

۲۵۳
فلاخن

مبارزات کارگران پیک در برزیل

شرایط کاری و تشکلیابی جمعی در دوره‌ی کرونا

لودمیلا کوزنتک ابیلو | افا نل گرومان | هنریک چورا اندوینی

ترجمه: همسنگی ادنا



مبارزات کارگران پینگ در برزیل شرایط کاری و تشکیل یابی جدیدی در دوره کرونا

لودمیلا کوزتک ابیلو | رافائل گرومان | هنریک چوراندویز
ترجمه: هسته ای ادنا

مقدمه‌ی ترجمه:

روشن است که ترجمه، مشاهده و دقت در تجربیات مبارزاتی بخش‌های گوناگون طبقه‌ی کارگر در کشورهای مختلف و دوره‌های تاریخی گوناگون هرگز به معنای امکان بهره‌گیری از تمامی جزئیات این تجربیات در جغرافیا و تاریخی متفاوت نیست. در این متن نیز علاوه بر تجربیات قابل توجهی مانند شکل‌گیری «پیک‌های ضدفاشیست» و نقش این تشکل صنفی-سیاسی در مبارزات صنفی و طبقاتی در برزیل، بر نقش سازنده‌ی «پائولو لیما» مشهور به «گالو» در این فرایند مبارزاتی تاکید شده است، کارگر مبارزی که با بهره‌گیری از انتشار ویدئوهایی از خودش در فضای مجازی به یکی از برجسته‌ترین چهره‌های جنبش مبارزاتی پیک‌های برزیل تبدیل شده است. مسئله برای ما از آنجایی آغاز می‌شود که این «ترکیب کاریزمای شخصی» و «انتشار تصاویر و حرف‌هایش در شبکه‌های مجازی» علی‌رغم «فاصله‌اش با شکل‌گیری و سازماندهی جنبش» به عنوان الگویی در برابر اشکال سنتی سازماندهی اتحادیه‌ای معرفی شده است و مصداقی از «شکل افقی سازمان‌دهی کارگران» به عنوان «مانعی در برابر ظهور یک رهبر، سازمان یا حزبی [...] که این کارگران را نمایندگی کند». گذشته از این که اگر شکلی از نظارت از سوی «پیک‌های ضدفاشیست» بر عملکرد پائولو لیما اعمال می‌شود در این متن به آن پرداخته نشده است.

تاکید بر کاریزمای شخصی او و کارکرد این کاریزما در فضای مجازی به سرعت ما را به یاد نمونه‌های مشابهی در ایران می‌اندازد که حضور در ابتدا کاریزماتیک آنان در فضای مجازی آرام آرام ارتباط خود این فعالان با کارگرانی که آنها را نمایندگی می‌کردند، منفصل کرده است. علاوه بر این جایگزینی اشکال سنتی سازماندهی اتحادیه‌ای - که به وضوح پاسخگوی نیازهای سازماندهی کارگران بی‌ثبات کار از جمله رانندگان پیک نیست - با کاریزمایی شخصی ممکن است برای زمانی محدود به نیازهای یک جنبش پاسخ بدهد اما در عین حال به معنای شکل‌گیری شکل جدیدی از رهبری است که نه تنها به نهادی پاسخگو و به این ترتیب قابل عزل و کنترل نیست بلکه همواره در معرض این مخاطره قرار دارد که با عملکردهای اشتباه یا حتی خیانت به طبقه‌ی کارگر کل امکانات یک جنبش را به میانجی «کاریزمای شخصی» خودش نابود کند. متوجهیم که شرایط اجتماعی برزیل، با انواع جنبش‌های سازمان‌یافته‌ی توده‌ای و تشکلهای و جمع‌ها و سازمان‌های مبارز و انقلابی که حضوری اجتماعی دارند، با شرایط ایران تفاوت‌های اساسی دارد اما منطق و ساختار موضوع مسئله‌مند در نهایت یکی است.

مقدمه‌ی نویسندگان:

در بحبوحه‌ی شیوع کرونا کارگران تحویل غذا در سراسر برزیل تشکل یافتند و عمل تاریخی سترگ و دوسویه‌ای را پیش بردند. از یک سو، این کنش موجب شد کارگرانی که به لحاظ اجتماعی نامرئی بودند به معرض دید درآیند، کارگرانی که در دهه‌های گذشته نقشی خطیر و اساسی در مدارهای مختلف انباشت ایفا می‌کردند، از جمله در بازارهای مالی و مسکن و به شکلی گسترده‌تر در کسب‌وکارهای مربوط به غذا به خصوص رستوران‌ها و سوپرمارکت‌ها. از سوی دیگر، این کارگران فضای شهری را به میدان مقاومت و سازمان‌دهی علیه شکل جدیدی از کنترل و مدیریت کار تبدیل کردند. در حال حاضر در برزیل، این پیک‌ها نه تنها رکن اصلی تضمین رعایت فاصله‌ی اجتماعی به شمار می‌روند بلکه در عین حال جمعی متشکل‌اند که شرایط کاری ناشی از «اوبری‌سازی» را آشکار کرده و اشکال جدید مقاومت را در واکنش به این اشکال جدید سلطه ابداع کرده‌اند. هدف این مقاله تحلیل شرایط کاری و سازمانیابی مستمر کارگران تحویل غذا طی دوره‌ی شیوع در برزیل است. بحث ما شامل تحلیلی تاریخی مبتنی بر تحقیقات تجربی است که طی هشت سال گذشته در مورد پیک‌های تحویل غذا در برزیل صورت گرفته و در کنار آن به اعتصابات کارگران تحویل غذا در جولای ۲۰۲۰ نیز می‌پردازیم. یافته‌های ما حاکی از دو مسئله است: ۱- مبارزه سیاسی ادامه‌داری با مشارکت نهادهای مختلف در جریان است و ۲- ارتباط کارگران از طریق پلتفرم‌های دیجیتالی اولین شکل تشکلیابی بوده است.

از منظر ترکیب‌بندی طبقاتی^۱ می‌توان شاهد مراحل اولیه‌ای از ترکیب‌بندی سیاسی بود که رانندگان برزیلی همراه با جریان مبارزات کارگری جهان به خصوص آمریکای لاتین در آن سهیم‌اند.

پیک‌های تحویل غذای پلتفرمی در برزیل

اگرچه زندگی پیک‌های تحویل کالا در برزیل مشابهت‌هایی با زندگی کارگرانی از همین دست در شیلی، انگلستان، آفریقای جنوبی و هند دارد ولی واجد ویژگی‌هایی منحصر به فرد نیز است. نگاهی دقیق‌تر به این پیک‌ها درک وسیع‌تری از فرایند جهانی دنیای کار فراهم می‌آورد که مطابق اشکال مختلف قلمروسازی^۲ نابرابری‌ها و ابزارهای استثمار کار را تولید و بازتولید می‌کند. «اوبری‌سازی»^۳ شکل خاصی از مدیریت، کنترل و سازمان‌دهی کار است که در حال حاضر دنیای کار را دربر گرفته. سازوکارهایی نظیر مدیریت و نظارت الگوریتمی و استخراج داده‌های کارگران روال‌هایی عمیقاً ریشه‌دار در مدیریت پلتفرم‌های دیجیتال^۴ هستند و البته باید به ویژگی‌هایی مختص به اقتصاد رانتی نیز توجه کرد.^۵ با این همه، ویژگی‌هایی هم وجود دارد که مختص آمریکای لاتین و به اصطلاح «جنوب جهانی» است، از جمله میراث اقتصاد غیررسمی و تناقضات ناشی از شرایط پسااستعماری. این جنبه‌ها را باید «در بستر تاریخ مبارزات مستمر سلب مالکیت‌شدگان، با همه‌ی پتانسیل‌های انقلابی و خطرات ارتجاعی‌شان، ریشه‌یابی کرد».^۶

از دید ما اوبری‌سازی فرایند غیررسمی ساختن کار است که مقارن با انحصاری‌سازی برخی شرکت‌ها صورت گرفته و باعث شده که توده‌ای از کارگران در دسترس تبدیل به کارگران موقت^۷ سروقت^۸ شوند. در این حالت نه تنها هیچ تضمینی در مورد میزان درآمد و ساعت‌های کاری وجود ندارد بلکه نحوه‌ی توزیع کار و قواعد قیمت‌گذاری

۱- Englert, S., J. Woodcock and C. Cant. "Digital workerism: Technology, platforms, and the circulation of workers' struggles." *tripleC: Communication, Capitalism and Critique* 18 (2020), 132–145.

