

O DIREITO À IGUALDADE E NÃO DISCRIMINAÇÃO DOS TRABALHADORES DE GRUPOS VULNERÁVEIS EM PLATAFORMAS DIGITAIS

THE RIGHT TO EQUALITY AND NON- DISCRIMINATION OF WORKERS FROM VULNERABLE GROUPS ON DIGITAL PLATFORMS

Nathalia Vogas de Souza*

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar as atividades de trabalhadores em plataformas digitais, como os influenciadores digitais, a partir de um enfoque no direito à igualdade e à não discriminação. O artigo busca discutir aspectos relevantes para as relações no mundo digital e reflexões relacionadas ao tratamento desigual de alguns trabalhadores em plataformas, bem como os principais desafios a serem enfrentados em busca de maior proteção a esses trabalhadores.

PALAVRAS-CHAVE

Direito à igualdade. Plataformas digitais. Discriminação algorítmica.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze the activities of workers on digital platforms, such as digital influencers, focusing on the right to equality and non-discrimination. The paper seeks to discuss aspects which are relevant to relations in the digital world and reflections related to the unequal treatment of some workers on platforms, as well as the main challenges to be faced in the search of greater protection for these workers.

KEYWORDS

Right to equality. Digital platforms. Algorithm discrimination.

* Mestra em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Bacharel em Direito pela UERJ. Advogada. E-mail: nvs.vogas@gmail.com.

SUMÁRIO

- 1 Introdução;
 - 2 O direito à igualdade e à não discriminação e os grupos vulneráveis;
 - 3 O trabalho em plataformas digitais;
 - 4 A discriminação e as condições desfavoráveis aos grupos vulneráveis em plataformas digitais;
 - 5 Considerações finais;
- Referências.

Data de submissão: 29/09/2023.

Data de aprovação: 05/01/2024.

1 INTRODUÇÃO

Os direitos à igualdade e à não discriminação são máximas que permeiam a atuação estatal e de juristas de diversos ramos. No âmbito do Direito do Trabalho, apesar de a Constituição Federal, a legislação infraconstitucional e os instrumentos internacionais existentes sobre o tema vedarem toda e qualquer forma de discriminação injusta dos trabalhadores, o tratamento desigual e a marginalização de alguns grupos ainda persiste.

A discussão ganha novos contornos a partir do desenvolvimento tecnológico e do surgimento das novas relações de trabalho que se dão por meio de plataformas digitais. É que se começa a perceber que as redes não são efetivamente neutras e podem acabar perpetuando preconceitos. Nesse sentido, inclusive, já se discute sobre o aparecimento de uma nova modalidade de discriminação, a discriminação algorítmica.

Assim, o presente artigo tem a intenção de investigar de que maneira e em que condições as relações e as atividades que se desenvolvem por meio de plataformas digitais, especialmente as dos chamados influenciadores digitais, estão se firmando. Pretende-se analisar, portanto, aspectos relacionados ao desenvolvimento das plataformas digitais e seus algoritmos, o surgimento de novas relações de trabalho, como a dos *digital*

influencers, e em que medida se pode de fato falar em situações de discriminação a certos grupos desses trabalhadores.

2 O DIREITO À IGUALDADE E À NÃO DISCRIMINAÇÃO E OS GRUPOS VULNERÁVEIS

A Constituição Federal de 1988 (CRFB/88) trouxe uma promessa clara de inclusão, promoção da diversidade, igualdade e combate à discriminação e à desigualdade. “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza” (BRASIL, 1988) é a máxima bastante conhecida que encampa o famoso art. 5º, da CRFB/88 e consolida em nível constitucional o princípio da igualdade.

É nesse sentido que o texto constitucional apresenta como fundamentos do Estado a dignidade da pessoa humana, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, e como objetivos fundamentais a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, a promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade ou quaisquer outras formas de discriminação, entre outros.

A consolidação do princípio da igualdade e da vedação à discriminação em nível constitucional seguiu a lógica dos instrumentos internacionais redigidos no período do Pós 2ª Guerra Mundial, focados na proteção da dignidade da pessoa humana. É o caso da Declaração Universal dos Direitos Humanos, do Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos e do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais.

Assim, entende-se que o princípio da igualdade deve atuar como limitação ao legislador, ao intérprete e aos particulares. Além disso, como se sabe, a igualdade deve ser considerada não apenas em seu sentido formal, mas sob o aspecto material, conhecido pela fórmula de que se deve tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais, na medida de sua desigualdade. Desse modo, é legítimo o estabelecimento de diferentes critérios

e formas de tratamento que considerem as diversas situações em que se encontrem os cidadãos. Além disso, passou-se a se falar também em uma terceira dimensão do princípio da igualdade, que seria a igualdade como reconhecimento, voltada para o respeito às minorias, considerando suas identidades e diferenças.

No âmbito internacional, alguns dos instrumentos que foram adotados visando à proteção de minorias são a Convenção sobre a eliminação de todas as formas de discriminação racial, a Convenção sobre a eliminação de todas as formas de discriminação contra a mulher, a Convenção Belém do Pará (sobre a violência contra a mulher), a Convenção sobre os Direitos das Crianças, a Convenção Internacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência, entre outros.

