

Tuiteando contra el capital: nuevas formas de protesta digital de trabajadores de plataformas de delivery en Argentina durante la pandemia de COVID-19

Rodolfo Elbert y Sofía Negri

Resumen

La aparición de la economía de plataformas digitales a nivel global durante la primera década del siglo veintiuno generó importantes debates en la sociología del trabajo sobre la relación entre cambio tecnológico, proceso de trabajo y protesta obrera. En particular, existe una discusión acerca del impacto de las nuevas tecnologías digitales sobre las dinámicas de organización de los trabajadores en estos sectores de la economía. ¿Son estas herramientas exclusivas del aumento de la tasa de explotación por parte de oligopolios digitales hacia una fuerza de trabajo atomizada? ¿O pueden los trabajadores apropiarse de las herramientas digitales con el objetivo de potenciar la organización colectiva? En el presente artículo nos proponemos realizar un aporte a este debate analizando las dinámicas de precariedad laboral y organización colectiva de trabajadores empleados en plataformas digitales de reparto de la Argentina durante el período inicial de la propagación del virus de COVID-19 en Argentina (desde el 20 de marzo al 1.º de julio de 2020). En un contexto de mayor precarización laboral para los repartidores por su continuidad laboral en una situación de riesgo sanitario, nos interesa analizar qué tipos de estrategias de acción colectiva desplegaron para organizarse por sus derechos laborales y, en particular, qué lugar tuvieron las plataformas digitales en estas estrategias de organización. El artículo utiliza un enfoque multimétodo, que combina entrevistas en profundidad y análisis de documentos, con un componente cuantitativo que analiza una base de datos de 56100 tuits de 23161 usuarios relacionados con huelgas o protestas en plataformas de reparto en América Latina que se publicaron entre marzo y julio de 2020. Los resultados indican que, en el marco de una mayor precarización y de fuertes restricciones para las formas tradicionales de protesta (asambleas presenciales, movilizaciones, etc.), los repartidores se organizaron de manera creciente a través de plataformas digitales para expresar sus demandas colectivas. Esta evidencia apoya la idea que, en ciertos contextos, puede haber una apropiación obrera de las tecnologías digitales para combatir las dinámicas de explotación a las cuales estas propias tecnologías contribuyen mediante el aumento de los mecanismos de control del proceso de trabajo.

Palabras clave: plataformas digitales, movimiento obrero, protesta digital.

Tweeting against capital: new forms of digital protest by delivery platform workers in Argentina during the COVID-19 pandemic

Rodolfo Elbert y Sofía Negri

Abstract

The global appearance of the digital platform economy generated important debates in the sociology of work on the relationship between technological change, work process and worker protest. In particular,

 <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Los autores conservan sus derechos

there is a discussion about the impact of new digital technologies on the dynamics of worker organizing in these sectors of the economy. Are these exclusive tools for increasing the rate of exploitation by digital oligopolies towards an atomized workforce? Or can workers appropriate digital tools with the aim of promoting collective organization? In this article we intend to make a contribution to this debate by analyzing the dynamics of job insecurity and the collective organization of workers employed in digital delivery platforms in Argentina during the initial period of the spread of the COVID-19 virus in Argentina (from March 20 to July 1, 2020). In a context of greater job insecurity for delivery people due to their job continuity in a situation of health risk, we are interested in analyzing what types of collective action strategies they deployed to organize for their labor rights and, in particular, what place digital platforms had in these organizational strategies. The article uses a multi-method approach, which combines in-depth interviews and document analysis, with a quantitative component that analyzes a database of 56.100 tweets from 23.161 users related to strikes or protests on delivery platforms in Latin America that were published between March and July 2020. The results indicate that in the context of greater precariousness and strong restrictions on traditional forms of protest (face-to-face assemblies, mobilizations, etc.), couriers increasingly organized themselves through digital platforms to express their collective demands. This evidence supports the idea that, in certain contexts, there may be a worker appropriation of digital technologies to combat the dynamics of exploitation to which these technologies themselves contribute by increasing the control mechanisms of the work process.

Keywords: Labor Movement, digital platforms, digital protests.

Tuiteando contra el capital: nuevas formas de protesta digital de trabajadores de plataformas de delivery en Argentina durante la pandemia de COVID-19

Rodolfo Elbert¹ y Sofía Negri²

Introducción

El surgimiento de la economía de plataformas en la primera década del siglo XXI tuvo un profundo impacto en la relación entre el cambio tecnológico, el proceso de trabajo y la organización colectiva de trabajadores/as (Del Bono, 2019; Gutiérrez Crocco y Atzeni, 2022). En el sector de delivery, los avances tecnológicos vinculados a la economía digital aparecieron, desde un principio, como aliados de las empresas en su búsqueda por aumentar las tasas de explotación de los trabajadores y como herramienta de bloqueo de los procesos incipientes de acción colectiva en el sector (Woodcock y Graham, 2020). En un primer momento, parecía que

¹ CONICET/IIGG-UBA. E-mail: elbert.rodolfo@gmail.com.

² Queen Mary University of London. E-mail: sofiadnegri@gmail.com.

las dinámicas de precariedad y control algorítmico impedirían la emergencia de una movilización obrera fuerte en el sector de plataformas digitales de delivery. Sin embargo, los movimientos de protesta de repartidores fueron acompañando la consolidación económica del sector alrededor del mundo. Allí donde las plataformas digitales de delivery se expandían, emergía un sector movilizadado de repartidores que se organizaban colectivamente por sus derechos laborales (Marinero, 2020; Miguez y Diana Menéndez, 2021).

En este artículo nos preguntamos por el potencial emancipador de las nuevas tecnologías cuando pasan a ser parte de una estrategia de organización colectiva de la clase trabajadora. En particular, analizaremos el uso de herramientas digitales en la organización y difusión de protestas de repartidores de plataformas digitales de delivery en la Argentina durante el primer año de la pandemia de COVID-19. En un contexto de mayor precariedad laboral, los repartidores comenzaron a reclamar por mejoras salariales y elementos sanitarios, pero se encontraron con el impedimento para realizar acciones clásicas como movilizaciones debido a las restricciones sanitarias. A partir de allí el movimiento de protesta recurrió a diferentes estrategias de solidaridad digital, que incluyeron la realización de asambleas virtuales, la creación de redes informales de solidaridad y comunicación y la viralización de los reclamos a través de redes sociales como Twitter, Instagram y Facebook. En este artículo, recurrimos a un diseño de investigación multimétodo para analizar el uso de este tipo de herramientas en la organización y en la difusión de las acciones colectivas de protesta en Argentina durante el primer año de la pandemia. Si bien incluimos diferentes plataformas en el análisis, el foco del estudio son las estrategias de viralización de protestas en Twitter, que vincularon al movimiento de Argentina con sus pares de otros países de América Latina en el contexto de los paros internacionales de repartidores. Analizaremos en especial la frecuencia de tuits vinculados a las protestas en el período analizado, la localización geográfica de las cuentas que tuiteaban los reclamos y finalmente, el contenido de los *hashtags* utilizados durante las protestas.