۲-Graham, M. and M. Anwar. "The global gig economy: Towards a planetary labour market?" *First Monday* (2019), doi: <https://doi.org/10.5210/fm.v24i4.9913>. 24 (4)

۳-<https://capture.dropbox.com/NvyjqnQe1NgVU2zm>

۴-Ibid.; Woodcock, J. and M. Graham. *The gig economy: A critical introduction* (Cambridge: Polity, 2019).

۵-Sadowski, J. "The internet of the landlords: Digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism." *Antipode: A Radical Journal of Geography* 52 (2) (2020) 562–580

۶-Grohmann, R. and J. Qiu. "Contextualizing Platform Labor." *Contracampo* 22 (1) (2020), 1–15, at p. 5.

۷-Just-in-time workers: شکلی از به‌کارگیری موقت نیروی کار برای چند ساعت به جای استخدام تمام‌وقت کارگران. به شکلی از در دسترس بودن دائمی پیک‌ها برای تحویل سفارش تاکید دارد که آن‌ها را در موقعیت همیشه آماده به کار و گوش به زنگ قرار می‌دهد

۸-De Stefano, V. "The rise of the "just-in-time workforce": On-demand work, crowdwork and labour protection the "gig-economy"?" *Conditions of Work and Employment Series* 71 (Geneva: ilo, 2016); Abílio, supra, note 3. in

هم مبهم‌اند. همانطور که مشاهدات تجربی نشان داده‌اند این کارگران مدام باید تلاش کنند شیوه‌ی کار^۹ خود را حدس بزنند.^{۱۰} معادل‌سازی زمان کاری با زمان تولید امر تازه‌ای نیست و در واقع رکن اصلی ستیز میان سرمایه و کار را شکل می‌دهد. آنچه جدید است استفاده از ابزار سیاسی-فنی برای طرح‌ریزی و کنترل فرایند کار است^{۱۱} که اجرای به شدت حساب‌شده، برنامه‌ریزی‌شده، عقلانی‌شده و بی‌نقص-یا با توجه به مبارزات پیک‌های برزیلی تقریباً بی‌نقص- این معادل‌سازی را ممکن می‌سازد. این ابزارها همچنین تولید، گردش و استخراج داده‌های کارگران و مشتریان را ممکن می‌کنند که تبدیل به نوعی از سرمایه می‌شوند.^{۱۲}

مدیریت الگوریتمی که یکی از سازوکارهای اساسی کار پلتفرمی است این نبرد را سرعت بخشیده. سیاست الگوریتم‌ها^{۱۳} هم در طراحی خود پلتفرم^{۱۴} و هم در سوگیری‌های الگوریتمی متعاقب آن حضور دارد.^{۱۵} اگرچه مطالعات علم و فناوری^{۱۶} حاکی از آنند که الگوریتم‌های مربوط به بخش عمومی محصول مشترک خالقان آن و تعامل آنها با کاربرانشان هستند، در واقع این مقایسه‌ای بی‌تناسب است. الگوریتم پلتفرم‌های ارسال محموله در واقع مادی‌سازی نوعی عقلانیت نفولیرال و رانتی‌اند که در لفاف ایدئولوژی سیلیکون‌ولی پوشیده شده است.^{۱۷} معمولاً این جمله‌ها را زیاد می‌شنویم که «تقصیر الگوریتم است» یا «رییس من یک الگوریتم است». ولی در واقع شرکت‌های صاحب این پلتفرم‌ها این منطق را خلق می‌کنند، آن هم به سود خود و با هدف استخراج بیشترین میزان ارزش از کارگران. مدیریت شرکتی سرمایه‌دارانه تعیین می‌کند که طراحی یک پلتفرم باید بیشترین میزان

۹-Modus operandi

۱۰-Rosenblat, A. *Uberland: How algorithms are rewriting the rules of work* (Berkeley, ca: University of California Press, 2018); Möhlmann, M. and L. Zalmanson. "Hands on the wheel: Navigating algorithmic management and Uber drivers' autonomy." In *Proceedings of the International Conference on Information Systems (icis 2017)*,

۱۱-Zuboff, S. "Surveillance capitalism and the challenge of collective action". *New Labor Forum* 28 (1) (2019), 10-29). December 13-10, Seoul, South Korea (2017)

۱۲-Sadowski, J. "When data is capital: datafication, accumulation, and extraction." *Big Data and Society* 6(1) (2019), doi: <https://doi.org/10.1177/2053951718820549>.

۱۳-Gillespie, T. "The Relevance of Algorithms." In: *Media Technologies: essays on communication, materiality and society*, eds. T. Gillespie, P. Boczkowski and K. Foot (Cambridge, ma: mit Press, 2014), pp. 167-193.; Bucher, T. *If ... then: Algorithmic power and politics* (New York, ny: Oxford University Press, 2018).

۱۴-Costanza-Chock, S. *Design Justice* (Cambridge, ma: mit Press, 2020)

۱۵-Noble, S. *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism* (New York, ny: New York University Press, 2018); Eubanks, V. *Automating inequality: how high-tech tools profile, police, and punish the poor* (New York, ny: St. Martin's Press, 2018)

۱۶- Gillespie, supra, note 11.

۱۷-W ,Liu, *Abolish Silicon Valley*, (2020 ,Penguin :London).

درگیر شدن با پلتفرم را به دنبال داشته باشد و شدیداً مروج و مشوق انجام کار بیشتر باشد. مدیریت الگوریتمی امکانی است برای اینکه بتوان شیوه‌های زندگی، مناسبات، خط‌سیرها و نابرابری‌های اجتماعی را به داده‌هایی قابل مدیریت برگرداند و سازوکارهای نابرابری و استثمار کارگران را با بهره‌گیری از بازاریابی‌های نژادی، جنسیتی و طبقاتی در ژئوپولیتیک پلتفرم‌های کاری^{۱۸} تولید و بازتولید کرد.^{۱۹}

همچنین باید توجه داشت فرایندهای تصاحب اشکال عموماً حاشیه‌ای زندگی در کار بوده است که متعاقباً به نحوی متمرکز مدیریت شده‌اند. به این ترتیب شاهد شکل جدیدی از غیررسمی‌سازی کار هستیم که ویژگی‌های ساختاری موجود در بازارهای کار حاشیه‌ای را به خود می‌گیرد و آنها را مطابق شکل‌های جدید مدیریت الگوریتمی کار در می‌آورد که در آن هیچ پوشش محافظتی اجتماعی برای کارگران وجود ندارد.^{۲۰}

در مورد کار پیک‌ها شاهد تغییری در شرایط کاری هستیم که پیش از این هم موقتی و خطرناک بودند و حالا از طریق این شکل جدید کنترل و مدیریت کار استحاله پیدا کرده‌اند. ظهور شرکت‌های اپلیکیشن‌محور مناسبات کار را عمیقاً متحول کرده و صورت‌بندی جدیدی به آن بخشیده است. اولین شرکت از این نوع در سال ۲۰۱۲ در سائوپالو، ریودوژانیرو، سالوادور و سانتوس شروع به کار کرد. امروز شرکت‌های لوگی،^{۲۱} آی‌فود،^{۲۲} رپی،^{۲۳} و اوبرایتز^{۲۴} انحصار این بخش را با صدها هزار کارگر تحویل محموله در سراسر کشور بدست گرفته‌اند.

افزایش شدید در بی‌ثباتی شرایط کاری کارگران تحویل محموله را می‌توان هم در افزایش ساعت کاری و هم در کاهش ارزش کار دید. ولی این همه‌ی ماجرا نیست. اعتصاب پیک‌ها در دوره‌ی شیوع شرایط کارگران را به معرض دید آورد، کارگرانی که حالا تبدیل شده‌اند به کارگران موقتِ سروقت.^{۲۵} «کارگر مبتنی بر تقاضا»^{۲۶} بودن، یعنی همان چیزی که کارگران تحویل محموله هستند، به معنای آن است که باید در انتظار صدای بوق اپلیکیشن

۱۸- Abilio, L. "Digital platforms and uberization: towards the globalization of an administrated South?" *Contracampo—Brazilian Journal of Communication* 39 (2020), available online at https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38579/html_en (accessed 18 March 2021); Graham and Anwar, *supra*, note 2.

۱۹- Eubanks, *supra*, note 13. Abilio, *supra*, note 3; Abílio, *supra*, note 16; Casilli, A. *En attendant les robots: Enquête sur le travail du clic* (Paris: Seuil, 2019)

۲۰- Abilio, *supra*, note 3; Abílio, *supra*, note 16; Casilli, A. *En attendant les robots: Enquête sur le travail du clic* (Paris: Seuil, 2019)

۲۱- Loggi

۲۲- Ifood

۲۳- Rappi

۲۴- UberEats

۲۵- Abílio, *supra*, note ۳; De Stefano, *supra*, note ۷.