Interessante mencionar também as Convenções nº 100 e 111 da Organização Internacional do Trabalho (OIT). A Convenção nº 100, de 1951 (BRASIL, 1957), trata da igualdade de remuneração de homens e mulheres trabalhadores por trabalho de igual valor e foi ratificada pelo Brasil em 1957. Por sua vez, a Convenção nº 111, de 1958 (BRASIL, 1968), trata da discriminação em matéria de emprego e ocupação, tendo sido ratificada em 1968. Para esta última o termo “discriminação” abarca toda distinção, exclusão ou preferência que se baseie na raça, cor, sexo, religião, opinião política, ascendência nacional ou origem social (ou qualquer outra especificada pelo Estado-membro), que possa destruir ou alterar a igualdade de oportunidade ou de tratamento em matéria de emprego ou profissão. Por outro lado, não são consideradas como discriminação as distinções, exclusões ou preferências baseadas em qualificações exigidas para o emprego, nem as medidas especiais de proteção ou assistência previstas em outras convenções ou recomendações.

Note-se que as Convenções 100 e 111 da OIT são consideradas como *core conventions*, ou seja, estão entre as consideradas fundamentais. Isso porque a Declaração sobre os Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho, adotada pela Conferência

Internacional do Trabalho da OIT em 1998 (ORGANIZACION, 1998) estabelece que todos os Estados-membros da OIT, pelo simples fato de terem aderido à Organização, deverão respeitar determinados direitos elencados como fundamentais, entre eles a eliminação da discriminação em matéria de emprego e ocupação, ainda que não tenham ratificado as convenções específicas a cada um desses temas.

Já no âmbito interno, especificamente no que tange ao ramo trabalhista, a Constituição Federal estabelece em seu art. 7º a proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão baseada no sexo, idade, cor ou estado civil; a proibição de qualquer discriminação referente a salário e critérios de admissão do trabalhador portador de deficiência e a distinção entre trabalho manual, técnico e intelectual ou entre os profissionais respectivos.

Ainda, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) também estabeleceu o dever da igualdade de tratamento e vedação à discriminação nas relações de trabalho. A atual redação do art. 461, “caput” da CLT dispõe que “sendo idêntica a função, a todo trabalho de igual valor, prestado ao mesmo empregador, no mesmo estabelecimento empresarial, corresponderá igual salário, sem distinção de sexo, etnia, nacionalidade ou idade” (BRASIL, 1943). A CLT também possui capítulos próprios que cuidam da proteção de aspectos do trabalho da mulher e do menor de 18 anos (“Capítulo III – Da Proteção do Trabalho da Mulher” e “Capítulo IV – Da Proteção do Trabalho do Menor”, respectivamente).

Além disso, a Lei nº 9.029/1995 (BRASIL, 1995) também trata da vedação de práticas discriminatórias na relação de trabalho. O diploma prescreve que a adoção de qualquer prática discriminatória e limitativa do acesso ao trabalho por motivo de sexo, origem, raça, cor, estado civil, situação familiar, deficiência, reabilitação profissional, idade, entre outros, é proibida, estabelecendo condutas que são consideradas, inclusive, como crime. Ainda, estabelece infrações que são passíveis de multas e que, no caso

de dispensa discriminatória, além do dano moral a que fará jus, o empregado poderá optar por sua reintegração ou percepção, em dobro, da remuneração do período de afastamento.

Não fosse suficiente, a recente Lei nº 14.611/2023 (BRASIL, 2023), que entrou em vigor em julho de 2023, foi editada com a finalidade de reforçar a proteção da igualdade salarial e remuneratória entre mulheres e homens. A lei estabelece multas e medidas como a publicação semestral de relatórios de transparência salarial e critérios remuneratórios para empresas com 100 ou mais empregados.

Portanto, tanto em nível constitucional, infraconstitucional e, ainda, em nível internacional, é vedada qualquer forma de discriminação que possa impedir ou prejudicar o acesso, a manutenção ou a ascensão equitativa na relação de trabalho. Assim, a decisão de não contratar, de não promover ou de dispensar um trabalhador não pode se basear em critério injusto, desproporcional, ilícito, ou seja, não pode se motivar em fator discriminatório irrazoável.

No entanto, é notório que a marginalização e o tratamento desigual com relação a alguns grupos ainda persiste, o que justifica a adoção de medidas específicas que visam à inclusão de determinados grupos, como mulheres, negros, pessoas com deficiência, pessoas LGBTQIA+, entre outros. É o caso, por exemplo, das ações afirmativas. Além disso, são diversos os projetos e planos de ação de grupos e organizações voltados para grupos vulneráveis.