La protesta obrera ante el giro digital en el capitalismo contemporáneo

La consolidación de la economía de plataformas digitales a nivel global durante las primeras décadas del siglo veintiuno generó importantes debates en la sociología del trabajo sobre la relación entre cambio tecnológico, proceso de trabajo y protesta obrera. La literatura ha puesto

el énfasis en las dinámicas de precarización laboral asociadas a estas plataformas, mostrando que las empresas generaron un tipo de empleo fragmentado y eventual carente de los derechos laborales clásicos del empleo en relación de dependencia (Del Bono, 2019; Woodcock y Graham, 2020). En conjunción con ello, también se ha señalado el desarrollo de estrictos mecanismos de control del proceso de trabajo basados en algoritmos y tecnologías digitales (De Stefano, 2016; Gandini, 2019; Kellog, Valentine y Christin, 2020; Miguez y Diana Menéndez, 2021). En un primer momento, parecía que las dinámicas de precariedad y control algorítmico impedirían la emergencia de una movilización obrera fuerte en el sector de plataformas digitales de delivery. El panorama presentaba a poderosos oligopolios que utilizaban los últimos desarrollos tecnológicos para incrementar las tasas de explotación relativa de una fuerza de trabajo extremadamente atomizada (Kellog *et al.*, 2020). Parecía que las nuevas tecnologías tenían un carácter de clase unívoco, aportando al fortalecimiento del control capitalista del proceso de trabajo. Sin embargo, durante los años 2016 y 2017 se experimentó una fuerte oleada de protestas en Europa, región que ese período presentaba un mayor desarrollo de las plataformas digitales en el mercado de envíos (Cant, 2019; Vandaele, 2021; Tassinari y Maccarrone, 2020). En los años subsiguientes, y acompañando el desarrollo global de las inversiones en el sector, comenzó a emerger con fuerza la organización colectiva de repartidores en América Latina. Si el bienio 2016-2017 fue caracterizado por la ola europea de protestas, el año 2020 (primer año de la pandemia) mostró la emergencia de un movimiento latinoamericano de repartidores. Tal como señala Marinaro (2021), durante ese año los repartidores latinoamericanos se ubicaron en el centro de las dinámicas globales de protesta en el sector. En particular, repartidores de Argentina, Brasil y México han sido actores claves en la organización de cuatro paros internacionales que incluyeron redes entre nuestro continente, Asia y Europa (Hidalgo Cordero y Salazar Daza, 2020; Miguez y Diana Menéndez, 2021).

En el contexto del despliegue de esta ola latinoamericana de movilización, este artículo indaga en el rol que tuvieron las tecnologías digitales en la organización y en la difusión de las acciones colectivas de protesta. El análisis está guiado por estudios previos que han encontrado que, más allá del reforzamiento del control patronal mediante herramientas digitales, también existe un proceso inverso por el cual los repartidores pueden utilizar las plataformas digitales como instrumentos de organización colectiva y difusión de sus demandas. Este tipo de apropiación de la tecnología por parte del movimiento obrero se ha denominado “estrategia de

solidaridad digital” (Lee y Staples, 2018) y puede incluir desde la creación de redes informales de solidaridad o el “engaño al algoritmo de control” hasta un movimiento digital de protesta masiva en redes sociales. Por ejemplo, un estudio etnográfico de los trabajadores de la empresa Deliveroo en el Reino Unido mostró que los trabajadores utilizaron nuevas tecnologías de comunicación como WhatsApp para coordinar sus acciones colectivas, desarrollando un aspecto potencialmente emancipatorio de esta plataforma (Woodcock y Cant, 2020). También en la Argentina, investigaciones previas resaltan la importancia de las comunicaciones entre repartidores, que funcionan tanto en momentos de protesta como para resolver cuestiones cotidianas del proceso de trabajo (Ottaviano, O’Farrel y Maito, 2019; Haidar, Diana Menéndez y Arias, 2020; Elbert y Negri, 2021; Bachoer, 2022). En Chile hay evidencia de una política empresaria para infiltrar los grupos de WhatsApp y Facebook con el objetivo de boicotear los procesos de organización de base entre repartidores (Gutiérrez Crocco y Atzeni, 2022).

Con respecto a la difusión de las demandas, las investigaciones muestran que los repartidores han utilizado de manera bastante efectiva las redes sociales digitales para hacer públicas sus demandas, estrategia que también ha sido documentada por la literatura más amplia sobre movimientos sociales en el capitalismo contemporáneo (Castells, 2012; Gerbaudo, 2012). En el caso de Reino Unido e Italia, los repartidores han desplegado campañas en redes sociales como Twitter para generar un consenso público respecto de sus reclamos (Tassinari y Maccarrone, 2020). Esto también ha ocurrido en la Argentina, ya que las organizaciones de repartidores desde un primer momento han utilizado Instagram y Twitter como herramientas de difusión (Haidar, Diana Menéndez y Arias, 2020; Bachoer, 2022).

En el contexto de la creciente relevancia de las “estrategias de solidaridad digital” para el movimiento mundial de repartidores, este artículo se propone comprender el uso de este tipo de herramientas para la difusión de demandas del movimiento de repartidores en Argentina durante el primer año de la pandemia de COVID-19. Teniendo en cuenta la existencia de políticas estrictas de confinamiento en este período que imposibilitaban las protestas presenciales, argumentamos que los repartidores en Argentina desarrollaron estrategias creativas de protesta y movilización utilizando tecnologías digitales.

Datos y métodos

El artículo utiliza un enfoque multimétodo que combina metodologías tradicionales cualitativas con métodos computacionales cuantitativos. El componente cualitativo está basado en entrevistas en profundidad con trabajadores y activistas y en el análisis de *flyers* y comunicados publicados por organizaciones colectivas. A partir de las 10 entrevistas realizadas y los documentos analizados, reconstruimos la situación de trabajo, precariedad y activismo de los trabajadores de las plataformas de reparto durante el primer año de la pandemia. El componente cuantitativo es un enfoque novedoso para el estudio del activismo en Twitter a través de *web scraping* mediante código en Python. La fuente de datos que analizamos consiste en un conjunto de datos con 56100 tuits de 23161 usuarios, que están relacionados con paros o protestas de plataformas de reparto en América Latina que se publicaron entre el 1 de marzo y el 31 de julio de 2020³. El objetivo de esta metodología consistió en estudiar cómo trabajadores organizados utilizaron redes sociales como Twitter para movilizarse en un período en el que las estrictas políticas de aislamiento hacían difícil desarrollar acciones tradicionales de protesta como manifestaciones públicas o reuniones presenciales. Es importante destacar que el análisis realizado bajo esta metodología tuvo un carácter exploratorio, con el objetivo de proporcionar un panorama general de la dinámica de protesta digital de los trabajadores de plataformas de reparto.