۲۶- on-demand worker

ساعت‌ها در شهر بچرخید و درحالی‌که سرتان را روی کوله‌پشتی‌تان گذاشته‌اید در میدان‌های شهر بخوابید، چون تقاضاها کم شده و تو هم نمی‌توانی سی کیلومتر تا خانه رانندگی کنی و دوباره سر کار برگردی.

سال ۲۰۱۲ قبل از پلتفرمی‌سازی کار،^{۲۷} در مصاحبه‌ای که با گروه کوچک ۴۵ نفره‌ای در سائوپائولو صورت گرفت، معلوم شد فقط ۱۱ درصد آنها درآمدی کمتر از دوبرابر حقوق پایه‌ی ماهانه دارند. در واقع ۸۹ درصد آنها دوبرابر یا کمی بیشتر از حداقل دستمزد درآمد داشتند، که در میان‌شان ۴۰ درصد بیشتر از سه برابر و ۹ درصد هم بیشتر از پنج برابر حداقل دستمزد درآمد کسب می‌کردند. روند اوپری‌سازی به کاهش ارزش کار منجر شده درحالی‌که ساعات کاری طولانی را یا حفظ کرده یا افزایش داده است. یک پیمایش گروهی که در سال ۲۰۲۰^{۲۸} با شرکت ۲۷۰ پیک در سراسر کشور انجام شده نشان می‌دهد که پیش از شیوع ۴۷.۷ درصد پیک‌ها فقط دوبرابر حداقل دستمزد درآمد داشته‌اند. و در دوره‌ی کرونا وضع بدتر هم شده. درحالی‌که پلتفرم‌های دیجیتالی با افزایش تصاعدی درخواست ارسال مواجه بودند، درآمد کارگران کاهش بیشتری یافته: ۷۳.۳ درصد دوبرابر حداقل دستمزد درآمد داشته‌اند، در حالی‌که ۳۴.۴ درصدشان درآمدی معادل حداقل دستمزد داشته‌اند. کارگران پیک در شهر سائوپائولو معمولاً جوان‌های سیاه‌پوست برزیلی هستند که پیش از این بیکار بوده و حالا ده ساعت در روز برای ۲۰۰ دلار در ماه کار می‌کنند.^{۲۹} در مارس ۲۰۲۰ تعداد درخواست غذا در پلتفرم‌های برزیل ۷۷ درصد افزایش یافته.^{۳۰} با این حال، همانطور که ایلو و سایرین^{۳۱} نشان داده‌اند، پیک‌ها بیشتر و سخت‌تر کار می‌کنند و درآمدی کمتر از پیش بدست می‌آورند. برای مثال، خانه‌نشین شدن مردم به تقاضای بیشتر برای خدمات پیک‌ها منجر شده.

مارتو، یکی از پیک‌موتوری‌هایی که سال ۲۰۱۸ با او مصاحبه کردیم، از کارش بیرون آمده بود تا در عوض در یکی از شرکت‌ها به عنوان راننده‌ی رسمی کار کند. او که آن زمان ۳۹ ساله بود و قبل از آن ۱۵ سال پیک‌موتوری بوده، خیلی خوب ویژگی‌های روند اوپری‌سازی را توصیف می‌کند:

۲۷- Grohmann and Qiu, supra, note 6

۲۸- Abilio, L., P. Almeida, H. Amorim, A.C. Cardoso, V. da Fonseca, R. Kalil and S. Machado "Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a Covid-19." *Revista jurídica Trabalho e Desenvolvimento humano* 3 (2020), doi: <https://doi.org/10.33239/rjtdh.v.74>.

۲۹- Aliança Bike. Pesquisa de perfil de entregadores ciclistas de aplicativo (São Paulo: Aliança Bike, 2019).

۳۰- Larghi, N. "Com quarentena, apps de entregas são oportunidade para trabalhadores e comércios". *Valor Investe* (2020), available online at <https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2020/04/02/comquarentena-apps-de-entregas-sao-oportunidade-para-trabalhadores-e-comercios.ghtml> (accessed 18 March 2021).

۳۱- Abilio et al., supra, note 21.

قبلا من و چندتا از همکارانم هدفی را برای خودمان معلوم می‌کردیم، مثلا می‌گفتیم تا ساعت شش یا نهایتا هفت عصر روزی ۳۰۰ رئال برزیل دریاوریم... آن وقت‌ها شدنی بود، ولی امروز دیگر نمی‌شود (...). حالا شرکت شما را مجبور می‌کند عملا تا نیمه‌شب.. تا ساعت ۱۱ شب در خیابان کار کنید (...). من قبلا خیلی کار پیکی انجام می‌دادم بدون اینکه خیلی استرس و نگرانی داشته باشم. الان [اوقاتی که به دنبال سفارش هستم] از چرخیدن با موتور بیشتر خسته می‌شوم و بیشتر پول خرج می‌کنم تا وقتی واقعا دارم سفارشی را تحویل می‌دهم. خدای من از سال گذشته استرس، نگرانی، خستگی، کمردرد و وضعیت عصبی‌ام، همه چیز بدتر شده. چون بیشتر وقت‌ها با موتور می‌چرخم به جای اینکه واقعا کار کنم، چون مجبورید مدام در حرکت باشید.»

حالا کنترل بخش ارسال محموله فقط در دست چند شرکت پلتفرمی است و بسیاری از بنگاه‌هایی که خدمت پیک موتوری ارائه می‌دادند، دیگر نمی‌توانند تاب بیاورند. طی دهه‌ی گذشته شاهد انحصار و مرکزیت یافتن شرکت‌هایی هستیم که روی کارهای مبتنی بر تقاضا متمرکزند. به دلیل دسترسی آسان به این نوع کارها که مثلا گزینش یا محدودیتی روی تعداد کارگران ندارند، کار ارسال محموله به ابزار درآمدی آسان و فوری بدل شده است. تعداد کارگرانی که با این شرکت‌ها کار می‌کنند افزایش بسیاری داشته (به خصوص در بحبوحه‌ی بحران اقتصادی ناشی از شیوع) طوری که شاهد صف‌های انتظار طولانی برای تایید ثبت نام و دسترسی به اپلیکشین برای کار ارسال هستیم.^{۳۲} به گفته‌ی آلیانکا بایک شهر سائوپائولو در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ شاهد «افزایش سالانه‌ی ۵.۴ برابری»^{۳۳} در تعداد کارگران ارسال غذا بوده است. شیوع کرونا این وضعیت را تشدید کرده و تعداد درخواست ثبت نام برای کار به عنوان پیک در آی فود سه برابر شده و در رپی ۱۲۸ درصد بیشتر از همین دوره در سال ۲۰۱۹ بوده است.^{۳۴}

اگرچه در این دهه شاهد تغییراتی در شرایط کاری و اشکال مختلف مادون‌سازی کار پیک موتوری بوده‌ایم در عین حال شاهد ایجاد حرفه‌ای هستیم مبتنی بر رابطه‌اش با شرکت‌های پلت فرمی. با اینکه کار پیک‌های دوچرخه‌ای از قبل در سطح محلی وجود داشت و تعداد اندکی کارگر را استخدام کرده بود، ظهور کسب و کارهای پلتفرمی این نوع کار را در قالب فعالیتی فراگیر درآورد که معمولا توسط جوانان سیاه‌پوست ساکن حومه‌های

۳۲- Tomazelli, I. "Trabalhador enfrenta fila de espera para se tornar entregador em aplicativos". uol (2020), available online at <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao- conteudo/2020/07/19/trabalhador-enfrenta-fila-de-esperapara-se-tornar-entregador-em- aplicativos.html> (accessed Mar. 18, 2021).

۳۳- Aliança Bike, supra, note 22.

۳۴- Tomazelli, supra, note 25.

شهر انجام می‌شود. با این حال از دید اکثر کسانی که تا پیش از این هم این کار را انجام می‌دادند، این شغل جدید تحت نوع جدیدی از مدیریت و کنترل کار سر برآورده و سازمان یافته است.

در حال حاضر در برزیل کمتر از ۶۶ شرکت خدمات، ارسال کالا را با دوچرخه انجام می‌دهند که قالب پلتفرمی ندارند.^{۳۵} این شرکت‌ها کسب‌وکارهایی محلی یا تعاونی‌هایی هستند شامل شرکت‌های کوچک محله‌محور که گالن‌های آب آشامیدنی را ارسال می‌کنند و نیز گروه‌های ایدئولوژیکی که از نظرشان دوچرخه‌ها و تعاونی‌ها اشکال سیاسی‌شده‌ی کسب درآمد و سازمان‌دهی کارگران هستند.

