT que se desarrollan en el espacio público y en el espacio privado. Así, abordaremos a Uber y Rappi como plataformas que median trabajo no informacional en el espacio público; y, analizaremos a Airbnb³ y Zolvers como aquellas que lo intermedian en el ámbito privado.

Por PITT informacionales entendemos a las plataformas en donde el trabajo que median comprende “*las tareas productivas de aquellos trabajadores que utilizan como principal medio de trabajo un Bien Informacional secundario (por ejemplo, una PC o un teléfono inteligente) y que obtienen como producto un Bien Informacional primario (cualquier ente hecho puramente de bits: textos, programas de computadoras, comunicaciones digitales,*

² Más específicamente: “*las PITT se nutren de la entrega de datos y conocimientos por parte de usuarios (oferentes/trabajadores o consumidores/clientes), pero también y en una medida muy relevante de la entrega de energías humanas y bienes por parte de trabajadores, sean bienes informacionales o físicos*” (Yansen, et. al., 2019: 2).

³ Como plantea Zukerfeld (2020), lxs usuarixs oferentxs de Airbnb pueden incluirse dentro de la clasificación de “*propietarios autoempleados mediante plataformas*”, ya que brindan en alquiler bienes físicos y servicios relacionados. Aunque es discutible si las actividades de lxs propietarixs de activos pueden clasificarse como laborales, en cierto umbral productivo es posible que implique procesos de trabajo. Asimismo, la actividad depende de la propiedad privada física y pudiera parecer que el proceso productivo ocurre por fuera de la plataforma hasta su comercialización. No obstante, el alquiler de un inmueble se concibe como un proceso regido por la plataforma, que subordina con sus algoritmos y clasificaciones a las pequeñas unidades de capital.

audio, imágenes, etc.” (Zuckerfeld, 2010: 78). En esta investigación seleccionamos a Workana y Freelancers como plataformas que median trabajo informacional.

1.2. ¿Qué sabemos y desde donde pensamos las PITT?: un estado del arte

Las plataformas de intermediación de trabajo temporario se constituyen como un fenómeno relativamente actual que ha dado lugar a una gran producción de literatura. Sin embargo, esta producción ha tenido como principal preocupación el proceso de trabajo y las condiciones laborales que imponen. El aspecto discursivo sólo se ha abordado de forma lateral. En este apartado revisamos parte de esta literatura, abordando, en primer lugar y de manera sucinta, aquella que caracteriza distintas dimensiones del funcionamiento de las plataformas. En segundo lugar, nos centraremos en los textos que desarrollan el aspecto discursivo que aquí nos interesa.

Existen una serie de escritos que abordan las formas en que se construye la relación de dependencia económica vinculada al trabajo en las PITT (Huws, 2016)⁴, indisociable de la idea de administración (o gestión) algorítmica (Vandaele, 2018; Gendler, 2017: 69-74). Según Möhlmann y Zalmanson (2017), la *administración algorítmica* del trabajo físico está sustentada en un flujo constante de información codificada digitalmente: transacciones, pautas de conducta, acciones, datos georeferenciados. Datos que se traducen en puntuaciones que permiten establecer tarifas, bonificaciones, comisiones o sanciones. La recopilación y procesamiento de información mediante algoritmos permite la toma de decisiones automatizadas (Aloisi, 2019).

Los sistemas de reputación digital, con sus incentivos y penalizaciones, constituyen el mecanismo de creación de confianza predilecto para las plataformas. Aunque deberían equilibrar las asimetrías de información, en la práctica disciplinan la mano de obra, moldeando comportamientos de usuarios y oferentes en favor de los propietarios de la plataforma (Van Dijck, Poell y De Wall, 2018: 91-93).

El monitoreo tecnológico, la implementación automática de decisiones, la interacción con un gerenciamiento digital y la baja transparencia de los algoritmos confluyen en el propósito de los capitalistas de plataforma: acelerar los procesos de producción, incrementar la

⁴ Huws refiere que en el trabajo desarrollado de manera online o través de distintas plataformas: (1) el trabajador necesita estar logueado para realizar actividades remuneradas (*logged labour*); (2) el trabajo es susceptible de ser fraccionado en componentes estándar y cuantificables; y (3) el trabajador subcontratado está sujeto a monitoreo y vigilancia continua (2016: 6).

productividad y promover la disciplina laboral⁵ (Haidar, 2020: 14). Gracias a la gestión del trabajo mediada por métricas calculadas a través de algoritmos, las plataformas organizan el proceso productivo y alteran el vínculo tiempo-producción⁶ (Huws, 2019).

Asimismo, la gestión del trabajo que realizan las PITT está intrínsecamente relacionada con tensiones jurídicas. Involucra la modificación de marcos regulatorios, la manipulación de vacíos legales e incluso la promoción de políticas económicas de flexibilización propicias para las actividades de las corporaciones plataformizadas (Crouch, 2019; Ávalos y Sofia, 2018; Zukerfeld, 2017). Estas tensiones se expresan en disputas por la construcción de sentido mediante diferentes discursos, como analizaremos en la próxima sección.

Con respecto a los estudios que abordan la cuestión discursiva, Rosenblat (2018: 9) señala que las PITT se apoyan en una combinación de elementos discursivos y tecnológicos para intentar centralizar la gobernanza y reescribir las reglas laborales a partir de una difuminación de fronteras entre trabajadorxs, empresarixs y consumidorxs. En primer lugar, intentan enmarcar lo que puede ser considerado trabajo y lo que no, así como lo que cuenta como tiempo de trabajo. En segundo lugar, se presentan como “empresas de tecnología” y niegan su intervención en el rubro concreto de la economía (Ferrari y Graham, 2017: 6 -7). Y, en tercer lugar, transforman la concepción del consumo. A partir de la centralidad del usuarix consumidrx (o prosumidrx), emerge un corpus discursivo y comunicacional desde donde interpelar a lxs actores: la empatía, la seguridad, confianza y cercanía son algunos de los valores desde donde se erigen los nuevos modelos de negocio de las empresas altamente tecnologizadas/plataformizadas, para brindar experiencias satisfactorias a lxs usuarixs consumidorxs desde su práctica cotidiana (Zukerfeld, 2020).

En línea con esto, una serie de autores (Cocayne, 2016; John, 2013; Richardson, 2015; Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017, Silva y de Azevedo Barbosa, 2020) abordan de manera crítica la noción de “colaboración”, muy presente en las plataformas. Así, analizan la utilización que de dicho significante hacen las empresas de plataformas, a partir de dar cuenta de los nuevos sentidos que se instauran. Cocayne, por ejemplo, señala que estas empresas resignifican la noción de compartir en términos de intercambio económico, y la vuelven una transacción. El trabajo, a su vez, aparece como algo “compartido” en lugar de aquello que se oferta y compra en el mercado de la economía bajo demanda. Un activo disponible en grandes

⁵ Desde luego, los mecanismos de control han producido resistencias individuales y colectivas por parte de lxs trabajadorxs de transporte o reparto, marcando las dinámicas de convivencia y tensión entre sindicatos tradicionales y nuevas formas organizativas (Vandaele, 2018; Johnston, 2020).