El conjunto de datos se construyó identificando un total de 46 *hashtags* que fueron utilizados por cuentas de organizaciones colectivas o individuales para apoyar los paros, protestas o hacer demandas en general. Una vez identificados los *hashtags* a partir de un muestreo por bola de nieve manual en Twitter, habiendo alcanzado una saturación teórica, procedimos a *scrapear* mediante la librería *snsrape* en Python todos los tuits donde al menos alguno de esos 46 *hashtags* estuviera presente.⁴ Luego, borramos los duplicados a partir de la dirección de URL de los tuits y limpiamos el conjunto de datos de todos los tuits que no estaban relacionados con paros, demandas o cualquier tipo de protesta de los trabajadores de

³ La base de datos se encuentra disponible con acceso abierto en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (Elbert y Negri, 2023).

⁴ Se decidió utilizar una librería que no se conecta con la interfaz de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés) de Twitter dado que, en ese momento, no se poseía una cuenta de *developer* en Twitter que permitiera utilizar la API en toda su extensión, lo cual limitaba el acceso al archivo histórico de Twitter. En posteriores trabajos se obtuvo dicha cuenta de *developer* para el trabajo con la API V2 de Twitter.

plataformas de reparto. Para ello, identificamos todos los tuits que incluían *hashtags* no específicos (que podrían estar relacionados con otras protestas) y buscamos 18 palabras clave dentro de su texto. Se eliminaron los tuits que no tenían ninguna de las palabras clave enumeradas.

Otro aspecto clave de la etapa de manipulación de datos fue recodificar y crear variables con la ubicación del usuario. De los 56100 tuits que integran el *dataset*, 12177 no tenían información de ubicación. El resto se codificó utilizando diferentes estrategias. Primero, usamos una biblioteca de *geoparsing* en Python que extrajo la ubicación del texto del tuit o la ubicación informada por el usuario en palabras. Sin embargo, como muchos usuarios utilizaban diferentes ortografías y expresiones para informar su ubicación, fue necesaria luego una codificación manual de esos casos. Esto se realizó observando la ubicación descrita por los usuarios en sus perfiles en conjunto con el idioma del tuit.

Para finalizar, quisiéramos enumerar algunas notas importantes sobre la construcción de la base de datos: 1) mantuvimos todas las citas y retuits (3913) de los tuits originales (52187) en nuestro conjunto de datos porque, como dijimos, estábamos interesados en el impacto y el alcance de la protesta digital y no necesariamente en el contenido de cada tuit; 2) mantuvimos los tuits escritos en otros idiomas además del portugués y el español, excepto aquellos cuya ubicación informada se encontrase fuera de América Latina; 3) como usamos la ubicación indicada por el usuario, es posible que hayamos mantenido en nuestro conjunto de datos tuits de usuarios que no estaban ubicados en América Latina cuando twitearon pero habían puesto en su perfil una ubicación dentro de la región; y 4) no todos los usuarios informan la ubicación en su perfil a nivel de ciudad, lo que significó perder casos para el análisis de la protesta comparando provincias argentinas. El número total de casos para cada categoría de las diferentes variables de ubicación derivadas de este análisis se indica en cada gráfico.

El libre albedrío empresario en el sector plataformas ante la declaración del ASPO

El decreto presidencial que instauró el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio determinó que algunas actividades económicas se podían seguir desarrollando al ser consideradas “esenciales” en el marco de la pandemia. Una de las actividades permitidas fue el delivery de productos realizado a través de plataformas digitales. En este contexto, nos preguntamos cuáles

fueron las políticas empresarias ante la nueva situación epidemiológica y cómo afectaron las condiciones de trabajo en el sector.

Lo primero que hay que señalar es que el sector de plataformas tuvo desde su origen una alta precariedad laboral debido a que la relación laboral entre empresas y repartidores no se encuentra legalmente reconocida, lo cual niega a los repartidores el acceso a derechos asociados a la relación laboral clásica (Ottaviano, O'Farrel y Maito, 2019; Madariaga et.al, 2019; Del Bono, 2019). Si bien las primeras organizaciones colectivas de repartidores en la Argentina tuvieron como objetivo desde un principio la búsqueda de un piso de derechos laborales y de ingresos para la actividad (Negri, 2020), al inicio de la pandemia no se había logrado todavía una regulación integral de la actividad en el país (Pereyra y Poblete, 2022).

Esta situación constituyó un terreno fértil para el aumento de la arbitrariedad de las empresas durante las primeras semanas de la pandemia, lo cual resultó en el aumento de la vulnerabilidad y en nuevas precariedades asociadas a la continuidad del trabajo en un contexto de mayor riesgo sanitario tanto en nuestro país como a nivel internacional (Haidar y Plá, 2021; Gutiérrez Crocco & Atzeni, 2022; Fagioli, 2022). A continuación, presentamos una primera evidencia respecto de la combinación de viejas y nuevas precariedades en el sector, en base a un relevamiento del Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires (PBA) realizado en el mes de julio de 2020. El relevamiento está basado en 172 inspecciones laborales realizadas por la Subsecretaría de Inspección al Trabajo a trabajadores/as de delivery a través de plataformas digitales, en los partidos bonaerenses de La Plata, Quilmes, Lomas de Zamora, Lanús, Avellaneda, La Matanza, Vicente López y San Isidro.

Tabla 1. Precariedad laboral preexistente y precariedad asociada a la pandemia (N=172)

	%
No tiene seguro de salud en caso de accidente o enfermedad	75.6
No tiene vacaciones u otras licencias pagas por la empresa	98,8
No tiene ART o seguro de accidente	75,6
No recibió materiales de higiene frente al COVID-19	69.2
No recibió un protocolo de Salud y Seguridad frente al COVID-19	58.7

Fuente: Ministerio de Trabajo de la provincia de Buenos Aires (2020).

Como podemos ver en la tabla 1, en el sector hay carencias importantes para garantizar la salud en el trabajo, como la falta de una aseguradora de riesgos del trabajo (ART) y licencias por enfermedad, que cobraron centralidad en el transcurso de la pandemia. Asimismo, emergieron nuevas precariedades, como la falta de protocolos y materiales de cuidado sanitario. Además, la tabla permite apreciar que, ante el surgimiento del COVID-19, el 98,8% de los repartidores encuestados no contaban con la posibilidad de acceder a una licencia paga por la empresa, lo cual hubiera sido aplicable en estos casos.