در برزیل این نوع کار مستقیماً از طریق شکل اوپری‌شده‌ی آن اهمیت یافته که متفاوت از شیوه‌ی تحول شغل پیک‌های دوچرخه‌سوار در آمریکا یا اروپاست. می‌توان روایت تاریخی پیک‌های دوچرخه‌سوار را از اواخر قرن نوزدهم پی گرفت.^{۳۶} هرلی^{۳۷} معتقد است اسنادی وجود دارد که نشان می‌دهد پیک‌های دوچرخه‌سوار از سال ۱۸۷۰ در بورس پاریس به کار گرفته می‌شدند. در دهه‌ی نود همین قرن، شرکت وسترن‌یونیون آمریکای شمالی از خدمات نامه‌رسانی به اصطلاح «پسران تلگراف‌بر» در شهرهای نیویورک، سان‌فرانسیسکو و دیگر شهرهای بزرگ استفاده می‌کرد.

دهه‌ی ۱۹۷۰ در اروپا و دهه‌ی ۱۹۸۰ در آمریکا دوران احیای پیک‌های دوچرخه‌سوار است که مشخصاً در شکل تعاونی مطرح بودند.^{۳۸} در این دوره با گروهی از دوچرخه‌سواران طرفیم که گرد هم جمع می‌شدند و تعاونی‌های کوچکی تشکیل می‌دادند و به شیوه‌ای غیردیجیتالی و با یک خواست سیاسی قوی سازمان یافته بودند.^{۳۹} این گروه‌ها در برزیل هم وجود دارند و نحوه‌ی شکل‌گیری و زیباشناسی آنها برگرفته از همین گروه‌های اروپایی و آمریکای شمالی است. پدال اکسپرس^{۴۰} و گراکسیام بیستترگاس^{۴۱} در شهر پورتو آلگره و سینوریتا کوریر^{۴۲} در سائوپائولو نمونه‌ای از این گروه‌ها هستند.

۳۵- Aliança Bike. *Ciclogística Brasil*. (São Paulo: Aliança Bike, 2020).

۳۶- Fincham, B. *Bicycle Couriers in the 'New' Economy*. Working Paper Series Paper 46. (Cardiff Cardiff University, 2004); Herlihy, D. *Bicycle: the History* (New Haven, ct: Yale University Press, 2004); San Francisco Bicycle Messenger Association. *A History of Bike Messengering in San Francisco* (San Francisco, ca: San Francisco Bicycle Messenger Association, 1996)).

۳۷- Herlihy, supra, note 29.

۳۸- Ibid

۳۹- Ibid

۴۰- Pedal Express

۴۱- Graxiam Bicientregas

۴۲- Señoritas Courier

امروزه بیشتر کارگران ارسال محموله در سراسر جهان با پلتفرم‌های دیجیتالی کار می‌کنند و این قالب‌های تعاونی‌محور دیگر کمتر و کمتر نماینده‌ی کار فراگیرشده‌ای هستند که در حوزه‌ی نامه‌رسانی تبلور داشت. به نظر می‌رسد این تفاوت‌های تاریخی موجب شده سازمان‌دهی این کارگران از مسیرهای متفاوتی بگذرد. در اینجا نمی‌توانیم به بحث کاملی در این خصوص بپردازیم و فقط به این نکته اشاره می‌کنیم که موضوع این مقاله جنبشی نوظهور است در حالی‌که در اروپا و آمریکا احتمالاً می‌توان مباحثی مشابه را دست‌کم در دهه‌ی گذشته یافت. و البته نکته‌ی مهم و پیچیده‌تر دیگری که باید آن را تحلیل کرد، مختصات دولت در کشورهای مختلف و تاثیر آن بر سامان‌دهی کار است به جز چند استثنای کوچک اغلب پیام‌رسان‌های دوچرخه‌سوار برزیلی هم وابسته به پلتفرم‌های دیجیتالی‌اند. شروع این ماجرا سال ۲۰۱۶ با اوبر ایتز و استفاده از پیک‌های دوچرخه‌ای اتفاق افتاد و این امکان را بوجود آورد که اپلیکیشن‌های دیگری مثل رپی و آی‌فود هم در سال‌های بعد از ارسال محموله با دوچرخه استفاده کنند. این شرکت‌ها مدعی ارائه‌ی ساختاری شایسته‌سالارانه مبتنی بر الگوریتم‌ها بودند و گمان می‌کردند تقاضای کافی برای همه‌ی کارگران وجود خواهد داشت و البته هر دوی این پیش‌فرض‌ها غلط از آب درآمدند.

کار پیام‌رسان‌های دوچرخه‌ای در پلتفرم‌های برزیل شامل ساعات کاری طولانی، مزد پایین به ازای هر ساعت کار، فقدان حقوق کاری همراه با فقدان هر نوع حمایت عملی از سمت شرکت در قبال کارگران و اخراج‌های مداوم و ناعادلانه است. مطالبات اعتصاب‌کنندگان حول همین مسائل شکل گرفته است.

از آنجا که این نوع کار فقط به یک بدن، یک گوشی تلفن متصل به اینترنت و یک دوچرخه نیاز دارد، مردمی که بیکارند یا هیچ آینده‌ای ندارند آن را راهی برای فرار از فقر مطلق می‌دانند. ولی این مانع از آن نشده که این کارگران تشکل نیابند. آنها خود را به رسمیت شناخته‌اند و بخش مهمی از تظاهرات تهاجمی‌ای را شکل داده‌اند که خواستار تغییرات اساسی و شرایط کار عادلانه‌اند.

وقتی توده‌ها تشکل سیاسی می‌یابند- اعتصاب‌های جولای ۲۰۲۰

مطالعات اولیه در مورد کارگران پلت‌فرمی آنها را به منزله‌ی موجوداتی تک‌افتاده و مجزا در نظر می‌گرفت. ولی مطالعات اخیر^{۴۳} نشان می‌دهند که تشکل‌یابی کارگران با ویژگی‌های منحصربه‌فردی نظیر همبستگی و ایجاد

۴۳- Woodcock, J. "Digital Labour and Workers' Organisation." In: *Global Perspectives on Workers' and Labour Organizations. Work, Organization, and Employment*, eds. M. Atzeni and I. Ness (Singapore: Springer, 2018), pp. 157-173; Cant, C. *Riding for Deliveroo: Resistance in the New Economy* (London: Polity, 2019).

جمع‌ها و کلکتیوها به مبارزه‌ی سیاسی پیوند می‌خورد.^{۴۴} طبقه‌ی کارگر نه تنها به مبارزه‌های تاریخی بی‌اعتنا نبوده بلکه همواره توانسته خود را مطابق واقعیت‌های فنی کار از نو ابداع و سازمان‌دهی کند.^{۴۵} تشکلیابی کارگران ارسال محموله ناچار بوده بدون ابزارهای مقاومت کاملاً حساب‌شده‌ای که طی مبارزات و تحولات آن به وجود آمده‌اند با مدیریت الگوریتمی و غیررسمی‌سازی کار دست‌وپنجه نرم کند.

اگرچه اعتصاب‌هایی که در جولای ۲۰۲۰ صورت گرفت اولین بسیج کارگران ارسال محموله در کل کشور نبود، بی‌تردید می‌توان آن را بزرگترین اعتصاب تا کنون دانست. مطالبات آنها شامل این موارد بوده: افزایش نرخ ساعت کار، پایان دادن به اخراج‌های بی‌رویه و ناعادلانه، تغییر در نظام امتیازدهی که توزیع کار را تعیین می‌کند و مجبور کردن شرکت‌ها به تامین تجهیزات ایمنی و بهداشتی در دوران کرونا.

یکی از استراتژی‌های بسیج این کارگران دخیل کردن مشتریان [در اعتصاب‌ها] بوده است. آنها در رسانه‌های اجتماعی از مشتریان خواستند که در روز اعتصاب هیچ سفارشی ثبت نکنند و امتیاز منفی به شرکت‌ها بدهند. این کار موجب شد پتانسیل‌هایی برجسته شود که ناشی از وارونه شدن نقش مشتریان است، یعنی مشتریان حالا به جای آنکه به شکل جمعی کارگران را مدیریت کنند^{۴۶} تبدیل می‌شوند به همراهان آنها در مبارزه برای از بین بردن منطق تولید و مصرف نهفته در پلتفرم‌های دیجیتالی.