⁶ En primer lugar, difumina los límites entre trabajo y ocio. En segunda instancia, subordinan al trabajador a un ingreso individualizado, variable y definido con poca transparencia. Por último, imponen una lógica de remuneración por pedido completado.

cantidades, adquirible a valores muy bajos y que se vuelve fácilmente reemplazable (2016: 8 y 75-76).

En el caso de las PITT no informacionales que actúan en espacio público podemos destacar aportes desde el punto de vista de tres actores diferentes: usuarixs consumidorxs (Del Nido, 2021)⁷, usuarixs oferentxs (Haidar, 2020)⁸ y las corporaciones propietarias (Alfieri, 2020). En este último ámbito, Alfieri se propone identificar los vínculos de tres plataformas específicas con el neoliberalismo. Para ello se centra en dos ejes: las condiciones laborales de los trabajadores de plataforma y los valores presentes en el discurso corporativo. Según el autor, Rappi, Glovo y Uber proponen un modelo de trabajo “moderno”, “flexible” y “sin jefes”, en un marco de escasa regulación y precarización laboral. El artículo concluye que la economía de plataformas se inserta en un modelo de trabajo funcional a la lógica del neoliberalismo.

Con respecto a las PITT no informacionales que se desempeñan en el espacio privado, Javier Gil (2018: 98 y 99) analiza cómo la noción de trabajo se ve trastocada o resignificada en Airbnb y señala que existen dos formas en las que se expresa el trabajo del anfitrión. La primera forma de trabajo que denomina *trabajo material cuantificable* opera bajo parámetros tradicionales y su costo está socialmente determinado⁹. La segunda forma de trabajo es la *inmaterial*, es decir, actividades que no son compensadas ni se ven reflejadas en el precio final del servicio, pero que aportan valor al mismo¹⁰.

A su vez, y a raíz de que la actividad de Airbnb se desarrolla sobre la propia cotidianeidad del anfitrión, el autor utiliza el concepto de *precariedad vital* y lo relaciona con que lxs anfitrionxs deben acoplar sus decisiones de vida a la producción de valor en la plataforma para obtener beneficios, disminuyendo el poder de decisión sobre sus tiempos, vivienda y cotidianeidad. (Gil, 2018:106).

Con respecto a Zolvers, Madariaga et. al. (2019), proveen algunos elementos para pensar la cuestión discursiva, aunque su propuesta aborda de manera general a todas las PITT (que actúan en el espacio público y privado, así como las informacionales). Allí se señala que las

⁷ Desde la antropología, Del Nido (2021) ha sido uno de los pocos autores locales que se ocupan específicamente del discurso presente en PITT en el espacio público. Enfocado en el punto de vista de los consumidorxs, sus trabajos se centran en las calificaciones como un aspecto clave de Uber y otras plataformas similares.

⁸ Haidar (2020) se centra exclusivamente en el trabajo de las plataformas de reparto en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en base a encuestas realizadas a repartidorxs de Rappi, PedidosYa, Glovo, Wabi, Ando, etc. La mayor virtud de este estudio es que ofrece una interrelación de tres dimensiones de análisis: tecnológico-organizativa, institucional y la ideológica, centrada en la idea del emprendedor.

⁹ El mismo está vinculado a las actividades de mantenimiento y acondicionamiento del alojamiento, además de otras tareas como la entrega de las llaves, la publicación del anuncio en el sitio web, etc.

¹⁰ Tales actividades son las experiencias y la socialización que aporta el/la anfitriónx a sus huéspedes, y está sujeto a mediciones subjetivas. Son los huéspedes quienes califican y evalúan el desempeño de lxs anfitrionxs mediante los sistemas de reputación digital.

plataformas consideran a quienes prestan servicios como independientes, y les adjudican, en algunos casos, nombres específicos como: rappitenderos, freelancers, socios, anfitriones, etc. No sucede lo mismo en el caso de Zolvers, en donde se considera a las personas oferentxs del servicio como asalariadas que prestan un servicio de manera regular a un mismo cliente (2019: 27).

Pongratz (2018), por su parte, analiza el discurso de las plataformas que aquí llamamos informacionales como Upwork y Freelancer. El autor estudia la construcción discursiva de este mercado de trabajo, siguiendo el rastro de cómo es interpelada la fuerza de trabajo en estas plataformas, y discute con la caracterización que la academia vía nociones como *crowd work*, asociada a la sabiduría de las masas o la inteligencia colectiva. Así, este autor refiere que las personas (oferentxs del servicio) en este tipo de plataformas son interpeladas como “expertos” o “talentos” de manera individual, y no como un ser anónimo que forma parte de las masas. A su vez, menciona que en lugar de profesionalismo predomina la noción de “competencias/habilidades/expertise” [*proficiency*], idea que refiere a las capacidades para cumplir con tareas de una manera autorregulada bajo las condiciones del mercado (2018: 10). En síntesis, los aspectos ideológicos o discursivos en las PITT juegan un rol preponderante y tienen consecuencias tanto simbólicas como materiales. Pese a esto y a la creciente relevancia del fenómeno de las plataformas, son escasos los trabajos que retoman y analizan empíricamente estas cuestiones en las distintas PITT, más aún a nivel local¹¹.

2. Un enfoque discursivo de las PITT: estudios de caso

2.1. Los casos de análisis

2.1.1. PITT no informacionales en el espacio público

La firma Uber inició sus actividades en 2009 en la Ciudad de San Francisco, California (Estados Unidos de América). Su plataforma se caracteriza por actuar como intermediaria entre consumidorxs (pasajerxs) y oferentxs (conductorxs) para brindar un servicio de transporte particular de personas. Pueden incluir servicios adicionales (delivery de alimentos y otros productos), pero el transporte de pasajerxs es su actividad fundamental.

Como sucedió con otras empresas de plataforma, el crecimiento de Uber se basó en inversiones externas facilitadas por las condiciones posteriores a la crisis financiera internacional del año 2008: una política financiera laxa y disponibilidad de capitales

¹¹ Para las PITT como Airbnb, Freelancer y Workana no encontramos trabajos que aborden específicamente la cuestión discursiva en Argentina. Una excepción lo podría constituir el informe del CIPPEC (Madariaga et al., 2019), aunque las referencias a la cuestión discursiva, como exponemos en el cuerpo del texto, son muy escasas.

excedentarios. El modelo comercial de Uber se basa en el axioma “crecimiento primero, ganancias después”, tendiendo a la oligopolización del mercado de servicios del transporte con conductor (Srnicek, 2018: 71-83, Harris y Krueger, 2015).

La plataforma comenzó a expandirse en el mercado latinoamericano en el año 2013, llegando a Argentina en abril de 2016. Desde el primer reclutamiento de choferes en marzo de 2016, comenzó la conflictividad con sindicatos preexistentes, asociaciones de propietarios de taxis y autoridades del gobierno local (Madariaga et al., 2019: 13 y 14).