Estos resultados son consistentes con los hallazgos de nuestro trabajo de campo cualitativo, que identificó una profundización en la precariedad laboral del sector durante la pandemia:

M: Sí, al principio cuando se decretó la cuarentena yo elegí no salir y quedarme en mi casa, más que nada porque tengo un hijo chico que va a la escuela, tiene 9 años, entonces al estar acá en casa, bueno, necesitaba ayuda mía en las tareas y todo. Y era mucho tiempo que él iba a estar acá, entonces preferí quedarme y también porque tengo un familiar, que es mi papá, que forma parte del grupo de riesgo, entonces más que nada para resguardarlos a ellos elegí quedarme, y cuando se empezó a extender me vi imposibilitada porque ya la plata no me rendía, me estaba quedando sin ahorros. Los ahorros que tenía se habían ido y entonces tenía que salir a trabajar porque el posterior, después de la cuarentena iba a ser peor con todas las deudas acumuladas, y nada, arrancar

de cero de nuevo. Entonces decidí salir con medidas de protección, obviamente compradas por mí porque la empresa no nos da y bueno, nada, salí. (Entrevista a repartidora y activista gremial).

Tal como nos cuenta esta activista, los repartidores no tuvieron la opción de quedarse en su casa, por lo cual se enfrentaron al dilema de seguir en sus casas y perder sus ingresos o asumir de manera individual el riesgo de enfermarse y contagiar a sus familiares. Este dilema también apareció para repartidores que, si bien no tenían familiares a cargo, tenían una enfermedad preexistente que se podía complicar en caso de contagiarse el virus. Este es el caso de Victoria, que, si bien en ningún momento dudó de salir a trabajar, nos contó sobre un problema de salud: “Yo soy asmática y yo lo estoy haciendo igual. O sea, creo que cuidándome todo esto, bueno, lo he podido zafar de buena manera. No he tenido problema y no me he sentido mal en estos días. O sea, estoy consciente del peligro que es, pero, sin embargo, la necesidad y las ganas de trabajar son mayores que cualquier miedo” (Entrevista 4, Victoria, repartidora).

En este contexto en el cual los repartidores se vieron forzados a salir a trabajar, los primeros mensajes de las empresas a los repartidores combinaron el reconocimiento “moral” a su esfuerzo con algunas indicaciones incompletas de cómo proceder para minimizar los riesgos de contagio. Si bien en algunas entrevistas surgió una valoración positiva de esa idea, es decir que los propios repartidores tomaron para sí la noción de la importancia de su trabajo en un contexto sanitario tan adverso, otros entrevistados señalaron el contraste entre ese discurso y la falta de mejoras concretas en la situación laboral:

En este contexto, lo del discurso todavía pega más fuerte porque la cuestión publicitaria justamente dando ese mensaje, mandándote mails o mensajes diciéndote “la sociedad te necesita”, “salí”. Me parece que es un gran mensaje, una gran campaña que hacen las empresas, llenándote la cabeza y diciéndote que vos sos un héroe pero detrás de eso, nosotros queremos desenmascarar a que estamos expuestos. (Entrevista a repartidor y activista gremial).

Tal como nos cuenta este repartidor, la fuerte campaña publicitaria de las empresas no fue acompañada de mayores recursos para que los repartidores puedan trabajar en un contexto más seguro. Como pudimos ver en la Tabla 1, más de la mitad de los repartidores encuestados consideran que no recibieron un protocolo de cuidados adecuado para enfrentar al COVID-19. Esta percepción se confirmó en nuestras entrevistas. Según los repartidores, las campañas de

entrega de elementos sanitarios fueron eventos aislados e insuficientes. Por ejemplo: al principio de la pandemia había un día por mes en el que las empresas habilitaron puntos de entrega de materiales. Esto hizo que muchos repartidores desistan de ir a buscarlos para ahorrarse las filas que se generaban en dichos puntos.

Además de comunicaciones insuficientes, algunos de nuestros entrevistados consideran que las empresas no brindaron los materiales sanitarios necesarios para un trabajo seguro en el nuevo contexto sanitario. Por ello, le pedimos a uno de nuestros entrevistados que hiciera una estimación de cuántos materiales necesitaba para estar protegido en una jornada de 8 horas de trabajo, y nos contó lo siguiente:

Lo que pasa es que... cuánto material es, es en base a lo que labures. Si laburás 8 horas, necesitás 2 pares de guantes, si los barbijos hay que cambiarlos cada 3 horas, si son de los más truchitos, y vos laburás 8, que te den 3 barbijos. Y el alcohol en gel, no sé cuánto. El de 100 cm debería ser 1 por día. (Entrevista a repartidor).

Según las estimaciones de nuestro entrevistado, para una jornada de 8 horas diarias de trabajo deberían haber recibido al menos 3 barbijos por día y un tarro chico de alcohol en gel. Además, deberían haber tenido al menos dos pares de guantes por día, pero de mejor calidad que los que reciben. La distancia entre lo que recibieron (un tarro chico de alcohol en gel, unos pocos barbijos y un par de guantes) y lo que deberían haber recibido es muy grande. Este diagnóstico también se vio reflejado en los resultados de la encuesta del Ministerio de Trabajo de la PBA, en la cual el 70% de los repartidores encuestados afirmó no haber recibido materiales sanitarios para el cuidado ante la amenaza del virus.

Otro derecho que se encuentra vulnerado en el caso de los repartidores es el acceso a una ART en caso de enfermedad laboral, que asegura a los trabajadores en relación de dependencia el pago del salario durante el período de convalecencia por accidente o enfermedad. En el contexto de la pandemia, varios de nuestros entrevistados estaban preocupados por lo que pasaría con sus ingresos si ellos se enfermaban del COVID-19, ya que, en una situación normal, repartidor que no trabaja, repartidor que no cobra. Las empresas no fueron explícitas con lo que pasaría en caso que un repartidor contrajera la enfermedad:

R: Y en caso de que alguno se enferme con coronavirus, ¿está claro que pasaría? ¿Si las empresas se harían cargo?

J: no, no está claro. De hecho, yo soy paciente de riesgo, tengo diabetes, yo no estoy laburando. De hecho, les mandé mails a las empresas para que se hagan cargo de una licencia paga porque hay un montón de gente que no puede trabajar y lo hace igual porque no le queda otra. Diabetes, asma, gente que sigue trabajando. O tienen familiares de riesgo en la familia y tienen que ir a laburar igual. Entonces, eso me parece que no. Uno mandó mail pero los tipos no te responden nada. Y si se llega a enfermar alguno de coronavirus no sabemos nada, no te dicen nada. (Entrevista a repartidor y activista gremial)

Los trabajadores de las plataformas de delivery ingresaron a la pandemia en una situación de alta precariedad debido a que las empresas los consideraban trabajadores autónomos y, por lo tanto, no tenían garantizados los derechos laborales vinculados a la relación laboral clásica. En este contexto, se sumaron nuevas precariedades asociadas a los mayores riesgos para la salud de trabajar en una pandemia. Como analizaremos en el siguiente apartado, una de las principales respuestas a esta injusta situación fue la mayor implicación de trabajadores y organizaciones en el activismo digital.