Nesse sentido, interessante mencionar a atuação do Ministério Público do Trabalho, especialmente por meio de sua Coordenadoria Nacional de Promoção da Igualdade de Oportunidades e Eliminação da Discriminação no Trabalho (COORDIGUALDADE), que tem como principais áreas de atuação a promoção da igualdade de oportunidades no mundo do trabalho; o enfrentamento à discriminação, à violência e ao assédio no trabalho com perspectiva interseccional de gênero nos espaços físicos e virtuais; a proteção da privacidade das

trabalhadoras e trabalhadores, com especial ênfase à proteção de dados pessoais.

Inclusive, o projeto “Empregabilidade de Pessoas Trans – Cozinha & Voz”, realizado por meio de ação conjunta entre o MPT e a OIT, é bom exemplo de ação voltada para a inclusão no mercado de trabalho de pessoas de grupos vulneráveis. De acordo com notícias do site da OIT, o projeto promoveu capacitações de assistente de cozinha para “travestis, mulheres e homens transexuais em situação de vulnerabilidade, com o objetivo de promover a inclusão de pessoas em situação de exclusão no mercado de trabalho formal” (ORGANIZAÇÃO, 2018) e, após sua primeira edição, 70% dos participantes entraram no mercado de trabalho.

Visto um panorama do tratamento atual da matéria e de alguns dos desafios enfrentados na inclusão e combate à discriminação, importa indagar de que forma essas questões se colocam e vêm se desenvolvendo nas relações travadas na internet. Muitos já começam a desenvolver o conceito da discriminação algorítmica, uma nova vertente do conceito de discriminação, específica para as relações na rede. Mas como isso se aplica às relações de trabalho? É o que se pretende desenvolver na sequência deste artigo.

3 O TRABALHO EM PLATAFORMAS DIGITAIS

Ao longo da última década viu-se uma multiplicação de plataformas digitais. Na mesma velocidade em que surgiram, muitas tornaram-se obsoletas, mudaram-se os usos e a maneira como as pessoas utilizam as redes. Vallas e Schor (2020) explicam que as principais empresas do ramo de plataformas digitais têm pouco mais de uma década e surgiram no contexto da chamada Grande Recessão, que teria facilitado a expansão desses negócios, já que muitos trabalhadores, principalmente jovens recém-formados e desempregados, procuravam oportunidades de trabalho. Os autores ainda explicam que, desde

então, a economia de plataformas cresceu de maneira rápida e abrange uma vasta gama de transações econômicas realizadas digitalmente, envolvendo a troca de bens e serviços.

Como consequência dessa revolução digital, as relações de trabalho também têm se alterado significativamente. Casagrande (2020) defende que as grandes empresas de tecnologia, conhecidas como *Big Techs*, estariam usando a cibernética para estabelecer um “neotaylorismo” de controle total sobre seus empregados. Já Cavallini (2020) sustenta que o traço mais característico da economia das plataformas está na tendência em considerar o trabalho humano como um “serviço” qualquer. No entanto, não há unanimidade na doutrina quanto a qualificação e classificação dessas novas relações de trabalho, tratando-se de discussão que envolve polêmicas e divide juristas em todo o mundo.

Todavia, importante observar, conforme ensinam Vallas e Schor (2020), que os trabalhadores de plataformas não são um grupo homogêneo, mas, na verdade, são um grupo bastante heterogêneo e plural. Isso porque são inúmeras as atividades que podem se desenvolver por intermédio de plataformas; há os profissionais do ramo de tecnologia, extremamente qualificados, que desenvolvem suas atividades em plataformas; há os chamados *freelancers*; há trabalhadores da chamada economia *gig* que realizam atividades de entregadores, motoristas, diaristas, entre outras; há os trabalhadores conhecidos por influenciadores digitais, que produzem conteúdos nas redes sociais, entre outros.

Além disso, releva notar que, para além das relações que surgiram a partir do desenvolvimento das novas tecnologias, as relações de trabalho mais tradicionais também foram impactadas pelo desenvolvimento tecnológico. É o que se percebe das atuais discussões sobre aspectos do teletrabalho, do monitoramento de trabalhadores via GPS ou sobre a repercussão jurídica de postagens do trabalhador em suas redes sociais, entre tantas outras questões que desafiam os estudiosos da seara trabalhista.

Nesse sentido, pensar sobre o direito à igualdade e não discriminação nas novas relações que se desenvolvem por plataformas digitais é proposta que ganha importância. E, sendo múltiplas as relações que podem se estabelecer por meio das plataformas, como visto, inúmeros são os vieses e as possibilidades de tratamento e discussão da matéria. Assim, para a análise que se fará na sequência, considerar-se-á apenas uma parcela dos trabalhadores que desenvolvem suas atividades por meio da internet, notadamente os criadores de conteúdo em redes sociais, a fim de se avaliar de que maneira o princípio da igualdade tem sido aplicado em tais relações.

4 A DISCRIMINAÇÃO E AS CONDIÇÕES DESFAVORÁVEIS AOS GRUPOS VULNERÁVEIS EM PLATAFORMAS DIGITAIS

A edição de 2022 do Relatório *Creators e Negócios*, da YouPix e Brunch, que objetiva apresentar “perspectiva do mercado de influência do Brasil em 2022”, aponta dados relevantes sobre as condições em que têm se desenvolvido as atividades dos criadores de conteúdo em plataformas digitais, conhecidos por muitos como *creators*, *digital influencers* ou influenciadores digitais.