به تعبیر ریموند ویلیامز^{۴۷} می‌توان گفت پلتفرم‌های ارسال محموله ابزارهای تولید و ارتباطاتی هستند که منطق کار، مصرف و تعامل را ایجاد می‌کنند و همه‌چیز، از طراحی گرفته تا گردش کالاها و انسان‌ها را در بر می‌گیرد. همانطور که مارکس^{۴۸} هم اشاره کرده است، ابزارهای حمل‌ونقل و ارتباطات شتاب سرمایه را افزایش می‌دهند و زمان مرده و زمان بازگشت سرمایه را کاهش می‌دهند. شتاب گرفتن این فرایند باعث شده به دلیل گردش کالاها و انسان‌ها ساحت تولید و مصرف به درون پلتفرم‌های ارسال محموله سرریز کند.^{۴۹} منطق پلتفرم‌ها (مثلاً منطق تولید و ارتباطات) که در مدیریت الگوریتمی کار کارگران ارسال محموله گنجانده شده از همینجا ناشی می‌شود.

۴۴- 34 Soriano, C. and J. Cabañes. "Between 'world class work' and 'proletarianised labor': Digital labor imaginaries in the Global South." In: *Routledge Companion to Media and Class*, eds. E. Polson, L. Schofield-Clarke and G. Radhika (New York, ny: Routledge, 2020), chapter 19

۴۵- Englert et al., supra, note 1.

۴۶- Abilio, supra, note 3.

۴۷- Williams, R. *Culture and materialism* (London: Verso Books, 2005).

۴۸- Marx, K. *Grundrisse* (London: Penguin).

۴۹- Harvey, D. *Marx, Capital and the Madness of Economic Reason* (Oxford: Oxford University Press, 2017)

علاوه بر این، به مدد این ابزارها، کارگران نیز در فضای شهری قابل ردیابی و موقعیت جغرافیایی آنها قابل تعیین می‌شود.^{۵۰} در نتیجه، امکان‌های محدودکننده‌ی گردش کارگران و کالاها، می‌توانند مانع چرخه‌ی تولید-مصرف شوند- و توانایی‌های چانه‌زنی کارگران متشکل هم از همین‌جا ناشی می‌شود.

[به لطف اعتصابات انجام‌شده] حالا این کارگران بیشتر در جامعه دیده می‌شوند و می‌توانند از طریق رسانه‌های اجتماعی مبارزات خود را گسترده‌تر کنند. البته نقش مهم آنها در حفظ فاصله‌ی اجتماعی در دوران کرونا هم در این زمینه موثر بوده. ولی اعتصاب معناهای بسیار مهم‌تر و عمیق‌تری دارد.

سراسر کشور شاهد اعتصاب‌ها و تظاهراتی بود که اثرات بین‌المللی هم داشتند و کنش‌های مشابهی را در سراسر آمریکای لاتین برانگیختند. بسیج معترضان به شیوه‌ای افقی و از پایین انجام شد و در حین انجام کار روزانه‌ی پیک‌ها در خیابان و نیز از طریق گروه‌های واتس‌آپی صورت گرفت. تعریف دستور کار، تبلیغات و تاکتیک‌های کنش سیاسی نیز به شکلی افقی انجام شد.

این جنبش توده‌ای، نخست توجه رسانه‌های خبری برزیلی را به خود جلب کرد و فضایی برای پیک‌ها و محققان پدید آورد تا بتوانند خواسته‌های خود را ابراز کنند و بدتر شدن شرایط کاری از پیش بی‌ثبات را در بحبوحه‌ی دوران کرونا آشکار نمایند. بین اعتصاب اول و دوم، شرکت‌های پلتفرمی ارتباطات رسانه‌ای خود را تشدید و شروع کردند به لابی‌گری و به‌کارگیری استراتژی‌هایی برای تولید روایت‌های بدیل و سلب مسئولیت کردن از خودشان بابت بی‌ثبات‌سازی کار. به عنوان نمونه‌ای از فعالیت‌های این شرکت‌ها می‌توان به حضور پررنگ بخش «روابط عمومی» این شرکت‌ها در رسانه‌های خبری اشاره کرد که سعی می‌کردند با استفاده از این فضا این حس را به وجود بیاورند که پرداختی‌ها و شرایط کاری‌ای که شرکت‌ها فراهم آورده‌اند، عادلانه است. در عین حال، برجسته‌شدن هرچه بیشتر مطالبات این کارگران به بحث‌های جدیدی در مورد تشکیل اتحادیه یا پیوستن به اتحادیه‌های موجود و تشکیل انجمن کارگران پیکی دامن زد. از همه مشهودتر بحث‌هایی بود که بین کارگران اپلیکیشن‌های ارسال محموله با اتحادیه‌های موجود درگرفت-اتحادیه‌هایی که قبل از فرایند اوبری‌سازی پیک‌موتوری‌ها تشکیل شده بودند. البته در این میان بین الگوی اتحادیه‌های ازپیش‌موجود و کنش‌هایی که لازم بود حین اعتصاب انجام گیرد، تنش‌هایی نیز بوجود آمد و البته پیشنهادهایی هم در جهت تقویت همبستگی مطرح شد، از جمله طرح ایجاد انجمن‌های کارگران ارسال کالا به عنوان چشم‌اندازی برای یک مبارزه‌ی سیاسی درازمدت.

۵۰- Gregory, K. and M. Paredes Maldonado. "Delivering Edinburgh: uncovering the digital geography of platform labour in the city." *Information, Communication and Society* 23 (2020), 1187-1202.

به‌علاوه بحث‌های داغی هم در مورد سناریوهای کار پلتفرمی موجود صورت گرفت که فعالیت کارگران اپلیکیشن‌های تحویل کالا را تنظیم می‌کنند و پیشنهادهایی برای ایجاد پلتفرم‌های تعاونی بنیاد ارائه شد. این لحظه‌ی آغازین در عین حال نقطه‌ی عطفی در ساختن و تقویت پیوندهای همبستگی بوده و به ایجاد گروه‌هایی منتهی شده که به‌دنبال ساختن شیوه‌های جدید مبارزه و تشکلیابی‌اند. به دلیل ماهیت جاری و ادامه‌دار اعتصاب‌ها، ترکیب‌بندی سیاسی آنها همواره چندوجهی است. به همین دلیل باید بخش بعد را به چند قسمت تقسیم کنیم: خیابان، گروه‌های واتس‌آپی، «پیک‌های ضدفاشیست»، استراتژی‌های رسانه‌ای و چشم‌اندازها

۱-۳ خیابان

خیابان اهمیتی بنیادی برای کارگران پیک دارد- محل کار و ملاقات آن‌هاست. خیابان علاوه بر اینکه فضای کاری و دوستانه است، جایی است که این کارگران سازمان‌دهی می‌کنند و خود را به عنوان کارگر بازمی‌شناسند. طی این برخوردها، آنها درک جدیدی از کارشان پیدا می‌کنند، در ساعات کاری با هم معاشرت می‌کنند و فضاهای دیجیتالی خود را می‌سازند.

علی‌رغم اهمیت این فضاهای دیجیتالی، تا امروز پیک‌ها هیچ اعتصاب یا تظاهرات سیاسی انجام نداده‌اند که خیابان در آن نقش اساسی و ساختاری نداشته باشد. در برزیل گروه‌های مختلف کارگران در پارک‌ها و میدان‌ها دور هم جمع می‌شوند و پیوندهای رفاقتی و یاری‌های متقابل شکل می‌دهند. درون همین گروه‌هاست که کارگران تصمیم می‌گیرند آیا باید در کنش‌های سیاسی شرکت کنند یا نه.

اگرچه اعتصابات یکم و بیست‌وپنجم جولای تیر اول رسانه‌های اصلی کشور شد و گروه‌های واتس‌آپی کارگران نقش مهمی در آن داشت، ولی فرایند مادی سیاسی شدن کارگران در خیابان اتفاق افتاد. از آنجا که این جنبش، جنبشی از پایین به بالا بود هفته‌های پیش از اعتصاب شاهد بحث‌ها و جوش و خروش بسیاری در میدان‌ها و خیابان‌ها بودیم. کارگران پیک در شهرهای بزرگ برزیل از جمله پورتو آلگره، سائوپائولو و ریو دو ژانیرو تجمعاتی رودررو برای سازمان‌دهی اعتصاب و نصب پوسترها و پخش اعلامیه‌ها شکل دادند.