Estrategias de organización colectiva de repartidores durante la pandemia: redes regionales y subnacionales para la protesta digital

Si bien existían organizaciones colectivas de repartidores en la Argentina desde mediados de 2018 (Haidar, Diana Menéndez y Arias, 2020; Negri, 2020; Bachoer, 2022; Miguez y Diana Menéndez, 2021), la profundización de la precarización laboral impuesta por las empresas al inicio de la pandemia generó un significativo aumento de la movilización colectiva en el país, siguiendo las tendencias regionales e internacionales (Elbert y Negri, 2021; Hidalgo Cordero y Salazar Daza, 2020; Marinaro, 2021).

Entre los meses de marzo y julio de 2020, los trabajadores de plataformas de reparto en Argentina organizaron y participaron en 3 paros internacionales (22 de abril, 29 de mayo y 1 de julio), un paro nacional (8 de mayo) y 3 asambleas digitales nacionales (29 de abril, 18 de mayo y 22 de junio). Las protestas de este período muestran un gran crecimiento del movimiento de repartidores, lo cual se expresó en la aparición de nuevas organizaciones en diferentes provincias del país, mayor número de repartidores en las protestas y las asambleas y, por último, en la creación de redes internacionales que conectaron a los repartidores de

Argentina con sus pares de otros países latinoamericanos, Estados Unidos y Europa.

Para caracterizar este fenómeno se realizó un análisis cualitativo de los *posteos* de organizaciones colectivas de repartidores en redes sociales como Twitter e Instagram. Analizamos los *posteos* realizados por 5 organizaciones argentinas (Asociación de Personal de Plataformas, Agrupación de Trabajadores de Reparto, Glovers Unidos Argentina, Rappis y Furioses y Sindicato de Base de Trabajadores de Reparto por Aplicación) y la participación en las declaraciones en conjunto de 9 organizaciones extranjeras. Dicho análisis nos muestra que durante las primeras semanas de la pandemia las organizaciones utilizaron estas redes como herramientas para difundir sus reclamos. En particular, diversas organizaciones *postearon flyers* en Instagram para reclamar por una mejora en las condiciones de trabajo durante la pandemia y cuestionando la retórica publicitada por las empresas alrededor de la figura de “héroes”. Esta “anticampaña” en redes sociales tenía como foco contrarrestar el mensaje difundido por las empresas (tanto hacia los usuarios consumidores como hacia los mismos repartidores) donde se resaltaba que los repartidores eran “héroes” que brindaban un servicio esencial en un contexto de crisis y así ayudaban al resto de la sociedad.

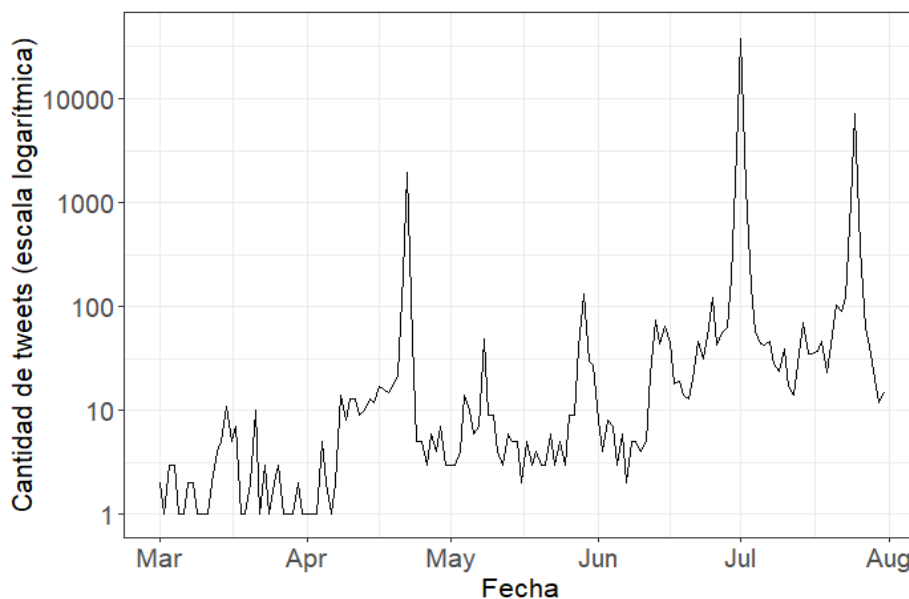
Específicamente, la Asociación de Personal de Plataformas (APP) emitió un comunicado el 23 de marzo de 2020 planteando la situación de vulnerabilidad en la que se encontraban dado que, al recibir su compensación de acuerdo a los pedidos repartidos, si no salen a trabajar no poseen ingresos (APP, 2020). Esto los forzó a tener que trabajar en condiciones de precariedad, arriesgando su salud y la de sus familias. Sobre todo, reclamaban que las empresas de plataformas provean inmediatamente elementos de seguridad, que se implementara una licencia especial paga para todos los trabajadores en riesgo y especialmente para los enfermos, y que se otorgara la misma licencia extraordinaria para padres y madres que existe en el resto de los sectores considerados esenciales. Cierran el comunicado expresando: “No queremos ser héroes, ni heroínas. Queremos los derechos que nos corresponden”.

Por otro lado, Glovers Unidos Argentina junto a ATR y Rappis y Furioses (un grupo de trabajadores de delivery organizados de Córdoba) emitieron un comunicado en líneas similares a las de APP (ATR, Glovers Unidos Argentina y Rappis y Furioses, 2020a). También reclamaban por la falta de elementos de seguridad e higiene, que no fueron brindados por las empresas y que los trabajadores debieron cubrir con sus propios ingresos. Por otro lado, afirman que muchas personas habían ingresado a trabajar en plataformas por haber perdido sus

empleos/ fuentes de ingreso debido a la pandemia. Esto llevó a que hubiera una sobreoferta de repartidores y que la cantidad de pedidos disminuyera por persona, lo que dio lugar a la reducción de sus ingresos. Además, reclamaban por un aumento en el pago por pedido, que no se actualizaba hace meses y convocaban a un paro internacional de repartidores de todas las plataformas para el 22 de abril. Cierran el comunicado afirmando: “Nuestra salud vale más que sus ganancias”. En un video en el que convocan al paro del 22 de abril, las mismas agrupaciones denuncian abusos de autoridad por parte de la policía, así como robos y accidentes. El video incluye la frase “venden superhéroes pero somos trabajadores precarizados”.

Además de la comprensión cualitativa de los *posteos* de las organizaciones, en este artículo nos interesa hacer un análisis cuantitativo de las intervenciones de repartidores y organizaciones en las redes sociales. Para ello, nos focalizamos en el activismo en Twitter, por ser la red social más utilizada para viralizar conflictos y además por tener la ventaja de que brinda información pública para la construcción de la base de datos. En primer lugar, presentamos en el Gráfico 1 la evolución de los tuits vinculados a los reclamos de los repartidores en América Latina durante el período analizado.