Esse segmento de profissionais engloba as pessoas que produzem e compartilham conteúdos dos mais variados tipos e formatos (vídeos, fotos, textos etc.) em redes sociais, voltados normalmente para um nicho específico de pessoas (um público-alvo) que as acompanham (seus seguidores). Pela grande visibilidade que os criadores de conteúdo alcançam dentro de seus nichos de atuação, muitos deles firmam contratos com marcas que buscam a divulgação de seus produtos. É nesse sentido que se convencionou falar em um mercado de influência, que atrai agências, patrocinadores, publicitários e anunciantes dos mais diversos ramos.

O Relatório *Creators e Negócios*, feito com base em pesquisa online respondida por *creators*, aponta que o mercado de influência acontece majoritariamente na região sudeste do Brasil

(61,5%), sendo que quase metade (46,2%) dos influenciadores estaria no estado de São Paulo e a maioria (77,1%) viveria em capitais ou regiões metropolitanas. Na sequência, aparecem o Nordeste (16,2%), o Sul (14,6%), o Centro-oeste (4,8%) e o Norte (1,3%).

Além disso, a pesquisa relata que a maioria do grupo é de pessoas brancas (63,1%) e que, apesar de se ter notado certo aumento de visibilidade dos criadores indígenas (em virtude do recente foco nos debates sobre a Amazônia e o clima) e de pretos (em razão das conversas sobre diversidade e inclusão), ainda pouco se percebe um real crescimento no número de criadores não brancos. De acordo com as conclusões do relatório, isso justificaria o fato de 60,5% dos *creators* que responderam à pesquisa não considerarem o mercado de marketing de influência inclusivo, tendo sido pontuado também que “ainda percebemos pouca inclusão em alguns segmentos e sua participação está mais em setores criativos do que em nichos mais técnicos” (YOUPIX ; BRUNCH, 2022, p. 14).

Ainda, a pesquisa conclui que as mulheres são o que movimenta esse setor da economia, mas os homens estão ganhando em média mais. Isso porque as mulheres representariam 63,4% do setor, mas a média de remuneração é mais alta quando se considera o grupo dos homens. A título de exemplo, a pesquisa pontua que, entre mulheres brancas moradoras do Sudeste em uma capital, apenas 2,8% possuem renda acima de R\$ 20.000,00. Já para os homens brancos moradores do Sudeste em uma capital, o número sobe para 11,1%. Quando se considera o grupo de mulheres e homens não brancos moradores das demais regiões, as estatísticas também favorecem os homens.

O relatório também aponta que o grupo que se identifica como LGBTQIA+ corresponde a 34,1%. Assim, os influenciadores LGBTQIA+ equivalem a cerca de 1/3 do total e a pesquisa não identificou um crescimento de sua participação no mercado, seja do ponto de vista numérico, seja na diversificação dos segmentos.

Por fim, interessante pontuar ainda que, de acordo com o relatório, 43,1% dos participantes afirmaram já terem recebido discurso machista ou sexista nas redes; 34% afirmaram já terem recebido discurso racista e 29,7%, discurso LGBTfóbico. Vale destacar os trechos de dois depoimentos presentes no relatório, que, de acordo com a pesquisa, correspondem a relatos de mulher cis e preta (da Bahia) e mulher cis e branca (do Rio Grande do Sul), respectivamente:

Conheço casos em que o *creator* com o mesmo conteúdo ou conteúdo similar ao de um branco não rende, mesmo fazendo conteúdo melhor ou o branco dizendo que se inspirou naquele preto, há muitos casos que desmotivam e essa desmotivação não vem apenas do lugar de síndrome do impostor ou impostora, vem do racismo e o mercado está zero preparado para ouvir isso sem que nos coloque na condição de vítima. Recentemente recebi o convite para comparecimento a um evento de uma grande marca de cosméticos veganos Br. A mulher responsável pelo convite, primeiro, não sabia onde moro, fez o convite para eu aparecer em SP, morando em Salvador. Quando expliquei elegantemente ela disse que poderia assistir online. No segundo convite, ela errou meu nome. Fico me questionando se ela erraria 2x com uma influenciadora branca. São muitas questões e as marcas não estão preparadas para realizar qualquer tipo de reparação histórica. (Mulher Cis, Preta, Bahia). (YOUPIX; BRUNCH, 2022, p. 19).

Como criadora de conteúdo de jogos, sendo mulher, os discursos de ódio se propagam para que a desistência seja uma opção. Criar conteúdo não tem sido fácil, mas é uma ferramenta de resistência e de importância pra comunicar e demonstrar exemplos. (Mulher Cis, Branca, LGBTQIA+, Rio Grande do Sul). (YOUPIX; BRUNCH, 2022, p. 21).