Rappi fue creada en 2015 y es una empresa de reparto de capitales colombianos. A pesar de que incluye un amplio abanico de productos transportables, la identidad principal de su plataforma está articulada en torno a la entrega de alimentos preelaborados a domicilio. Actualmente, Rappi cuenta con operaciones en cerca de treinta ciudades de Latinoamérica, única región del mundo donde opera. Comenzó a operar en Argentina en febrero del 2018, en el marco de la Ley 27.349¹² de sociedad por acciones simplificada (Bachoer, 2022: 272). Si bien no podemos calcular cuantitativamente el grado exacto de expansión de la plataforma en el país, sí podemos suponer que este avance es muy relevante y ha crecido de forma significativa a partir del año 2020¹³.

2.1.2. PITT no informacionales en el espacio privado

Zolvers¹⁴, empresa de capitales nacionales, es una de las plataformas de trabajo no informacional en el espacio privado del rubro mantenimiento y limpieza que mayor cantidad de trabajadorxs agrupa¹⁵. El modelo de negocio de la plataforma se basa en la comercialización a demanda de los servicios domésticos mediante la subcontratación temporaria de, en mayor medida, empleadas domésticas que pueden ser contratadas por horas,

¹² Conocida como la “Ley de Emprendedores”, cuyo objetivo principal fue el de incentivar la actividad emprendedora en el país y el aumento del capital emprendedor argentino.

¹³ A pesar de encontrarse en expansión, Rappi Argentina nuclea sus actividades principalmente en grandes conglomerados urbanos: CABA, parte del GBA, Córdoba, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Rosario, Salta, Santa Fe y Tucumán. Hacia fines de 2018, Rappi contaba con 5.000 repartidorxs totales registrados en el país, si excluimos aquellos que reparten en La Plata (Haidar 2020: 20). La gerenta general de Rappi Argentina afirma que en el año 2021 más de 90.000 repartidorxs entregaron al menos un pedido a través de la aplicación. Fuente consultada el 12/6/2022 en: <https://bit.ly/3MaJhGO>

¹⁴ El desarrollo de Zolvers en Argentina comenzó en el año 2013, cuando sus fundadoras Cecilia Retegui y Mariana Sorribes fomentaron la propuesta junto a NXTP Labs, una aceleradora de proyectos que aportó los primeros 25 mil dólares para empezar a traccionar la plataforma. La plataforma actualmente opera en los territorios de la CABA, conurbano norte, oeste y sur, Córdoba Capital y Tierra del Fuego. A nivel continental en México, Colombia y Chile.

¹⁵ Según Madariaga et al. (2019) a fines de 2018 Zolvers nucleaba la mayor cantidad de trabajadores activas (30 mil mujeres) respecto de otras plataformas como Iguanafix y Homesolutions.

semanal o mensualmente bajo la categorización “cama adentro”. Además de limpieza, las tareas ofertadas en la plataforma también incluyen asistencia y cuidado de personas.

En cuanto a su funcionamiento, Zolvers publica un catálogo con las caras de las oferentxs del servicio, clasificadas como “verificadas y certificadas”. Tamizadas por un proceso de selección que incluye una entrevista personal, verificación de antecedentes penales, chequeo de referencias y un test psicológico. El precio total del servicio de limpieza depende de la frecuencia y horas totales demandadas. Para conocer el precio sugerido de cada tarea, la plataforma brinda una calculadora que toma como referencia los valores del mercado y así cotiza el valor monetario de la tarea en cuestión. Una vez cotizado el servicio, designa mediante la gestión de sus algoritmos una prestadora del servicio para dicha tarea, siendo calificadas unidireccionalmente por sus empleadorxs luego de la consumación de la tarea, mediante un sistema de reputación que genera una comunidad de recomendaciones internas.

Airbnb es una plataforma de alojamientos que nació en 2008 en San Francisco, California. Según Brossat (2009), Airbnb busca mediante sus comunicaciones reivindicar una posición que recuerda a ciertos valores de la cultura hippie en California de los años 60, tales como el compartir, el intercambio y la comunidad¹⁶. Sin embargo, es una empresa con fines de lucro, que pone el acento en las personas en contraposición al profesionalismo de la industria del hotelaría tradicional. Además de ofrecer alojamientos se ofrecen experiencias tales como clases de idiomas, danza, recomendaciones turísticas, entre otras tantas.

Airbnb funciona como una plataforma que intermedia entre lxs “huéspedes” (clientxs que contratan un hospedaje) y lxs “anfitriones” (quienes lo ofrecen). Permite a lxs anfitriónxs publicar anuncios de sus alojamientos, y los ordena de acuerdo con distintos factores (tarifas, tiempo y duración del viaje, cantidad de personas, calificación y antigüedad del anfitrión, entre otros) para que lxs huéspedes puedan reservar el alojamiento que se ajuste a sus necesidades. A su vez, lxs huéspedes también son calificados por lxs anfitriónxs dentro del sitio luego de que finalice el servicio para generar una reputación utilizable en futuras transacciones.

2.1.3. PITT informacionales

Workana es una PITT informacional de capital argentino y fue fundada en 2012. Quienes ofrecen sus servicios allí son, en general, diseñadores, arquitectos, data entry, redactores,

¹⁶ En línea con esto, Luana Alexandre Silva y Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa (2020) realizan observaciones sobre el consumo colaborativo en el turismo analizando elementos textuales y gráficos del sitio web de la plataforma. Y concluyen que Airbnb se posiciona como una empresa joven, innovadora que persuade para que se produzca una relación de confianza y seguridad entre los clientxs y los oferentxs del servicio.

programadores, etc., que operan deslocalizadamente. Esta plataforma se encuentra activa en distintos países de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Paraguay, Colombia, Uruguay, México, Venezuela y Honduras¹⁷ (Yansen et. al, 2019).

Freelancer es una compañía de origen australiano, que nace como tal en octubre de 2009, llamándose previamente GetAFreelancer (parte de prensa extraído de la web¹⁸). En la plataforma se ofrecen servicios informacionales (diseñadores, arquitectos, data entry, redactores, programadores, etc.) deslocalizados y no informacionales (entregas, refacciones, etc.) localmente. En su web figura que conectan “a más de 59,801,404 empleadores y freelancers en forma global provenientes de más 247 países, regiones y territorios.”¹⁹ En Argentina se lanza en 2012 y logra, según el director internacional de la compañía, una audiencia de 12.000 personas con sólo el boca en boca, la cual logra ascender a 200.000 en cuatro años²⁰ y a 320.000 *freelancers* registrados según el informe de CIPPEC de 2019 (Madariaga et al., 2019). En 2016, Freelancer compra Nubelo, empresa argentina-española, como parte de su plan de expansión en Latinoamérica.