Gráfico 1. Evolución de los tuits entre el 1 de marzo y el 31 de julio de 2020. (N = 56100)*



Fuente: elaboración propia en base a datos de Twitter.

*Se utilizó la escala logarítmica para el eje Y para mejorar la presentación de datos.

Un dato interesante que surgió del análisis del Gráfico 1 es que los picos de activismo digital coincidieron con las medidas de fuerza convocadas por las organizaciones. Esto nos indica que las propias organizaciones planificaron una lucha en al menos dos frentes, combinando medidas presenciales con virtuales en un contexto de grandes restricciones. Los picos del gráfico corresponden a las jornadas de paro que se organizaron a nivel regional, con participación de muchos países (22 de abril, 29 de mayo y 1 de julio). Los otros dos picos corresponden a un paro que ocurrió solo en Argentina (8 de mayo) y otro que se dio exclusivamente en Brasil (25 de julio). En ese sentido, llama la atención la consistencia de la protesta digital de los trabajadores de la plataforma en Twitter, ya que podemos ver que durante todas las acciones de protesta hubo un pico significativo en la cantidad de tuits publicados. Pero también este gráfico refleja que la protesta digital continuó después de los paros, lo que apunta a un uso de este espacio digital no sólo como un medio de difusión de los paros, sino como una plataforma para el activismo continuo, utilizado para expresar demandas y visibilizar quejas de los trabajadores antes, durante y después de los paros.

El primer pico de activismo en Twitter lo podemos observar alrededor del 22 de abril, que es la fecha del primer paro internacional de repartidores durante la pandemia. La declaración publicada incluyó firmas de tres organizaciones de Argentina, así como organizaciones de otros países, incluidas Glovers Unidos España, Glovers Costa Rica, Glovers Elite Guatemala, Repartidores Perú, Glovers Ecuador (Comunicado de las organizaciones de repartidores, 22 de abril de 2020). Este texto destacaba la similitud de la precariedad que enfrentaban los trabajadores de las plataformas de reparto en todos estos países y cómo la pandemia había afectado sus condiciones laborales. Las demandas se centraron en pedir a las empresas que brinden elementos de seguridad frente al COVID-19 y que eleven la tarifa de pago por pedido para representar el sacrificio que hacen los trabajadores para continuar con sus labores durante un alto riesgo epidemiológico. El texto también menciona casos particulares de movilización en algunas ciudades argentinas como Neuquén, Mar del Plata y Rosario. El 21 de abril, las organizaciones iniciaron un *twitazo* con los *hashtags* “#YoNoReparto” y “#ParoDeRepartidores” para convocar al paro del día siguiente.

En Argentina, el paro tuvo acatamiento en las principales ciudades del país. Buenos Aires, Rosario, Neuquén y Mar del Plata fueron las más movilizadas. Si bien no en todos los casos se logró saturar las aplicaciones, los trabajadores afirman que sí se reflejaron demoras en

el servicio. Principalmente, los organizadores destacan la repercusión que tuvo el paro en los medios y en las redes sociales: *Clarín, Infobae, Tiempo Argentino, Crónica, La Voz, Perfil y Página 12*, entre otros diarios, publicaron notas sobre el paro. Uno de los motivos por los cuales los organizadores afirman que no se lograron saturar las aplicaciones es el hecho de que había muchos trabajadores nuevos en ellas que, o no se enteraron del paro, o no pueden acatarlo debido a la necesidad económica. Según uno de los organizadores del paro: “En Mar del Plata, Glovo tenía demoras, pero no logramos saturar la *app*. Igualmente, hubo varios que adhirieron pero mucha gente nueva, las cuales no apoyan o no están enteradas porque aún no tuvimos contacto. Igualmente el balance es positivo, ya que tuvo un gran alcance, analizando a nivel nacional, en medios y redes, logramos hacer ver nuestros reclamos” (Entrevista a repartidor).

Después de ese primer paro, las organizaciones en Argentina organizaron una asamblea digital nacional a través de Zoom para discutir los próximos pasos que se llevó a cabo el 29 de abril y contó con la participación de miembros de organizaciones de diferentes partes del país. Las resoluciones de la asamblea fueron publicadas por las organizaciones en sus perfiles de redes sociales. Entre ellas, se encuentra el pedido de justicia por Emma y Franco, los repartidores de Pedidos Ya fallecidos en accidentes durante la cuarentena. Las agrupaciones reclamaban que las empresas cubrieran los gastos de sus familias y que comiencen a cubrir la ART de los repartidores. Otra resolución fue el llamado a una huelga nacional el 8 de mayo. Este paro incluyó una movilización al Ministerio del Trabajo en la Ciudad de Buenos Aires y otras movilizaciones en plazas centrales y espacios neurálgicos de Mar del Plata, La Plata y Rosario. Una de las nuevas demandas se refería al bloqueo que habían realizado las empresas de plataformas tras el primer paro; muchos trabajadores movilizados habían sido bloqueados de las aplicaciones y ya no podían trabajar con ellas.

Luego de este segundo paro, el 18 de mayo se realizó una segunda asamblea nacional digital, también a través de Zoom. Las resoluciones tomadas durante esa asamblea incluyeron demandas como: aumento del 100% en la tarifa de pago, seguro médico pagado por las plataformas, elementos higiénicos y de seguridad para los trabajadores y cese de bloqueos y suspensiones injustas de trabajadores movilizados en las aplicaciones de las plataformas. Además, se fijó un paro nacional para el 29 de mayo, que luego se convirtió en un paro internacional con la participación de los mismos países que previamente habían participado del paro del 22 de abril, más nuevas organizaciones de Chile y México. Las demandas eran las

mismas de antes, dado que las empresas no habían hecho ningún cambio en sus políticas y habían continuado bloqueando a los trabajadores movilizadlos. Un tema que adquirió mayor centralidad en este caso fue la muerte de otro repartidor mientras trabajaba. Las organizaciones exigieron mejores condiciones laborales, menor presión para entregar los pedidos rápido e indemnizaciones para las familias de las víctimas. En este paro también participó una nueva organización de Argentina llamada Jóvenes Trabajadores Precarizados, la cual siguió creciendo desde entonces y apunta a crear un sindicato formal, Sindicato de Trabajadores de Reparto por Aplicación' (SiTraRepA). Con respecto a las tendencias de Twitter, los paros del 8 y 29 de mayo fueron los menos relevantes en el plano digital, lo cual puede explicarse porque en Argentina se puso mayor énfasis en la movilización física a puntos centrales de las principales ciudades del país. En ese sentido, el día del paro se movilizaron trabajadores de La Plata, Buenos Aires, Rosario, Mar del Plata, Córdoba y Villa Ballester, entre otras ciudades.