A partir dos dados disponibilizados pelo relatório, percebe-se que, apesar de a internet ter sido inicialmente pensada por muitos a partir do princípio da neutralidade da rede, ou seja, a partir da

ideia de que se deve permitir condições isonômicas de acesso à rede e às informações, a realidade vem demonstrando que a rede reproduz preconceitos do mundo “não virtual”.

Um primeiro aspecto a se considerar é que as redes são operadas por seres humanos. Logo, especialmente nas relações que se desenvolvem em redes sociais, em que há trocas entre os usuários, é de se esperar que em alguma medida as pessoas vão reproduzir suas crenças, suas preferências, seus valores e, também, seus preconceitos, em sua atuação no mundo digital. No caso dos influenciadores digitais, como eles dependem de sua troca e conexão com um determinado público, que com eles se identifica, para que seus conteúdos alcancem visibilidade e destaque, essa situação se agrava, sendo eles impactados mais diretamente. Em outras palavras, uma pessoa que é racista, será racista no “mundo offline” e continuará sendo quando migrar para o universo digital. Logo, essa pessoa provavelmente criará uma identificação, conexão e preferirá acompanhar influenciadores digitais que sejam brancos.

Assim, uma análise superficial da questão poderia sugerir, por exemplo, que o fato de um influenciador negro ter renda mais baixa que um branco (conforme dados do Relatório *Creators e Negócios*) é consequência do próprio racismo estrutural e institucional que enfrentamos diariamente no “mundo offline”. Por essa lógica, a princípio, poder-se-ia dizer que um influenciador negro ganha menos, pois atrai um público menor de seguidores; e atrai um público menor, pois a população ainda é revestida de preconceito racial.

No entanto, a questão não é tão simples e comporta outra dimensão que não pode ser ignorada. É que as plataformas digitais não são neutras, nem transparentes, elas são desenvolvidas de acordo com o que seus criadores priorizam e desejam colocar no mundo. Conforme ensina O’Neil (2016), os algoritmos das plataformas nada mais seriam do que modelos matemáticos e, ao criar um modelo matemático, ainda que se

busque a imparcialidade, o modelo sempre refletirá os objetivos e as ideologias de seu criador, que decide o que é importante o suficiente para ser incluído no modelo e o que é desnecessário. Assim, importante avaliar não apenas quem desenvolveu o código, mas o que aquela pessoa ou empresa busca com o algoritmo.

Ocorre que os algoritmos das plataformas digitais são tratados por essas empresas como segredo de negócio, inexistindo transparência sobre seu funcionamento. É nesse sentido que Rocha, Porto e Abaurre (2020) explicam que os algoritmos das plataformas digitais podem ter vieses discriminatórios nas decisões automatizadas. Os autores esclarecem que não necessariamente o programador do código ou a empresa para a qual ele codifica é racista, por exemplo, mas como o algoritmo é reflexo do nosso mundo ele pode expandir padrões discriminatórios existentes na sociedade.

Caso emblemático sobre o tema foi o protagonizado pela empresa Amazon, quando em 2019 sua inteligência artificial se revelou sexista nos resultados de processo seletivo automatizado. É que quando criado o software foi ensinado a avaliar e selecionar currículos com base em banco de dados dos contratados ao longo de 10 anos, que continha lista composta majoritariamente por homens. Assim, o algoritmo passou a favorecer homens em detrimento de mulheres, perdendo sua neutralidade (ROCHA; PORTO; ABAURRE, 2020).

Casagrande (2020) também comenta sobre a utilização de algoritmos para controle da produtividade dos empregados da Amazon. Neste caso, descobriu-se que a empresa decidia sobre as demissões de empregados com base em software que eliminava os empregados mais “lentos” em suas tarefas, o que culminou na dispensa de trabalhadoras grávidas, que precisavam parar mais vezes para utilizar o banheiro.

Tais situações têm sido descritas como exemplo da chamada discriminação algorítmica, que seria justamente a discriminação que ocorre em plataformas ou por meio de softwares que utilizam

algoritmos enviesados, que reproduzem preconceitos, ainda que de forma indireta.

No caso dos influenciadores digitais, que trabalham com a produção e compartilhamento de conteúdo em plataformas, Rocha, Porto e Abaurre (2020) explicam que sua receita depende de como sua relevância é medida pelos algoritmos das redes, ou seja, por métricas como o número de seguidores, número de curtidas, cliques, comentários e compartilhamentos em suas postagens etc. É por meio dessas interações que os criadores de conteúdo monetizam seus canais e atraem marcas e contratos para publicidade. Em outras palavras, “a remuneração que essa categoria de trabalhadores digitais recebe por suas interações nas redes sociais virtuais é baseada em métricas de alcance e taxas de engajamento de seus perfis, as quais são definidas por algoritmos” (ROCHA; PORTO; ABAURRE, 2020, p. 4).

Isso porque o mercado parte do pressuposto de que um influenciador que tem um público grande e engajado, que acompanha e interage com suas postagens de conteúdo, e que tem alto número de cliques, visualizações e compartilhamentos de seus conteúdos possui maior poder de influência e mais chances de, por exemplo, convencer seu público-alvo a consumir determinado produto, de determinada marca, o que lhe poderá render mais contratos de publicidade, além de visibilidade no mercado.