Respecto del funcionamiento de estas plataformas, en términos generales, tanto Workana como Freelancer conectan demandantxs de servicios o productos informacionales con proveedorxs de los mismos (clientxs y oferentxs del servicio; “usuarixs y *freelancers*”). En el caso de Workana, en particular, dicha conexión es, a diferencia de otras apps, gestionada algorítmicamente solo en parte, aunque en una parte muy relevante. Es decir, algoritmos mediante, será finalmente el/la cliente quien seleccione al trabajador que realizará la tarea y el monto de los pagos “a convenir”. Luego, Workana cobrará una comisión a cada “transacción” entre cliente/empleadorx y *freelancer*. En el caso de Freelancer, su versión gratuita permite realizar hasta 8 ofertas mensuales. El cliente publica un proyecto y recibe distintas ofertas de las cuales selecciona una en base a los perfiles de los *freelancers*. Una vez adjudicado, la plataforma también cobra una tarifa que depende del tipo de proyecto. Ambas plataformas cuentan con planes pagos (membresías).

2.2 El discurso corporativo: ideas, valores y caracterizaciones en torno a la actividad

¹⁷ En 2017 conectaba a más de 500.000 freelancers: “La mayoría de los usuarixs de Workana son brasileños, argentinos (65.000) y mexicanos, correspondientes al segmento de entre 20 y 30 años (en Argentina, representan el 74% de los usuarixs)” (Madariaga et al., 2019: 22).

¹⁸ Consultado el 21/9/2022 en: <https://www.freelancer.com/about/media?year=2009>

¹⁹ Allí se incluye, además, un contador en donde podemos observar en tiempo real los nuevos usuarixs que se suman a la plataforma, así como los trabajos publicados. Consultado el 21/9/2022 en: <https://www.freelancer.com.ar/about?w=f&ngsw-bypass=>

²⁰ Consultado el 16/06/2022: <https://bit.ly/3SIU4KP>

En este apartado analizamos el discurso de las PITT seleccionadas a partir de las siguientes dimensiones: (a) denominación de la actividad y de lxs oferentxs del servicio; (b) construcción discursiva de la idea de confianza, seguridad y comunidad (que atraviesa la caracterización de la actividad y que muchas veces desplaza la noción de trabajo); y c) la existencia de un discurso optimista (vinculado a la tecnología y a la actividad).

2.2.1 Denominación de la actividad y de lxs oferentxs del servicio

En primer lugar, encontramos que salvo algunas excepciones la palabra trabajo no suele ser aquella que predomina en este tipo de plataformas. El foco está puesto en otro tipo de denominaciones que buscan generar cierto sentido de pertenencia a la plataforma, no como empleadx, sino como parte de una comunidad que se vincula a través de lo que ofrece y de lo que demanda. Como ya mencionamos, las PITT se posicionan como mediadores²¹, conectando actores que, en este caso, intercambian bienes y servicios por una suma de dinero.

En algunas PITT, la noción de trabajo se utiliza para oponer la actividad en la plataforma al "trabajo de chofer tradicional". Bajo la promesa de "flexibilidad", se intenta difuminar la significación de la conducción en Uber como una actividad estrictamente laboral. Promete que los choferes de la app pueden "definen su propio horario para que el trabajo se adapte a sus vidas, y no al revés"²².

En la web de Airbnb no aparece la noción de trabajo enunciada en forma explícita ya que el foco está puesto en presentar a la actividad como una experiencia cultural enriquecedora que aporta valor a los anfitriónxs a través de la socialización con personas de todo el mundo que contratan el servicio de alojamiento. En el sitio se recogen testimonios de diferentes anfitriónxs tales como: "Compartir mi monoambiente me cambió la vida y me permitió tener experiencias únicas y conocer a personas inolvidables" o "Gracias a nuestra experiencia de preparación de pastas podemos mantener viva nuestra cultura". Además, se refuerza la idea del disfrute mientras se lleva a cabo la actividad de hospedar, a través de vincularse con personas, compartiendo experiencias, costumbres y adentrando a los huéspedes en la comunidad local.

²¹ En los términos y condiciones de Uber, por ejemplo, se aclara en mayúsculas y de forma tajante que "usted reconoce que Uber no presta servicios de transporte de ningún tipo o de logística o funciona como una empresa de transportes y que dichos servicios de transporte o logística se prestan por terceros prestadores particulares independientes, que no están empleados por Uber ni por ninguno de sus afiliados". En los términos de Airbnb se señala que los contratos de alquiler son entre los usuarixs y no con la plataforma, y que la relación de lxs anfitriónxs es la de una persona o entidad independiente y no la de un empleadx, agente, empresa conjunta o socio de Airbnb.

²² Consultado el 1/10/2022 en: <https://www.uber.com/ar/es/drive/>

En efecto, en el discurso de Airbnb se coloca en el centro la experiencia de hospedar a personas como una actividad que nutre al anfitrión (por ejemplo, se hace referencia a que permite aprender idiomas) mientras se obtiene un ingreso extra. Asimismo, se señala la flexibilidad que supone ser anfitrión ya que anuncian que es posible serlo “*donde quiera, como quieras*”. La actividad de los anfitriónxs se presenta principalmente como una experiencia social y en segundo término como una actividad comercial.

La denominación de la actividad desarrollada en Zolvers presenta contrastes respecto a las caracterizaciones comunicadas en las demás PITT analizadas. En Zolvers se encuentran entremezcladas la conceptualización clásica del trabajo junto a un corpus semántico propio del discurso corporativo de las PITT. En las comunicaciones a lxs clientxs/empleadorxs predomina el discurso corporativo, mientras que en las dirigidas a lxs oferentxs sobresale la caracterización explícita de “trabajo”.

El sitio web principal²³ está orientado a lxs empleadorxs y a la satisfacción de sus necesidades. El mensaje más relevante de la portada indica “*Encontrá Ayuda de Confianza*” y ofrece la búsqueda de “*Empleadas Domésticas*” y “*Búsqueda de otros profesionales*”. Caracteriza la actividad desarrollada por lxs oferentxs como “*Servicios; Prestación de Servicios; Servicios más pedidos*”. En un plano más pequeño, invita a conocer a las “*trabajadoras domésticas*” y a “*prestadores de otros servicios*”, donde se puede visitar el perfil público de lxs oferentxs de servicios y el detalle de cada servicio ofrecido. Por otra parte y en un lugar secundario ubicado en el extremo superior derecho, un acceso titulado “*Buscás empleo?*” brinda acceso al portal donde lxs oferentxs postulan sus servicios.

En las plataformas informacionales en donde la noción de trabajo aparece enunciada más claramente, lo hace asociada a determinadas cualidades. Apenas abrimos la página de Workana, por ejemplo, podemos leer “*Bienvenidos a la nueva era del trabajo*”. Y en el video de presentación de su canal de YT, se concluye con lo siguiente: “*No importa en qué lugar del mundo se encuentren. ¡Ya sea que estés en un garaje o dentro de una corporación, es hora de hacer que suceda! Porque las únicas ideas que cuentan, son las que se hacen. Hay una nueva manera de trabajar. Workana. Trabajo. Real. Hecho*”²⁴.

Respecto de cómo son nombradxs quienes ofrecen su servicio en las PITT, encontramos denominaciones que lejos están de remitir a cualquier tipo de relación de dependencia entre estas últimas y lxs oferentxs del servicio. Uber Argentina nombra a los conductorxs como “socios-conductorxs” y se destaca la posibilidad de “*trabajar solo cuando desees ya que no*

²³ Consultado el 21/9/2022 en: <https://zolvers.com>

²⁴ Consultado el 5/10/2022 en: <https://youtu.be/OTqCvgvSOo>

hay mínimo de horario que cumplir". Además del control sobre el horario como incentivo principal, también se destaca la facilidad para comenzar a trabajar y el cumplimiento semanal con los pagos.