Finalmente, luego de una tercera asamblea digital, se planificó un paro internacional para el 1 de julio de 2020. El comunicado publicado incluyó a las organizaciones que habían participado antes junto con dos organizaciones de trabajadores de Brasil y se publicó tanto en español como en portugués (ATR, Glovers Unidos Argentina y Rappis y Furioses, 2020b). Este paro fue el más grande en términos de alcance geográfico y de impacto tanto en espacios digitales como en espacios públicos. Contó con la participación de organizaciones de repartidores de Chile, Ecuador, Brasil, Costa Rica y México, además del apoyo de organizaciones de todo el mundo. La regionalización de la protesta observada en el período a partir de los paros internacionales nos lleva a preguntarnos qué relevancia tuvieron los diferentes países de América Latina en el plano digital de la lucha de repartidores.

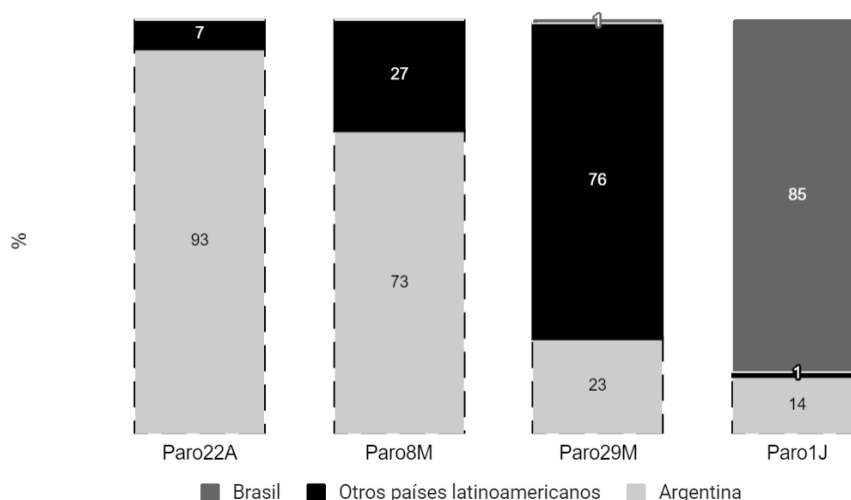
La regionalización de la protesta digital en América Latina durante la pandemia

El análisis de las tendencias de la protesta digital en el período evidenció la importancia de los paros internacionales que unificaron las demandas de repartidores de diferentes países. Como mencionamos, los repartidores de Argentina se vincularon con diferentes organizaciones de América Latina, Estados Unidos y Europa para poder coordinar acciones de lucha a nivel global. A partir de los tuits donde se pudo identificar localización (un total de 43923), observamos que 13 países latinoamericanos tuvieron representación en el plano digital de la lucha con al menos un tuit.

Analizando las frecuencias de tuits en el período, podemos ver que los países desde donde se publicó la mayoría son los países con mayor población de América Latina. Sin embargo, el salto entre ellos es considerable, habiendo una gran diferencia entre Brasil con 37074 tuits y Argentina en segundo lugar con 5913. Dentro del segundo bloque de países, llama la atención que Argentina muestra un mayor activismo que México (748 tuits), aunque tiene una población mucho menor y una economía de menor escala. Esto refleja, en cierto modo, la centralidad del país dentro del movimiento de trabajadores de plataformas organizado: Argentina no sólo ha sido de los primeros países en la región y el mundo donde la organización colectiva ha emergido en el sector de plataformas, sino que ha ocupado un rol central en la organización regional y de paros internacionales. Finalmente, es importante destacar la presencia de numerosos países con un grado bajo de repercusión en Twitter, pero en los cuales habría un gran potencial de crecimiento para el activismo digital.

Para poder comprender la relevancia de Brasil y Argentina en el activismo digital debemos incorporar al análisis un estudio diferenciado de cada uno de los eventos de protesta regionales. A continuación, presentamos el Gráfico 2, que presenta la proporción de tuits localizados en cada país durante cada uno de los paros del período. Es importante mencionar que nuestro análisis se centra en los paros con participación de repartidores de Argentina: 22 de abril, 8 de mayo, 29 de mayo y 1 de julio:

Gráfico 2. Tuits según ubicación por paro (%). (N = 34425)



Fuente: elaboración propia en base a datos de Twitter (%). N=34425.

Frecuencias del Gráfico 2:

	Paro22A	Paro8M	Paro29M	Paro1J	Total
Argentina	1111	57	40	4614	5822
Otros países latinoamericanos	82	21	130	210	443
Brasil	3	0	2	28155	28160
Total	1196	78	172	32979	34425

El gráfico 2 presenta la proporción de tuits por país para cada uno de los paros analizados, demostrando una presencia argentina en todos los eventos y un simultáneo crecimiento de la importancia relativa de Brasil. Los *hashtags* más relevantes de los tres primeros paros con presencia argentina tienen demandas generales como #YoNoReparto o #ParoDeRepartidores, y luego también algunos *hashtags* que aluden a la pandemia y el capitalismo, por ejemplo, #ElCapitalismoEsElVirus. Por otra parte, cuando llegamos al paro del 1 de julio, la mayoría de los *hashtags* se relacionan con un reclamo sobre la muerte de repartidores durante la pandemia. En consecuencia, encontramos *hashtags* como #LasVidasTrabajadorasImportan y #NuestrasVidasValenMasQueSusGanancias.

Otro dato interesante del pico de tuits del paro del 1 de julio es que, como vemos en el gráfico 2, se corresponde con la incorporación de Brasil a las medidas de protesta. Durante los primeros 3 paros, el activismo fue liderado por Argentina, seguido por organizaciones en otros países de América Latina, pero con poca o ninguna participación de Brasil. Sólo para el paro del 1 de julio vemos una organización de Brasil que firma el comunicado publicado por varias organizaciones de países latinoamericanos para llamar al paro. La participación de este país también se reflejó en el uso de los *hashtags*, ya que tuvieron mayor preponderancia los *hashtags* en idioma portugués. Es interesante destacar que también se utilizaron estos *hashtags* desde cuentas localizadas en la Argentina, lo cual resalta la coordinación internacional de los trabajadores de plataformas a través de fronteras e idiomas y el apoyo desde Argentina a la lucha de los trabajadores de plataformas de reparto en el país vecino.