Ocorre que essas métricas (como o número de cliques, visualizações, compartilhamentos) estão diretamente relacionadas e são dependentes do modo de funcionamento do algoritmo das plataformas. A grande maioria das plataformas utilizadas atualmente por influenciadores funciona com base em sistema de recomendações personalizadas aos usuários. Por meio desse mecanismo, os vídeos e fotos que chegam até o usuário da rede social são aqueles personalizados especialmente para ele, ou seja, são conteúdos que o algoritmo entende como relevantes e em conformidade com os gostos daquele usuário. No entanto, não se sabe de que forma tais escolhas são feitas e quais critérios o

algoritmo considera para recomendar ou deixar de recomendar determinado vídeo, por exemplo, a uma pessoa.

Assim, cria-se um cenário em que a plataforma tem total discricionariedade para fazer, por exemplo, com que determinado vídeo se torne viral, sendo visto por milhares de pessoas a partir das recomendações feitas, ou, por outro lado, pode fazer com que determinado vídeo tenha pouca visibilidade ou até mesmo seja removido da plataforma, sem maiores explicações dos critérios que embasaram suas escolhas.

Dessa forma, a possibilidade de que algoritmos assumam vieses que favoreçam determinado público injustificadamente e prejudiquem outros, de maneira discriminatória, não só tem o condão de prejudicar os trabalhadores produtores de conteúdo na internet, como vão de encontro ao princípio da igualdade e a todas as normas nacionais e internacionais que vedam a discriminação e a desigualdade, já comentados. Além disso, a ausência de transparência sobre o funcionamento dos algoritmos das plataformas e sobre os critérios que levam uma rede social a categorizar determinado conteúdo como relevante e recomendá-lo a seus usuários e outro como não relevante, sendo entregue a poucas pessoas, gera insegurança a todos os usuários, afetando especialmente os que dependem financeiramente dessas plataformas, como os criadores de conteúdo.

Interessante observar que a matéria já vem sendo questionada e já começou a ser enfrentada pelo Judiciário em alguns locais. Nos Estados Unidos, em 2020, usuários negros e hispânicos do YouTube propuseram ação coletiva em face da plataforma, afirmando que ela estaria restringindo e removendo conteúdos de criadores negros e hispânicos por motivos raciais (AGÊNCIA REUTERS, 2023). No entanto, o juiz da ação não entendeu que restou comprovada a conduta discriminatória da empresa.

Nesta linha, Rocha, Porto e Abaurre (2020) destacam que, em 2020, o TikTok se desculpou por ter ocultado da visualização dos usuários, através de algoritmos, as postagens relacionadas às

hashtags #BlackLivesMatter e #GeorgeFloyd, ambas relacionadas a causas raciais. Ainda, ressaltam que o Facebook e o Instagram foram convocados a examinar seus algoritmos e tornar as plataformas mais seguras e justas para todos, enfrentando auditorias de direitos civis por terem sido acusados de suprimir vozes negras e não remover conteúdos postados por grupos supremacistas. Inclusive, a CEO do Instagram teria admitido que pessoas negras são constantemente tratadas de forma inadequada pela rede.

Além disso, os autores também chamam atenção para a iniciativa de influenciadoras negras, que em 2020 teriam, por meio da página @theinfluencergap (não mais disponível), realizado denúncias acerca das disparidades remuneratórias entre as mulheres criadoras de conteúdo negras e as brancas. De acordo com Rocha, Porto e Abaurre (2020), os relatos comprovavam que sistematicamente as influenciadoras negras recebiam remuneração menor para realizar o mesmo tipo de publicidade que influenciadoras brancas, sendo que em muitos casos suas métricas (número de seguidores, curtidas em vídeos etc.) eram semelhantes ou até maiores que as das influenciadoras brancas. Ainda, também se revelaram desiguais as oportunidades de contratação, as formas com que são tratadas por agências, marcas e plataformas intermediárias.

Percebe-se das pesquisas sobre o tema que, na medida em que vivemos em sociedade permeada por preconceitos, estes acabam se deslocando para o funcionamento dos algoritmos das plataformas digitais. Assim, as redes estão reproduzindo muitas das discriminações que lutamos para extinguir da vida em sociedade. No entanto, assim como as discriminações não podem ser aceitas nas “relações offline” e são vedadas por meio de vasta legislação e combatidas por meio de diversos mecanismos e pela ação de órgãos, instituições e organizações especializadas, elas também não podem ser aceitas na internet, devendo-se desenvolver mecanismos efetivos para combatê-las no meio digital também.

Dessa forma, a solução passa, inicialmente, por um dever de transparência das plataformas digitais, para que adotem critérios, revisem procedimentos e garantam que seus algoritmos são neutros e transparentes, sem vieses discriminatórios, para que se promova a inclusão, a diversidade e a não discriminação nas redes. É importante que as plataformas sejam cobradas e fiscalizadas com relação a esse dever, para que assumam um compromisso com a eliminação da discriminação algorítmica.