Rappi Argentina en su página oficial divide sus opciones entre *"quiero ser Rappi"* y *"quiero ser aliado de Rappi"*. La segunda opción es para restaurantes que quieren ofrecer sus productos en la plataforma. La primera opción invita a *"ganar dinero con Rappi"* y enumera los requisitos para convertirse en un repartidor de la aplicación.

También aparecen cualidades asociadas a la actividad que podemos ubicar por fuera de las motivaciones económicas. En una de sus publicidades²⁵, más específicamente, se escucha una canción en español que repite *"soy el que me da lo necesario para lograr lo que quiero, soy mi familia, mi independencia, mi tiempo"* y agrega *"quieren encerrarte, etiquetarte, en un género, nacionalidad o en clases sociales, en carreras, profesiones, empacarte"*. Aquí puede observarse el llamado espíritu emprendedor como disolución de la sociedad de clases y exaltación del individuo (Fridman, 2019: 10). Acompañado de imágenes con personas jóvenes y dinámicas bautizadas como *"rappitenderos"*, finaliza con una invitación contundente: *"la única meta de tu vida es libertarte"*.

En Airbnb lxs oferentxs del servicio son denominados como "anfitriones", quienes hospedan a lxs "huéspedes" ofreciendo el alquiler de un inmueble (una habitación o una casa o departamento en su totalidad), y ofreciendo "experiencias" (talleres o clases, servicio de guía turístico, entre otras). Para aquellos anfitriónxs que estén mejor calificados por lxs huéspedes existe la posibilidad de obtener la categoría de "superanfitrión" cumpliendo ciertos requisitos²⁶. Este programa premia a los anfitriónxs brindándoles una mayor visibilidad, mayor potencial de ingresos, cupones de descuento en viajes y otros descuentos.

En cuanto a la denominación de lxs oferentxs en Zolvers, los discursos corporativos, por un lado, caracterizan a las empleadas domésticas como *"Zolver"* y citan opiniones de lxs empleadores: *"Estoy conforme con el servicio brindado por la Zolver. Contraté una empleada doméstica por hora y realizó la tarea con eficacia y honestidad"*. Por otro lado, coexisten definiciones de oficios utilizadas tradicionalmente en relaciones laborales de dependencia o de reconocimiento del carácter autónomo (trabajadora doméstica; empleada doméstica, plomeros, cuidados adultos, gasistas, electricistas, etc.)

²⁵ "¡Soy Rappi!" del Canal Oficial de YouTube para repartidorxs de Rappi. Consultado el 1/6/2022 en: <https://www.youtube.com/watch?v=iKKPuiL2XLU>

²⁶ Estos son: haber completado al menos 10 estancias o tres reservaciones, que en conjunto sumen 100 noches, mantener un índice de respuesta del 90% o superior, mantener un índice de cancelación del 1%, mantener una calificación general de 4.8 (esta se calcula sobre los últimos 365 días de evaluaciones, tomando como referencia la fecha en que los huéspedes publicaron su evaluación, no la fecha en que finalizaron su estancia).

En las plataformas que median trabajo informacional encontramos que, a diferencia con lo que sucede en las otras PITT, existe un reconocimiento del trabajador como profesional (autónomo). Tanto Freelancer como Workana construyen una narrativa dirigida a personas expertas en su campo que poseen determinadas habilidades y competencias para ofrecer sus servicios dentro de la plataforma, en línea con lo que plantea Pongratz (2018). En el caso de Workana esto se ve exacerbado por la idea de “talentos”. En la página de inicio, encontramos frases como “*aplica tu talento*”, “*tu talento es tuyo, hazlo valer*”, “*únete a Workana y encuentra las mejores oportunidades para tu talento*”.

En Freelancer, el tratamiento es otro. Si bien existe una caracterización similar de la actividad a Workana, no sucede lo mismo con los aquí denominados mayormente *freelancers*. El foco en esta plataforma no está puesto, en principio, en quienes pueden encontrar allí una salida laboral, sino en quienes buscan contratar algún servicio (*buyers* en los términos del servicio). La actividad y el producto de esta (resultados de trabajos allí realizados) están puestos en primer plano como reaseguro de la calidad y eficacia del servicio. Lxs *freelancers* aparecen referidos de manera más abstracta, con talento, pero despersonalizados: “*¿Por qué contratar personas cuando, en lugar de ello, simplemente puedes integrar nuestra talentosa fuerza de trabajo en la nube?*”. Incluso no hay fotos o imágenes de ellos en la página principal, como sí sucede en Workana.

2.2.2 Construcción de la idea de confianza, seguridad y comunidad

En los discursos de las PITT aquí abordadas podemos rastrear distintos mecanismos de control sobre los oferentxs del servicio que apuntan a generar un clima de confianza y seguridad en quien ingresa allí para contratar un servicio. Como sugiere la literatura, generar esta confianza resulta ser capital para este tipo de plataformas (Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017; Cocayne, 2016; Richardson, 2015).

Como abordamos en los ejemplos que siguen, esta confianza se construye, en casi todas las PITT, para ambos tipos de actores (consumidorxs y oferentxs del servicio), y se respaldan no solo en dispositivos concretos de control (ranking, medición de tiempos de entrega y realización de un trabajo, geolocalización, etc.), sino en las ideas de cooperación y respeto entre las partes en función de generar una comunidad.

En la sección “*código de conducta de Uber*” de la aplicación se destaca que “*las personas son quienes crean la experiencia Uber. La tecnología permite ofrecer un servicio funcional y confiable a usuarios y socios*”. Rápidamente, la confianza en la tecnología está relacionada

con los valores cooperativos: *“los viajes seguros y agradables son posibles gracias a la cooperación y el respeto entre usuarios y socios”*. De esta manera, se refuerza el sentido de comunidad en torno a la plataforma.

En caso de que la cooperación entre *“usuarios”* y *“socios conductores”* no fuera suficiente, la empresa incorporó la tecnología *“RideChek”* para monitorear el viaje y detectar paradas inesperadas o muy prolongadas. En caso de que se produzcan estos eventos, ofrece botones de emergencia y otros mecanismos publicitados en su página web oficial para reforzar la *“seguridad del usuario”*.

Para los conductorxs se ofrecen los mismos servicios, entre los que se destacan la posibilidad de compartir la geolocalización con otra persona o brindar un supuesto soporte inmediato: *“estamos comprometidos con tu seguridad, para que puedas enfocarte en las oportunidades”*. Aunque recalca nuevamente, al final de la sección *“Seguridad”*, que *“usuarios y socios conductores comparten una serie de pautas comunitarias y tienen la responsabilidad de hacer lo correcto”*.