خیابان‌ها در عین حال جایی بودند که اعتصاب کارگران در آن شکل گرفت. آنها دسترسی به خیابان‌ها و رستوران‌های بزرگی را که تعداد بالایی تقاضا داشتند مسدود کردند و تجمعات گسترده‌ای شکل دادند تا صدایشان شنیده شود. برای مثال در اعتصاب یک جولای پورتو آلگره، که ما هم در آنجا حضور داشتیم، کارگران پیک در میدانی در مرکز شهر گرد هم آمدند و بعد به سمت رستوران معینی حرکت کردند و از بقیه‌ی کارگران پیک هم درخواست کردند

به آنها بپیوندند. آنها توانستند دسترسی ماشین‌ها به محل تحویل غذای بیرون‌بر (خدمات سواره)^{۵۱} را مسدود کنند و مانع ورود دیگر کارگران پیک به رستوران شوند. علاوه بر تظاهرات خیابانی مسدود کردن خیابان‌ها هم در بخش‌های مختلفی صورت گرفت که استراتژی مهمی در اعتصاب بود. این حرکت‌ها اگرچه کمتر به چشم آمدند، نقش بسیار مهمی در ایجاد اختلال در گردش [کالاها و افراد] داشتند.

۲-۳ گروه‌های واتس‌آپی

نسبت بین فعالیت رودرو [حضور] و دیجیتالی متقابلاً بر کار اوبری شده تأثیر می‌گذارد. پلتفرم‌های دیجیتال طبق نوعی پویایی مدیریتی، امکان‌ها و موانعی برای کار ارسال حضوری فراهم می‌آورند و به این ترتیب بدن کارگران را به منطق کاری محدود می‌کنند که به شکل کاذبی خنثی و شایسته‌سالارانه است. از طرف دیگر، گروه‌های واتس‌آپی به عنوان یک پلتفرم رسانه‌ی مجازی می‌توانند به عنوان ابزارهای تولید و ارتباطات استفاده شوند که بالقوه‌گی سازمان‌دهی کارگران را دارند و امکان‌هایی فراهم می‌آورند برای بیرون زدن از منطق استبدادی الگوریتم‌ها و شرکت‌های سازنده و دستکاری‌کننده‌ی آن الگوریتم‌ها.

گروه‌های واتس‌آپی در واقع امتداد مناسبات شکل‌گرفته در خیابان‌اند. این گروه‌ها معمولاً از پیک‌هایی تشکیل شده که در یک منطقه با هم کار می‌کنند و احتمالاً همدیگر را در تجمعات مختلف در پارک‌ها و میدان‌ها دیده‌اند. البته گروه‌هایی هم هستند که از حد منطقه فراتر می‌روند و اعضای آن از سراسر کشورند یا هسته‌های سیاسی متشکل میانجی ساخت آنها بوده‌اند. کارگران معمولاً فقط عضو یک گروه نیستند و با توجه به گروه و اهداف آن گروه معین، به شیوه‌هایی متفاوت خود را ابراز می‌کنند.

این گروه‌ها معمولاً محتواهای متنوعی دارند و گردانندگان آن تعیین می‌کنند چه موضوعاتی به گروه مربوطند و می‌توانند طرح شوند، از جمله: شبهاتی در مورد اپلیکیشن‌ها، معرفی تعمیرگاه‌های موتور/دوچرخه، غذاخوری‌ها، مکان و زمان‌هایی برای پیدا کردن کار و شرایط کاری به طور کلی. ما در اینجا به مورد آخر می‌پردازیم.

گروه‌های واتس‌آپی جایی است که بیشترین روایت‌ها در مورد شرایط کاری بی‌ثبات در آن به اشتراک گذاشته می‌شود و نوعی خشم جمعی ایجاد می‌کند که می‌تواند زمینه‌ای باشد برای فراخوان به اعتصاب و دست کشیدن از کار. این تبادل تجربیات درکی جمعی در مورد مدیریت الگوریتمی و قوانین همواره مبهم و ناپایدار آن بوجود

آورده. به علاوه در همین گروه‌هاست که کارگران در مورد روز و مکان و زمان تظاهرات تصمیم‌گیری می‌کنند و نتایج کنش‌هایشان را به بحث و ارزیابی می‌گذارند.

محققان دیگری مثل کانت،^{۵۲} وودکاک و گراهام^{۵۳} و نیز لازار و دیویدسون^{۵۴} بر نقش رسانه‌های مجازی در سازمان‌دهی جمعی کارگران پلتفرم‌ها تاکید کرده‌اند. با این حال در برزیل واتس‌آپ نقش بسیار پررنگ‌تری از دیگر پلتفرم‌ها ایفا کرده است.^{۵۵} البته کانت^{۵۶} اشاره کرده که یکی از اعتصاب‌های پیک‌های لندن از گروه واتس‌آپی مهاجران برزیلی آغاز شده است. ولی واتس‌آپ فقط یکی از عناصر دخیل در ارتباط‌گیری و سازمان‌دهی کارگران یا به تعبیر سوریانو و کابانس^{۵۷} «جمع‌های نوظهور»ی بوده که چندگانگی‌ها و اختلاف‌نظرها و تناقضات خاص خود را دارند. با این حال نباید محدودیت‌های ارتباط‌گیری و سازمان‌دهی از طریق پلتفرم‌های مجازی را نادیده گرفت، پلتفرم‌هایی که شرکت‌های خوشه‌ای^{۵۸} دیجیتالی مالک آنند.^{۵۹}

۳-۳ پیک‌های ضدفاشیست^{۶۰}

پیک‌های ضدفاشیست اگرچه تعدادشان خیلی زیاد نیست، ولی همچنان قدرتمندند. در ماه مه پائولو لیما کارگر پیکی که به گالو معروف است، ویدئویی منتشر کرد که بسیار دیده شد و شرایط سخت کاری پیک‌های پلت‌فرمی برزیل را توصیف می‌کرد. در ژوئن همان سال ویدئوی دیگری پخش شد. این بار پیک‌های دیگری را نشان می‌داد که از پیک‌های ضدفاشیست دعوت می‌کردند به آنها بپیوندند: «شما، رفقای پیک، که مثل من عمیقاً ضدفاشیست هستید، ما به شما نیاز داریم. ما با کارآفرین‌های حرومی فرق داریم. ما طبقه‌ی کارگریم». استفاده از تعبیر

۵۲- Cant, supra, note 33.

۵۳- Woodcock and Graham, supra, note 4.

۵۴- Lazar, T. and Davidson, R. "Mobile social media as platforms in workers' unionization." *Information, Communication and Society* 23 (2020), 437-453. Evangelista, R. and Bruno, F. WhatsApp and political instability in Brazil: targeted messages and political radicalization. *Internet Policy Review: Journal on Internet Regulation* 8 (4) (2019), 1-23.

۵۵- Evangelista, R. and Bruno, F. WhatsApp and political instability in Brazil: targeted messages and political radicalization. *Internet Policy Review: Journal on Internet Regulation* 8 (4) (2019), 1-23.

۵۶- Cant, supra, note 33.

۵۷- Soriano and Cabañas, supra, note 34.

۵۸- conglomerates

۵۹- Schradie, J. *The Revolution that wasn't. How digital activism favors conservatives* (London: Harvard University Press, 2019); Lazar and Davidson, supra, note 43.

۶۰- Antifascist Couriers

ضدفاشیست برای توصیف خود در بستر گسترده‌تر تظاهراتی که طرفداران متشکل فوتبال علیه سیاست‌های جاری دولت به راه انداختند، طنین دیگری یافت. در نهایت همین تعبیر در رسانه‌های اجتماعی بازتاب گسترده پیدا کرد و تبدیل شد به تعبیری برای انتقاد و مخالفت با دولت.

نقش سازنده‌ی پائولو لیما را باید در نسبت با اشکال سلطه و مقاومتی که در دل او بری‌سازی پدید آمده‌اند بررسی کرد. شکل افقی سازمان‌دهی کارگران مانعی در برابر ظهور یک رهبر، سازمان یا حزبی است که این کارگران را نمایندگی کند. به همین دلیل، قدرت فزاینده‌ی لیما حاصل ترکیب کاریزمای شخصی او و انتشار تصاویر و حرف‌هایش در شبکه‌های مجازی است. لیما علی‌رغم فاصله‌اش با شکل‌گیری و سازماندهی جنبش، توانست تجسم نوعی رهبری سیاسی باشد که صدای بخشی از افراد هم‌طبقه‌ای است.