Por sua vez, necessária também a exigência de uma adequação de conduta dos anunciantes, patrocinadores, agências e marcas que trabalham com os influenciadores digitais, para que estejam atentos aos deveres de tratamento igual e equânime aos profissionais, sem discriminações por motivo de raça, gênero, origem ou qualquer outro *fator de discrimen* irrazoável. Podem ser implementados mecanismos como o compartilhamento de relatórios com as autoridades estatais, para que se garanta a transparência e se permita a fiscalização sobre o setor.

Importante mencionar que, quando se fala em tratamento igual e equânime desses profissionais, deve-se pensar tanto no viés da igualdade de oportunidades como na igualdade de remuneração. Neste aspecto, importante mencionar que, muito embora as agências e os anunciantes possam defender que as contratações e a remuneração pactuada são baseadas nos números de cada influenciador (número de seguidores, de curtidas, compartilhamentos, ou seja, seu alcance, visibilidade e engajamento), essa alegação só é válida em certa medida. Isso porque, a partir do momento em que tal argumentação começa a ser utilizada para justificar a perpetuação de discriminações, perde sua validade. Importante, portanto, que se busque a diversidade nas contratações e se pense em critérios razoáveis, que levem em consideração o trabalho do influenciador e sua relevância em seu nicho de forma mais ampla, para que sua remuneração seja justa.

Finalmente, relevante pontuar que a organização dos influenciadores digitais como classe, seja por meio de associações,

entidades sindicais ou, até mesmo, na forma de reunião de grupos e de trocas mais informais, também assume papel fundamental na resolução do tema. No entanto, por tratar-se de ramo em que as atividades se desenvolvem remotamente, pelo meio digital, com cada profissional em sua casa e em seu celular ou computador, a formação de um senso de coletividade e de solidariedade, essenciais para a organização coletiva, ficam enfraquecidas.

Nesse sentido, Vallas e Schors (2020) ensinam que, diante da dificuldade de sindicalização e de formação de ações coletivas entre os trabalhadores de plataformas, alguns pesquisadores já defendem a adoção de estratégias alternativas para o setor. Um exemplo é o de aplicativo (JORNALER@) criado para uso de diaristas que obtêm oportunidades de serviços por meio de plataformas digitais. Nesse aplicativo as diaristas teriam espaço para denunciar os contratantes que não são confiáveis, que não pagaram sua remuneração etc. Iniciativas semelhantes podem ser replicadas para outros grupos de trabalhadores de plataformas.

Por fim, não obstante as dificuldades que os influenciadores digitais podem enfrentar para a organização coletiva, o trabalho de Rocha, Porto e Abaurre (2020) esclarece que já existem organizações coletivas de *influencers* surgindo em alguns países, como o *The Creator Union*, no Reino Unido, e o *The American Influencer Council*, nos Estados Unidos. Os autores explicam que os coletivos teriam surgido com o intuito de proteger os direitos dos influenciadores frente às práticas discriminatórias que incluem os efeitos dos algoritmos enviesados e seus organizadores afirmariam que “a sindicalização pode levar a práticas comerciais mais justas e melhores condições de trabalho para os influenciadores e para as partes interessadas” (ROCHA; PORTO; ABAURRE, 2020, p. 17).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O princípio da igualdade é consagrado na Constituição Federal como um direito fundamental e um princípio orientador

de nosso sistema jurídico. Nesse sentido, o Direito do Trabalho trata o enfrentamento às discriminações nas relações de trabalho como uma de suas prioridades. A vedação a qualquer forma de discriminação injusta, como a fundada na raça, no gênero, na origem, no credo, entre outras, encontra respaldo não apenas na legislação pátria, mas em diversos instrumentos internacionais que tratam do tema.

Apesar disso, pouco se discute sobre a discriminação que se opera nas relações travadas no meio digital. É que, com o desenvolvimento tecnológico e o surgimento das plataformas digitais, muitas foram as novas relações, inclusive as de trabalho, que despontaram. Ocorre que se tem observado que as redes estão reproduzindo os mesmos preconceitos que buscamos erradicar do mundo *offline*.

Isso porque, sendo as plataformas e os algoritmos criados e codificados por seres humanos, se tem visto que muitos algoritmos não são neutros, mas enviesados, de acordo com as prioridades de seu criador, o que, em muitos casos, ocasiona discriminações. Essa discriminação algorítmica torna-se ainda mais grave quando se trata de trabalhadores, que dependem financeiramente justamente da plataforma que os discrimina.

É o que se tem visto ocorrer entre os criadores de conteúdo de plataformas, os chamados influenciadores digitais. Segundo pesquisas, mulheres, pessoas negras e membros de outros grupos vulneráveis, em média têm tido menos oportunidades e recebido remunerações mais baixas. No entanto, a discriminação desses grupos não pode ser justificada, nem tolerada, indo de encontro às normas que proíbem a discriminação injusta de trabalhadores. Cabe então refletir sobre a atuação do Direito do Trabalho e de seus operadores frente a essas novas relações de trabalho e de que forma pode-se garantir que os trabalhadores não sejam discriminados sem justo motivo.