En Airbnb la confianza también ocupa un lugar muy importante dentro de su estrategia de comunicación tanto hacia lxs anfitriónxs como para lxs huéspedes. En el sitio web existe una sección llamada *“confianza y seguridad”* dónde encontramos el siguiente texto: *“Cada noche, dos millones de personas en 100.000 ciudades de todo el mundo encuentran un lugar para alojarse en Airbnb. Hay más de seis millones de anuncios en 191 países entre los que elegir: más de lo que ofrecen las cinco mejores cadenas de hoteles juntas. ¿Qué hace que todo esto sea posible? La confianza.”*

Airbnb informa en su página web que la plataforma está diseñada *“por y para tu seguridad”* y describe todos los procesos que garantizan la seguridad de anfitriónxs y huéspedes como por ejemplo la detección de riesgos en las reservas (realizadas con sistemas predictivos y de aprendizaje automático) para evaluar actividad sospechosa. Otro de los mecanismos de control por parte de la plataforma consiste en el seguimiento de listas de vigilancias y antecedentes penales de lxs usuarixs. También desde Airbnb se ofrecen talleres de seguridad para preparar a lxs anfitriónxs y *“expertos locales”*(quiénes llevan a cabo las experiencias); y desde la página web oficial aseguran que se brinda ayuda a lxs usuarixs para conocer en detalle a cada alojamiento, huésped o anfitrión antes de realizar una reserva.

A su vez, Airbnb interpela a lxs usuarixs a entablar relaciones basadas en la confianza, el respeto y a generar un sentido de comunidad. En el año 2021, Airbnb lanzó una campaña

publicitaria global a la que se llamó “*Strangers*”²⁷ cuyo lema fue “*Strangers aren't that strange. Try hosting.*” en el que se muestran unas tomas en una casa oscura, con sonidos terroríficos producidos por unas criaturas. Al avanzar la narración se observa que es una familia de criaturas que realizan actividades cotidianas que cualquier viajero haría y que al finalizar el spot van dejando la casa ordenada y en perfectas condiciones, revelando en el desenlace que era una pareja con su hija que estaban disfrazados. La campaña apunta a la confianza entre las personas, sin importar las apariencias ni las diferencias culturales.

Al igual que en las demás PITT abordadas, las ideas de seguridad y confianza ocupan un lugar central en las comunicaciones de Zolvers: el mensaje principal del sitio remarca la posibilidad de encontrar “*Ayuda de Confianza*”. Este hecho está intrínsecamente relacionado con los prejuicios sociales en contra del trabajo doméstico.

En línea con Pereyra (2017) se vislumbra que las empleadas domésticas son ponderadas positivamente a nivel individual por lxs empleadorxs, pero como colectivo es considerado un grupo laboral con escasa “cultura del trabajo”, hábitos de consumo irresponsables, y tendencia a conductas deshonestas como el hurto. Esta caracterización como colectivo performa funcionalmente a los incumplimientos patronales, ya que estos “malos hábitos” formarían parte de las causas de la posición social desventajosa que ocupan, obstaculizando una mayor tasa de formalización laboral. Asimismo la actividad es considerada como una “ayuda o asistencia” al hogar, una tarea socialmente naturalizada que deben cumplir las mujeres y que dificulta el reconocimiento como trabajo formal.

La estrategia comunicacional de Zolvers refuerza constantemente la garantía de la confianza entre empleadorxs y oferentxs, evidenciando los mecanismos de control que son gestionados por la plataforma antes, durante y después del proceso de trabajo. Antes de ingresar a trabajar, lxs oferentxs pasan por un proceso de activación que incluye desde capacitación presencial, confirmación de experiencias laborales, referencias, certificación de antecedentes, etc. Además, deben asistir a cursos introductorios dictados por la plataforma y realizar exámenes de desempeño y conocimientos.

Durante el proceso de trabajo, el control sobre las tareas efectuadas recae principalmente en manos del empleadorx; pero una vez culminada la labor, las oferentxs son puntuadas por los empleadores. Luego, y gracias a la gestión algorítmica de la plataforma, lxs posiciona favorable o desfavorablemente para la aplicación de futuras tareas: “*Cada trabajo realizado y cada calificación positiva suma puntos. Asegúrate de tomar trabajos que estés seguro podrás*

²⁷ *Strangers*. Consultado el 5/10/2022 en: <https://www.youtube.com/watch?v=pdcEIQTd8gM>

realizar satisfactoriamente. Verifica la dirección y requisitos antes de tomar un trabajo. Las calificaciones negativas, las inasistencias o desasignaciones a trabajos y el incumplimiento con los compromisos adquiridos te restará puntos. Por ejemplo, si no asistes a un trabajo que tú mismo elegiste, restarás puntos. Si tu reputación es baja, no podrás ver nuevos trabajos. Zolvers se reserva el derecho de reactivar o no a Zolvers con reputaciones bajas”²⁸

En Freelancer encontramos de manera explícita cómo quien contrata un trabajo puede asegurarse de que este sea llevado a cabo en tiempo y forma. Idea que se destaca como ventaja en su página principal²⁹. Por ejemplo: “*Mantente al día y en marcha con nuestro monitor de tiempo y aplicación móvil. Siempre sabrás qué están haciendo los freelancers*”; “*Solo paga por el trabajo cuando haya sido terminado y estés 100% satisfecho con la calidad utilizando nuestro sistema de pago de hitos*”. Se despliegan una serie de reaseguros que buscan construir un espacio de confianza para quienes acuden al sitio en busca de un servicio. Y, como señalamos más arriba, los mismos se enfocan en brindar seguridad a lxs clientxs respecto del trabajo que allí tiene lugar, más que a lxs oferentxs del servicio.

En Workana la narrativa cambia ligeramente en función de esta diferencia que marcamos más arriba. Allí se genera una idea más clara de comunidad, en donde se producen intercambios entre distintos actores que se benefician mutuamente. Si bien la palabra comunidad aparece mencionada en pocas secciones (en la página inicial, “comunidad de colegas” y en las políticas de la empresa), esto puede inferirse de otros elementos discursivos que apelan a esta idea. En el video de presentación de su canal, una voz en off señala que “*Estamos obsesionados con unir personas que comparten la pasión por hacer más. En armar para cada gran proyecto, un gran equipo*”.

Asimismo, se proveen algunas herramientas para supervisar el trabajo de los *freelancers* o “talentos”, pero que, a diferencia de lo que sucede en Freelancer, se introducen de una manera que tiene en cuenta o incorpora a lxs oferentxs del servicio. Esto incluiría un espacio de interacción continua entre las partes (para elegir el mejor *freelancer* para el trabajo y para monitorearlo), la garantía de pagar cuando el cliente está satisfecho con el trabajo, y la evaluación del oferente del servicio una vez finalizado este último.

2.2.3. Optimismo (vinculado a la tecnología y a la actividad)

²⁸ *Tu reputación en Zolvers*. Consultado el 21/9/2022:

<https://zolvers.freshdesk.com/support/solutions/articles/5000695568-tu-reputaci%C3%B3n-como-zolver>

²⁹ Consultado el 21/9/2022 en: <https://www.freelancer.com.ar/>

Esta construcción de confianza mediada en las PITT por mecanismos de control y la idea de comunidad, se complementa con cierto optimismo asociado a las tecnologías y a las actividades que estas habilitan (Sadin, 2018). En efecto, y como hemos presentado a lo largo de este apartado, el ingreso a estas plataformas estaría acompañado de mejores oportunidades laborales, nuevas formas de trabajo, mayor flexibilidad y libertad, espacios en donde hacer valer tu trabajo, etc.