از آن زمان، پائولو لیما و پیک‌های ضدفاشیست در مصاحبه‌ها و گزارش‌های ویژه‌ی روزنامه‌های اصلی کشور حضور پررنگی داشته‌اند. به گفته‌ی رسانه‌های خبری، مبارزه علیه فاشیسم و مبارزه برای شرایط کاری بهتر در کشوری که ژائیر بولسونارو [ملقب به ترامپ برزیل] آن را اداره می‌کند، به پیک‌های ضدفاشیست نقش مهمی در رهبری اعتصاب‌ها بخشیده است. لیما پیش از اعتصاب‌ها بارها به بحث‌های مجازی دعوت شده بود. حضور پررنگ او در رسانه‌ها همراه با پیک‌های ضدفاشیست این تصور را بوجود آورد که او رهبر اعتصاب در سراسر کشور است. ولی همانطور که پیش از این اشاره شد، آن‌ها فقط بخشی از این جریان بودند و مثلاً در سائوپائولو پیک‌های ضدفاشیست حدود سی نفرند. گردش اطلاعات در رسانه این امکان را به آن‌ها داد که نقشی اساسی در مبارزات کارگران ایفا کنند و به این ترتیب رویت‌پذیری در رسانه را به قدرت سیاسی بدل کنند. گروه‌های مخالف پیک‌های ضدفاشیست غالباً طرفداران رییس‌جمهور بولسونارو هستند و کارگران پیکی که فکر می‌کنند فقط باید علیه پلتفرم‌ها مبارزه کرد. بنابراین پیک‌های ضدفاشیست در مرکز مبارزه‌ی طبقاتی در برزیل معاصر جای دارند. توئیتر هم در افزایش قدرت سیاسی و مشاهده‌پذیری پیک‌های ضدفاشیست نقش داشته. هشتگ رسمی اعتصاب، BrequeDosApps#، حداقل ششصد هزار بار در اول جولای توئیتر شد. این امر علاوه بر اینکه نشان‌گر حمایت مشتریان از اعتصاب بود، نقش مهم پائولو لیما در جنبش را نشان می‌داد. اتفاقی که مدت‌هاست در تظاهرات سیاسی در برزیل بی‌سابقه بوده است. گفتمان غالب در جنبش‌های ژوئن ۲۰۱۳ - که بزرگترین تظاهرات سیاسی دهه‌ی گذشته در برزیل بوده‌اند - مدافع افقی بودن جنبش و غیاب رهبری در شبکه‌های مجازی بود.

همان‌طور که مالینیا^{۶۱} با توجه به آن ششصد هزار توئیتر با هشتگ BrequeDosApps# نشان داده (شکل) رهبری

۶۱- Malini, F. Post on social media Twitter (1 July 2020).

پیک‌های ضدفاشیست در عمل گسترده‌تری داشته در مقایسه با سازمان‌ده اصلی اعتصاب @tretanotrampo- جنبش نه‌چندان مشهور کارگران متشکل که چهره‌ی چندان شناخته‌شده‌ای ندارد. پروفایل لیما @galodeluta شبکه‌ای حمایتی از رسانه‌های بدیل، سیاست‌مداران دست‌چپی و اینفلوئنسرهای دیجیتالی دارد که اغلب جوانانی هستند که در مناطق حاشیه‌ای شهرهای بزرگ زندگی می‌کنند.

شردی^{۶۲} معتقد است توئیتر را نمی‌توان مشت نمونه‌ی خرواری از جامعه در نظر گرفت، آن هم به دلیل عوامل دیجیتالی، نسلی و طبقاتی نابرابری که پشت جمع‌آوری و تحلیل داده‌های آن پنهان است. برای مثال، قدرت نفوذ و رهبری پائولو لیما در این پلتفرم رسانه‌ای با «پایگاه» کارگران پیک در گروه‌های واتس‌آپی یکسان نیست. با این حال، رویت‌پذیری در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به رویت‌پذیری سیاسی تشکل کارگران پیک نیز تبدیل شود. اگر همانطور که چمپین^{۶۳} سه دهه پیش گفته، شکل دادن به باور عمومی باید از مسیر رسانه بگذرد رسانه‌های اجتماعی دیجیتالی امروز نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند و به عنوان ابزار فشاری بر دستور کار سیاسی و رسانه‌ای عمل می‌کنند. به‌علاوه، این امر درک استراتژی‌های رسانه‌ای شرکت‌های پلتفرمی را ایجاب می‌کند.

۴-۳ استراتژی‌های رسانه‌ای

در بخش‌های قبل در مورد واتس‌آپ و پیک‌های ضدفاشیست به نقش اصلی پلتفرم‌های دیجیتالی به عنوان ابزار تولید و ارتباطات پرداختیم و به نقش آن در ایجاد تشکل سیاسی و اعتصاب کارگران پیک در برزیل اشاره کردیم. با این همه نباید در دام راه‌حل‌باوری تکنولوژیک^{۶۴} بیفتیم یا تصور کنیم این فناوری‌ها عواملی تعیین‌بخش یا مجزا هستند.^{۶۵} همانطور که انگلرت، وودکاک و کانت^{۶۶} نشان داده‌اند، ترکیب‌بندی سیاسی طبقه می‌تواند جنبه‌های چندگانه‌ی فعالیت دیجیتالی و حضوری را ارائه دهد که هر یک به نوبه‌ی خود ترکیبی از عوامل سازمانی، اقتصادی و سیاسی‌اند. اگرچه تشکل‌یابی پیک‌ها در خیابان‌ها و گروه‌های واتس‌آپی با گردش هشتگ‌ها توانسته در توئیتر

۶۲- Schradie, J. "The digital activism gap: How class and costs shape online collective action." *Social Problems* 65 (1) (2018), 51-74.

۶۳- Champagne, P. *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique* (Paris: Minuit, 1990).

۶۴- Morozov, E. *To save everything click here. The folly of technological solutionism* (New York, ny: PublicAffairs, 2013).

۶۵- Ampuja, M. *Theorizing Globalization: A Critique of the Mediatization of Social Theory* (Leiden: Brill, 2012); Schradie, supra, note 47.

۶۶- Englert et al., supra, note 1.

تجلی دیجیتالی داشته باشد، شرکت‌های پلتفرمی اساسن به استراتژی‌های رسانه‌ای از قبیل کمپین‌های ارتباط عمومی و تبلیغاتی وابسته‌اند تا بتوانند کارگران و مشتریان را متقاعد کنند که آن‌ها شرکت‌هایی خلاق، نوآور و مسئولیت‌پذیرند.^{۶۷}

این لفاظی بخشی از عقلانیت نئولیبرال و کارآفرینانه^{۶۸} حول کار پلتفرمی است. به بیان کلی، می‌توان گفت استراتژی‌های رسانه‌ای پلتفرم‌ها که روی مشتری‌ها متمرکز است، مفاهیمی چون نیکوکاری، انسان‌دوستی، شهروندی و تکثر را به کار می‌گیرند و معنا می‌بخشند^{۶۹} و این فرایند شامل حضور اینفلوئنسرهای دیجیتالی مرتبط با هر یک از این ارزش‌ها نیز می‌شود. کسب‌وکارهای پلتفرمی ادعا می‌کنند که کارگران درآمد خوبی دارند، در برابر خطرهای آن‌ها محافظت می‌شود و بی‌دلیل بلاک نمی‌شوند. همچنین گفتار آن‌ها حاکی از دغدغه‌مندی و گشودگی‌شان نسبت به مطالبات کارگران است. این استراتژی‌های رسانه‌ای (و برندی) مدافع مدل تجاری پلتفرم‌ها هستند و یکی از سازوکارهای این پلتفرم‌ها در سرمایه‌داری رانتی به شمار می‌روند.^{۷۰}

یک نمونه از این استراتژی‌ها، اظهارنظر عمومی مدیر روابط عمومی یکی از شرکت‌های پلتفرمی بود که در روزنامه‌ها به چاپ رسید. طبق گفته‌ی او و بر اساس داده‌های شرکت‌های مشاور، درآمد کارگران در واقع بیشتر از آن چیزی است که مطالعات دانشگاهی ادعا می‌کنند. به این ترتیب مبارزه‌ی سیاسی در جدال بر سر تولید و توزیع معانی هم جریان دارد.^{۷۱} گفتار این کمپین‌ها واکنشی بود هم در برابر هشتگ #BrequeDosApps و هم به پوشش رسانه‌ای اعتصاب اول که بر نقش اصلی پیک‌های ضدفاشیست تاکید داشت و حاکی از مصاحبه‌هایی با چندین محقق در مورد شرایط کاری پیک‌ها بود و مقاله‌ی ابیلیو و سایرین هم به عنوان منبع در آن ذکر شده بود.^{۷۲} با این حال، بین اعتصاب اول و دوم پوشش رسانه‌ای بیشتر روی نقطه‌نظر شرکت‌ها متمرکز بود. مقاله‌های محققان کمتر شد و بیشتر روایت‌ها حاکی از پیمایش‌هایی بود که خود پلتفرم‌ها انجام داده بودند. کمپین‌های

۶۷- Srnicek, N. Platform capitalism (London: Wiley, 2017); Scholz, T. Uberworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy (London: Wiley, 2017); Rosenblat, supra, note 8.