Dessa forma, defende-se que a questão deve ser enfrentada, sendo certo que uma solução efetiva da matéria passa por

três frentes. A primeira refere-se às ações de cobrança e fiscalização das plataformas digitais, que devem garantir que seus algoritmos sejam o máximo possível neutros e não reproduzam discriminações. A segunda frente é de ação junto às agências, anunciantes e marcas que fazem parcerias com os influenciadores digitais, que precisam observar a legislação e oferecer igualdade de oportunidades e remuneração aos influenciadores com que trabalham. Por fim, importante que os influenciadores desenvolvam uma consciência coletiva e de solidariedade, a fim de que possam organizar ações coletivas que busquem igualdade de tratamento para toda a categoria.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA REUTERS. Juiz rejeita processo de preconceito racial de criadores de conteúdo negros e hispânicos contra YouTube.

Época Negócios, Rio Janeiro, 17 ago. 2023. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/08/youtube-derrota-processo-de-preconceito-racial-de-criadores-de-conteudo-negros-e-hispanicos.ghtml>. Acesso em: 28 set. 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2024]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 19 fev. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 5.452, de 1 de maio de 1943**. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. Rio de Janeiro: Presidência da República, [2023]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del5452.htm. Acesso em: 19 fev. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 9.029, de 13 de abril de 1995**. Proíbe a exigência de atestados de gravidez e esterilização, e outras práticas discriminatórias, para efeitos admissionais ou de permanência da relação jurídica de trabalho, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2015].

Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9029.htm. Acesso em: 27 fev. 2024.

BRASIL. Decreto-Lei nº 14.611, de 3 de julho de 2023.

Dispõe sobre a igualdade salarial e de critérios remuneratórios entre mulheres e homens; e altera a Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. Brasília, DF: Presidência da República, [2023]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/L14611.htm. Acesso em: 27 fev. 2024.

BRASIL. Decreto-Lei nº 41.721, de 25 de junho de 1957.

Promulga as Convenções Internacionais do Trabalho de nº 11, 12, 13, 14, 19, 26, 29, 81, 88, 89, 95, 99, 100 e 101, firmadas pelo Brasil e outros países em sessões da Conferência Geral da Organização Internacional do Trabalho. Brasília, DF: Presidência da República, [2019]. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=41721&ano=1957&ato=4calTVU1ENNRVTfec>. Acesso em: 27 fev. 2024.

BRASIL. Decreto-Lei nº 62.150, de 19 de janeiro de 1968.

Promulga a Convenção nº 111 da OIT sobre discriminação em matéria de emprego e profissão. Brasília, DF: Presidência da República, [2019]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/d62150.htm. Acesso em: 27 fev. 2024.

CASAGRANDE, Cassio. O direito do trabalho dos Flinstones aos Jetsons e o caso Amazon. **Revista Eletrônica [do] Tribunal Regional do Trabalho da 9ª Região**, Curitiba, v. 9, n. 86, p. 143-151, mar. 2020. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12178/207513>. Acesso em: 19 fev. 2024.

CAVALLINI, Gionata. Impactos das novas tecnologias nas relações de trabalho: qualificação do vínculo e subordinação. *In*: LUDOVICO, Giuseppe; ORTEGA, Fernando Fita; NAHAS, Thereza Christina (coord.). **Novas tecnologias, plataformas digitais e direito do trabalho**: uma comparação entre Itália, Espanha e Brasil. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). **Constitución de la Organización Internacional del Trabajo y Reglamento de la Conferencia Internacional del Trabajo**. Ginebra: OIT, 1998.

ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). **MPT e OIT se unem em projeto pela empregabilidade trans com chef Paola Carosella**. Brasília, 2018. Disponível em: https://www.ilo.org/brasil/brasilia/noticias/WCMS_629064/lang--pt/index.htm. Acesso em: 28 set. 2023.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of math destruction**. Nova Iorque: Crown, 2016.

ROCHA, Cláudio Jannotti da; PORTO, Lorena Vasconcelos; ABAURRE, Helena Emerick. Discriminação algorítmica no trabalho digital. **Revista de Direitos Humanos e Desenvolvimento Social**, Campinas, v. 1, p. 1-21, e205201, 2020. Disponível em: <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/direitoshumanos/article/view/5201>. Acesso em: 22 fev. 2024.

VALLAS, Steven; SCHOR, Juliet B. What do platforms do?: understanding the Gig Economy. **Annual Review of Sociology**, San Mateo, CA, v. 46, n. 1, p. 273-294, 30 jul. 2020. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-soc-121919-054857>. Acesso em: 22 fev. 2024.

YOUPIX ; BRUNCH. **Creators e Negócios 2022**. 2022. Disponível em: https://tag.youpix.com.br/2022_pesquisa_creators_negocios_2022. Acesso em: 22 dez. 2022.