Sobre esto resulta interesante la campaña de Uber para anunciar que en diciembre de 2020 los taxistas de la Ciudad de Buenos Aires podrían comenzar a hacer viajes a través de la aplicación. Las publicidades no sólo buscaban interpelar a conductorxs de taxi, sino que estaban especialmente dirigidas a lxs consumidorxs del servicio de transporte.

Con los términos clave “*Uber libre*” y “*libertad*”, la empresa lanzó un spot³⁰ invitando a lxs taxistas a utilizar la aplicación para ofrecer sus servicios. La medida que ayudó a disminuir asperezas con el sector de taxis fue articulada con la retórica de tecno-liberalismo típico de las empresas de plataforma. Uber, presentada como “*empresa del futuro*”, busca absorber actores tradicionales del transporte particular de pasajeros (Sadin, 2018; Del Nido, 2019).

Asimismo, en la página oficial de Uber Argentina³¹ se destaca que la plataforma ofrece su red: la “*más grande de usuarixs activos*”. Además, mediante su aplicación ofrece seguridad y soporte instantáneo mediante la tecnología. Para los usuarixs en general, ofrecen un apartado de “*Ciudadanía global*” donde afirma que “*Nuestro personal, procesos y tecnología ayudan a transformar las ciudades en lugares más seguros, eficientes y hermosos*”. Y agrega: “*Las comunidades de hoy en día se enfrentan a una serie de desafíos sin precedentes. Y si bien la tecnología por sí sola no es la solución, cuando se hace bien, y se combina con buenas asociaciones, tiene el potencial de contribuir a un mundo mejor para todos*”.

En el caso de Zolvers, el discurso optimista vinculado a la actividad y a la tecnología se encuentra alineado directamente al contexto de surgimiento de la plataforma. Recordando que fue desarrollada con el objetivo de contribuir con el empoderamiento de lxs oferentxs de servicios domésticos, al brindarle educación e incluirlas en el sistema financiero y tender a la formalización laboral de un estrato social vulnerable; la retórica de Zolvers pondera las capacidad y libertad de acción individual y emprendedorismo de lxs oferentxs: “*Encuentra tus nuevos Clientes aquí*” expresa el portal web para oferentxs. Asimismo, enfatiza los “*Beneficios Exclusivos*” brindados por la intermediación tecnológica: “*Carga tu perfil*

³⁰ *Libre*. Consultado el 2/6/2022 en: <https://bit.ly/3CDtcGL>

³¹ Consultado el 21/9/2022 en: <https://www.uber.com/ar/es/community/>

GRATIS y empieza a generar trabajo!”; “Elige los trabajos ideales para ti; Elige tu Zona, días y horarios; Puedes crear tu perfil GRATIS y ver los trabajos que puedes elegir”.

En este sentido, en el canal oficial de Zolvers en Youtube³² y en el marco de la sanción de la ley 27.349 de apoyo al capital emprendedor, el entonces presidente Mauricio Macri remarcó que “Zolvers encontró una solución tecnológica que podía aportar”. A su vez, en uno de los muchos testimonios que hay en su canal de YouTube, una oferente afirma “*las ventajas de gestionar su propio tiempo, sus propios clientes, la mejoría económica y el orgullo generado por los lazos de confianza sembrados con sus empleadores*”³³.

En el caso de Airbnb, la narrativa optimista aparece principalmente en torno a la idea de compartir y la confianza en el otro. El lema del fundador de la compañía, Brian Chesky, es “*Creemos en la bondad innata de la gente y en que todas las personas pueden sentirse como en casa en cualquier comunidad del mundo*”. La plataforma hace posible no sólo alquilar un inmueble o parte de este para obtener un ingreso, sino que permanente refuerzan la idea de que es una experiencia enriquecedora basada en el respeto y la confianza interpersonal.

En las PITT que median trabajo informacional encontramos distintas formas de articular los discursos vinculados al optimismo. Workana hace énfasis en la idea de que esta plataforma es el lugar en donde distintos profesionales pueden hacer valer “su talento”, formar equipo, trabajar para las mejores empresas, etc. Esto se refuerza con imágenes de oferentes trabajando y sonriendo, con una estética sumamente cuidada.

En Freelancer no se evidencian los mismos valores de manera tan directa, dado que como ya explicitamos el mayor hincapié está puesto en vender un servicio y no en quienes lo ofrecen y realizan. Aun así, el sitio incluye algunos testimonios de *freelancers* de todo el mundo en la sección llamada “Historias”³⁴, en donde se refleja claramente esta idea de optimismo al destacarse cómo la plataforma les cambió la vida a estas personas y les permitió desarrollarse como profesionales, o les habilitó una fuente de ingresos cuando se encontraban en situaciones de mucha precariedad laboral o con obstáculos para poder acceder a un empleo. Y si bien aquí no abordamos este tema, es destacable que estos testimonios provienen, en su gran mayoría, de países con altas tasas de precarización laboral y desempleo³⁵.

³² Consultado el 21/9/2022 en: <https://www.youtube.com/watch?v=WF6NSB6bB2I>

³³ Consultado el 7/10 en: <https://www.youtube.com/watch?v=aFiGT7BM76E>

³⁴ Esta sección forma parte de un concurso, por lo tanto, no sabemos con seguridad que permanezca fija dentro del sitio.

³⁵ En futuros trabajos sería necesario revisar, en este caso, en qué medida la plataforma agudiza esta precarización, tercerizando tareas de países centrales a países periféricos a un costo mucho menor.

Reflexiones finales

En este trabajo nos propusimos abordar el discurso de las PITT vinculado principalmente a la noción de trabajo. Este escrito se inserta en una serie de discusiones y problematizaciones en torno a lo que sucede con lxs trabajadores/oferentxs del servicio en este tipo de plataformas, y apunta a ampliar el conocimiento que sobre este tema se viene construyendo en los últimos años.

En este sentido, encontramos que la cuestión discursiva, si bien abordada por algunxs autores tanto a nivel internacional como nacional, ha ocupado un lugar marginal dentro de la literatura, la cual, a su vez, se centra principalmente en las plataformas de transporte y reparto. Abordar el aspecto discursivo resulta relevante en tanto la forma en que es concebido el trabajo como acto, quienes ofrecen sus servicios, la actividad que realizan, tiene implicaciones no sólo simbólicas sobre estos actores, sino también materiales. Aquí analizamos el discurso corporativo a partir de tres dimensiones: (a) denominación de la actividad y de lxs oferentxs del servicio; (b) construcción discursiva de la idea de confianza, seguridad y comunidad; (c) existencia de un discurso optimista (tecnológico o laboral).