۶۸- Dardot, P. and C.; Laval. The new way of the world: On neoliberal society (London: Verso, 2013); Codagnone, C., A. Karatzogianni and J. Matthews. Platform Economics (London: Emerald, 2016).

۶۹- Silverstone, R. Why Study Media? (London: Sage, 1999).

۷۰- Sadowski, J. "The internet of the landlords: Digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism." Antipode: A Radical Journal of Geography 52 (2) (2020), 562–580.

۷۱- Hall, S. "Encoding/decoding." In: Culture, media, language, eds. Hall, S., D. Hobson, A. Lowe and P. Willis (London: Hutchinson, 1980), pp. 128–138.

۷۲- Abilio et al., supra, note 21.

تبلیغاتی شدیدی در ساعات اوج بیننده تلویزیونی پخش می‌شد که نشان می‌داد چقدر این پلتفرم‌ها جالب و باحال‌اند. استراتژی دیگر این بود که شرکت‌ها در روزهای اعتصاب، مشتریان را با پیام‌هایی حاوی کوپن‌های تخفیف‌دار مباران می‌کردند.

در نتیجه‌ی این استراتژی‌های رسانه‌ای، اعتصاب دوم به قوت اعتصاب اول جولای نبود، البته مشکل می‌توان سطح پایبندی و تنش را که بین این دو اعتصاب اتفاق افتاد، سنجید. اگرچه در دومین نمایش قدرت تعداد کمتری در خیابان‌ها ظاهر شدند، ولی یکپارچگی شبکه‌های تشکل کارگران بیشتر بود و این امر به نظر اهمیت بیشتری دارد. به همین نحو، اشکالی از مقاومت و پایبندی در کارند که نمی‌توان آن‌ها را صرفاً از روی تعداد کارگران حاضر در خیابان سنجید. اینکه کارگران اپلیکیشن‌ها را خاموش و از کار کردن خودداری کنند، خود نشان مقاومت است به خصوص از سوی کارگرانی که در لبه‌ی پرتگاه قرار دارند و هر روز کاری برای بقایشان ضروری است. در مورد جنبش، غیاب یک سمت‌گیری واضح هم‌زمان ارزشمند و مسئله‌ساز است، اگرچه نمی‌توان این جنبش را در یک دستور کار واحد خلاصه کرد یا آن را تقلیل داد، کنش‌ها و اهدافی که در این میان شکل گرفتند بلافاصله قابل تشخیص نیستند. بنابراین، تحولات کنش‌های جنبش را فقط در درازمدت می‌توان ارزیابی کرد.

۳-۵ بعد از اعتصاب چه اتفاقی می‌افتد؟

جنبشی که در اینجا به آن پرداختیم، متعلق به سازمان‌دهی‌ای جاری و ادامه‌دار است و هر پیامدی که مبارزه‌ی کارگران پیک در برزیل داشته باشد، آن را خاموش نخواهد کرد. از ابتدای شروع این فعالیت‌ها کارگران تلاش‌های جمعی خود را عمیق‌تر و گسترده‌تر کردند و در عین حال کوشیدند بدیل‌هایی برای وضع موجود بیابند. بعد از این قدرت‌نمایی‌ها، دو تحول برجسته شدند (اگرچه هنوز سمت‌وسوی واضح و ازپیش‌معینی ندارند): یکی باز شدن پای قدرت قانونی در بحث حول کنترل و تنظیم کار پلتفرمی و دیگری طرح شدن هرچه بیشتر ایده‌ی راه‌اندازی پلتفرم‌های تعاونی‌محور.

ایجاد تعاونی‌های کارگری در بخش تحویل غذا می‌تواند یا از دل اتحادیه‌های موجود سر بر آورد یا از دل همبستگی‌ها و جمع‌های نوظهور.^{۷۳} در حال حاضر در برزیل تعاونی‌های کوچکی در حال تشکیل‌اند، اگرچه هنوز برای ارتباط‌گیری با مشتریان و رستوران‌ها به پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی از جمله واتس‌آپ وابسته‌اند.

۷۳- Soriano and Cabañes, supra, note 34.

در حال حاضر دست‌کم دو ابتکار تازه در حال شکل‌گیری‌اند. یکی از آن‌ها به پیک‌های ضدفاشیست در ریو دو ژانیرو مربوط است که در آن کارگران در حال مذاکره با فدراسیون تعاونی کوپ‌سایکل فرانسه‌اند. با این حال، این فدراسیون مخالف استفاده از موتورسیکلت‌هاست که در فرانسه استفاده از آن‌ها در این فدراسیون ممنوع است چون استفاده از دوچرخه در فضاهای شهری با محیط‌زیست سازگارتر است. و تعاونی دیگری که در حال تشکیل است، پیک‌های سینیوریتا در ساووپائولوست که از دل همبستگی بین کارگران زن سر برآورده و قصد ساختن یک تعاونی پلتفرمی مطابق نگاه فمینیستی و با نظر به کدهای جنسیتی دارد.^{۷۴} این ابتکارها محلی‌اند و می‌توانند به عنوان پروژه‌هایی پیش‌نگرانه محسوب شوند.^{۷۵} البته آن‌ها به خوبی از محدودیت‌های تعاونی‌گرایی پلتفرمی در زیر سوال بردن منطق کلی اوبری‌سازی، نکته‌ای که مدنظر کانت^{۷۶} و سادوال^{۷۷} است، آگاهی دارند و در این زمینه توهمی ندارند.

در خصوص حقوق کار و مقررات جدید کاری شاهد فرایند خطرناکی هستیم که می‌تواند پیامدهای بسیار بدی برای کارگران داشته باشد. طی چند سال گذشته، قوانین کار در برزیل تحولات عمیقی از سر گذرانده که هدفش حذف حقوق و سازوکارهای تضمینی و حمایتی کارگران بوده است. به این ترتیب، بستر کنونی برای لویچی که خواهان وضع قوانین و مقررات در حوزه‌ی کار موسوم به کار «تقاضامحور» هستند، چندان مناسب نیست. اگرچه روندهای وضع مقررات در این زمینه محل مناقشه‌اند ولی این خطر وجود دارد که نوعی کار متکی بر مدیریت الگوریتم‌ها و کارگران موقت سر وقت قانونی شود، کارگرانی که همیشه در دسترس هستند ولی فقط به ازای تولیدشان [یعنی تحویل سفارش‌ها] مزد دریافت می‌کنند. تحولات جدیدی که مدیریت الگوریتمی و گرایش به غیررسمی‌سازی کار مقارن با پلتفرم‌سازی و اوبری‌سازی تحمیل می‌کنند، حتی در میان چپ‌ها هم هنوز چندان واضح نیست.

هنوز بر سر معناها و تحولاتی که این اعتصابات ایجاد کرده‌اند بحث در جریان است و سلسله‌ای از ستیزها از دل این اعتصابات بوجود آمده‌اند که از کارگران پیک فراتر می‌رود؛ از جمله می‌توان به بحران در اشکال بازنمایی،

۷۴- Cockayne, D. and L. Richardson, L. "Queering code/space: the co-production of socio-sexual codes and digital technologies." *Gender, Place and Culture* 24 (2017), 1642-1658.; Costanza- Chock, supra, note 12.

۷۵- Sandoval, M. "Fighting precarity with cooperation? Worker co-operatives in the cultural sector." *New Formations* 88 (2016), 51-68.

۷۶- Cant, supra, note 33.

۷۷- Sandoval, supra, note 62.

موقعیت قانونی متزلزل احزاب و اتحادیه‌ها و اشکال جدید استثمار و مقاومت اشاره کرد. فارغ از این تحولات، ما با این واقعیت تاریخی مواجهیم که کارگرانی که به لحاظ اجتماعی دیده نمی‌شدند، خودشان را متشکل کردند و توانستند به عنوان مقوله‌ای سیاسی خود را به رسمیت بشناسند و از خیابان‌ها استفاده کنند تا ستیز بین سرمایه و کار را برجسته نمایند. به این ترتیب، این کارگران توانستند فرایند تنزیلی و استثمار کارشان را آشکار و هم‌زمان اشکال جدیدی از مقاومت خلق کنند. از منظر ترکیب‌بندی طبقاتی، این اعتصابات امکان‌هایی می‌گشاید برای ترکیب‌بندی سیاسی کارگران پیک در برزیل. علی‌رغم همه‌ی تناقضات موجود، مبارزات جاری کارگران پلتفرمی کاملاً در راستای مبارزات دیگر کارگران است.

منبع:

Journal of Labor and Society

تاریخ انتشار در منبع اصلی: مه ۲۰۲۱ (اردیبهشت ۱۴۰۰)

دی ۱۴۰۲ | [نسخه‌ی ورد](#)

منڙپوڻ
Manjanigh