Esta esquematización buscó dar cuenta en primer lugar de aquellos modos de nombrar, y en segundo lugar de las características particulares que asume la forma trabajo en los discursos de estas empresas, ligado a la construcción de confianza y espacios seguros, a la creación de lazos comunitarios, y a una concepción (tecno-)optimista. Retórica que, por un lado, parece desplazar, ocultar e, incluso, eliminar la noción de trabajo de la caracterización de las actividades que tienen lugar en las PITT; y que, por otro, exalta la actividad o trabajo de manera positiva (asociándola a la novedad, la diversidad, la flexibilidad, etc.), y encubre relaciones contractuales irregulares, condiciones laborales precarias, mecanismos de control rigurosos y medidas punitivas a quienes no siguen las reglas al pie de la letra.

Finalmente, es necesario destacar que las PITT involucran tres actores distintos: corporaciones propietarias de la plataforma, usuarixs oferentxs de servicios y usuarixs consumidorxs de servicios (Langley y Leshon, 2017; Srnicek, 2017). Aquí, nos centramos en el discurso corporativo, pero resta indagar en cómo describen quienes ofrecen sus servicios en las distintas PITT su actividad, su rol en la plataforma, qué piensan del discurso de las plataformas, cómo experimentan los mecanismos de control, si realmente se sienten parte de una comunidad como lo enuncia el discurso corporativo, entre otras cuestiones que esperamos poder avanzar en futuras contribuciones.

Bibliografía

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10.
- Aloisi, A. (2019). Negociando la transformación digital del trabajo: la voz de los trabajadores atípicos, los derechos colectivos y las prácticas de movilización en la economía de plataforma.
- Alfieri, M. (2020). "Sé tu propio jefe: Economía de plataformas y neoliberalismo. Los casos de Uber, Rappi y Glovo en Argentina (2016-2018)". *Observatorio Latinoamericano y Caribeño*, 4(2), 210-231.
- Ávalos, M., & Sofía, P. (2015). Baby, you can ('t) drive my car. El caso de Uber en México. *Economía informa*, 390, 104-112.
- Bachoer, L. (2022). La conflictividad laboral en las plataformas digitales. Un acercamiento al caso de los repartidores en la Ciudad de Buenos Aires (2018-2020). *REVISTA CONTROVERSIA*, (218), 267-306.
- Brossat, Ian (2018). *Airbnb, la ciudad uberizada*. Ed. Katakarak.
- Cockayne, D. G. (2016). Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy. *Geoforum*, 77, 73-82.
- Del Nido, J. M. (2019). "Tecnología y ansiedad de modernidad: notas etnográficas sobre el conflicto de Uber en Buenos Aires". *Hipertextos*, 7.
- Crouch, C. (2019). *Will the gig economy prevail?*. John Wiley & Sons.
- Ferrari, F., & Graham, M. (2021). "Fissures in algorithmic power: Platforms, code, and contestation". *Cultural Studies*, 35(4-5), 814-832.
- Fridman, D. (2019). *El sueño de vivir sin trabajar: Una sociología del emprendedorismo, la autoayuda financiera y el nuevo individuo del siglo XXI*. Siglo XXI Editores.
- Gendler, M. A. (2017). *Sociedades de control: lecturas, diálogos y (algunas) actualizaciones*. Hipertextos, Vol. 5, N° 8, Buenos Aires, Julio/Diciembre de 2017 «57
- Gil, J. (2018). Redistribución económica y precariedad. El caso de los anfitrionxs de Airbnb. *Recerca, Revista de pensamiento y análisis*. Núm. 24.
- Haidar, J. (2020). La configuración de procesos de trabajo en las plataformas de reparto en la Ciudad de Buenos Aires. Un abordaje multidimensional y multi-método. *Informe de coyuntura*, (11).
- Harris, S. D., & Krueger, A. B. (2015). A Proposal for Modernizing Labor Laws for Twenty-First-Century Work: The "Independent Worker" (pp. 2015-10). Washington, DC: Brookings.
- Huws, U. (2019). *Labour in contemporary capitalism: what next?*. Springer.
- Huws, U. (2016) *Logged labour: a new paradigm of work organisation?*, *Work organisation, Labour & Globalisation*, Vol. 10, No. 1 (Spring 2016), pp. 7-26
- John, N. A. (2013). Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword. *new media & society*, 15(2), 167-182.
- Johnston, H. (2020). Labour geographies of the platform economy: Understanding collective organizing strategies in the context of digitally mediated work. *International Labour Review*, 159(1), 25-45.

- Langley, P. and Leyshon, A. (2017) Platform capitalism: the intermediation and capitalisation of digital economic circulation., *Finance and society*, 3 (1). pp. 11-31.
- Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E., & Ernst, C. (2019). *Economía de plataformas y empleo: ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?* (Vol. 718). Inter-American Development Bank.
- Möhlmann, M., & Zalmanson, L. (2017, December). Hands on the wheel: Navigating algorithmic management and Uber drivers'. In *Autonomy*, in proceedings of the international conference on information systems (ICIS), Seoul South Korea (pp. 10-13).
- Pasquale, F. (2016). Two narratives of platform capitalism. *Yale L. & Pol'y Rev.*, 35, 309.
- Pereyra, F. (2017). Trabajadoras domésticas y protección social en Argentina: avances y desafíos pendientes, *Serie de Trabajo n.15* (OIT 2017)..
- Pongratz, H. J. (2018). Of crowds and talents: discursive constructions of global online labour. *New Technology, Work and Employment*, 33(1), 58-73.
- Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121-129.
- Rosenblat, A. (2018). *Uberland: How algorithms are rewriting the rules of work*. University of California Press.
- Sadin, É. (2018). La silicolonización del mundo: La irresistible expansión del liberalismo digital. *Caja negra*.
- Silva, L. A., & de Azevedo Barbosa, M. D. L. (2020). El discurso del consumo colaborativo en turismo. Análisis a partir de la plataforma de viajes Airbnb. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 709-729.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Vandaele, K. (2018). Will trade unions survive in the platform economy? Emerging patterns of platform workers' collective voice and representation in Europe. Working Paper 2018.05. European trade union institute.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Wall, M. (2018). *The platform society. Public values in a connective world*. University of Oxford Press.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.
- Yansen, G., Ayala, J. L., Grosman, A., Lamaletto, L., Pélaez, L., & Perrone, I. (2019). Trabajo y Plataformas: Una caracterización general de plataformas de intermediación de trabajo temporario en CABA. In *14 Congreso Nacional de Estudios del Trabajo—Los trabajadorxs y las trabajadoras en el escenario actual*. ASET (pp. 1-29).
- Yansen, G., & Zukerfeld, M. (2013). "Acceso, recursos y clases en la historia del capitalismo". *Capitalismo, Técnica y Sociedad en debate*, 83.
- Zukerfeld, M. (2010). *Capitalismo y Conocimiento. Materialismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Capitalismo Informacional*. [Tesis doctoral no publicada, FLACSO].
- Zukerfeld, M. (2017). *Knowledge in the age of digital capitalism*. London: University of Westminster Press.
- Zukerfeld, M. (2020). "Bits, plataformas y autómatas. Las tendencias del trabajo en el capitalismo informacional". *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 4(7).