Asimismo, el aumento del tráfico de tuits gracias a la participación de los repartidores de Brasil contribuyó a que el movimiento regional adquiriera mayor atención internacional. En cierto modo, fue la consolidación de las redes que se venían construyendo desde el inicio del

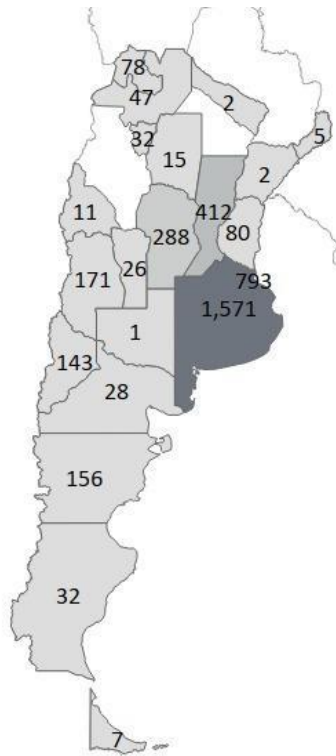
confinamiento en América Latina y abrió la puerta a una relación con organizaciones de trabajadores de plataformas de otras partes del mundo, como los trabajadores Independientes de Organización de Gran Bretaña (IWGB, por sus siglas en inglés). Fue a partir del crecimiento de este movimiento regional organizado en torno a la coordinación de paros internacionales que las redes entre organizaciones de trabajadores de plataformas se consolidaron y difundieron a través de países y continentes, situación que llevó a la creación de una alianza de organizaciones: la Unidxs World Action Alliance⁵. Esta Alianza concentra 31 organizaciones, de las cuales 17 son de Latinoamérica. En el momento de mayor efervescencia de la acción colectiva en el sector durante 2020, esta Alianza mantenía reuniones semanales por plataformas digitales como Zoom para compartir experiencias de organización y coordinar acciones colectivas transnacionales. Hacia 2022, continúa siendo un espacio relevante de coordinación internacional del movimiento de trabajadores de plataformas y de construcción de solidaridad internacional.

La protesta digital en diferentes provincias de Argentina: digitalización y crecimiento de las organizaciones

Ya comprendido el lugar de los repartidores de Argentina en el mapa regional de la protesta digital, nos interesa ahora focalizar en las tendencias al interior de nuestro país; es decir, nos preguntamos por la localización geográfica de los contenidos tuiteados por repartidores de diferentes provincias de Argentina. Existe evidencia cualitativa sobre el crecimiento federal de las organizaciones de repartidores durante la pandemia, por lo cual surge la pregunta sobre si este crecimiento también tuvo expresión en la protesta digital. A continuación, mostramos un mapa de calor considerando los tuits publicados desde cada provincia:

⁵ <http://unidosworldaction.com/>

Gráfico 3. Cantidad de tuits según provincia argentina publicados entre el 1 de marzo y el 31 de julio de 2020. (N = 3900)*



Fuente: elaboración propia en base a datos de Twitter.

*De nuestra base de datos, identificamos 5913 tuits de Argentina, pero sólo 3900 de ellos tenían información relacionada con una provincia específica.

Como observamos, la provincia de Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires continuaban liderando la protesta digital, lo cual es comprensible considerando que son las áreas más pobladas del país. No obstante, vemos una participación importante en las protestas digitales en provincias de la región central, como Córdoba y Santa Fe, de la región de Cuyo, en particular Mendoza, y de la región sur, con Chubut y Neuquén. Esto tiene relación con la evidencia cualitativa, ya que nuestros entrevistados de diferentes organizaciones habían señalado la importancia del surgimiento y consolidación de organizaciones en varias ciudades de Argentina que hasta la pandemia habían tenido poco o ningún activismo. Cuando le preguntamos a una de las activistas de ATR sobre este crecimiento, manifestó lo siguiente:

Sí, yo creo que, en particular, nosotros en ATR crecimos bastante porque ahora estamos en un montón de provincias que antes no teníamos llegada, y cuando vos te das cuenta que hablás con los compañeros de Córdoba, Rosario, La Plata, Mar del Plata, Mendoza y Bariloche... Es muy importante lo de Bariloche porque están en una lucha por que se los reconozca como clima adverso que le pagan a los docentes pero a los repartidores no. Entonces, cuando nosotros nos damos cuenta que llegamos a todas esas provincias que antes no teníamos representación y que además estamos hablando con siete países y una posibilidad de expandirnos aún más [...]. Ya puedo decir que superamos, no sé, un 1000% lo que veníamos haciendo antes. (Entrevista a repartidor y activista gremial).

El diagnóstico de les activistas gremiales tiene correspondencia con la evidencia de Twitter, ya que aparece activismo digital en provincias que no habían estado presentes en las dinámicas de movilización previas a la pandemia. Un caso interesante de federalización de la protesta fue el *hashtag* #CaravanaDeRepartidores, utilizado durante los paros del 8 y 29 de mayo para referirse a movilizaciones en las calles de diferentes ciudades de nuestro país. Este *hashtag* era acompañado por fotos de las movilizaciones y por *hashtags* con los nombres propios de las diferentes ciudades donde se convocaba a la movilización. Los movimientos que tuvieron mayor protagonismo en la utilización de este *hashtag* estaban ubicados en Neuquén, Rosario y La Plata. Ahora bien, más allá de estas localizaciones, a lo largo del período encontramos coincidencias en los *hashtags* utilizados para los paros entre diferentes regiones del país, lo cual apunta a una coordinación y comunicación existente entre organizaciones de diferentes regiones y también a un entendimiento común sobre los principales problemas del sector.

Las caravanas de repartidores también fueron publicadas en Instagram, con fotos de movilizaciones en las principales calles y plazas centrales de cada provincia. Además, tanto durante este período de efervescencia de la acción colectiva como más adelante, aquellas organizaciones de trabajadores de plataformas con mayor presencia en espacios digitales continuaron haciendo uso de plataformas como Twitter e Instagram para difundir acciones colectivas y manifestaciones llevadas a cabo en ciudades más pequeñas dentro del país, con menor llegada a medios de comunicación masivos.

Conclusiones

A lo largo de este artículo hemos analizado las estrategias de solidaridad digital desplegadas por los trabajadores de plataformas digitales de delivery en la Argentina durante el primer año de la pandemia del COVID-19. En este período, las empresas profundizaron la precariedad laboral en el sector y desplegaron una agresiva campaña publicitaria para convencer a trabajadores y clientes del carácter “heroico” de los repartidores. Como respuesta, el movimiento de repartidores desplegó diversas estrategias de organización, incluyendo el uso intensivo de plataformas digitales como Twitter, Instagram y Facebook para la coordinación colectiva y la difusión de las demandas. Sumado a ello, el movimiento desarrolló vínculos nacionales a internacionales gracias a la realización de asambleas virtuales en plataformas de comunicación, como Zoom y Google Meet, y profundizó la creación de redes informales de comunicación mediante WhatsApp y otras redes sociales.

En particular, nuestro artículo analizó la evolución de la protesta digital de repartidores en Twitter, por ser el terreno más utilizado para la viralización de reclamos. La evidencia nos muestra que los repartidores de Argentina aumentaron significativamente el uso de Twitter a lo largo del primer año de la pandemia. Si bien el uso de esta red social en general coincidió con la realización de diferentes medidas de lucha, incluyendo los paros internacionales de repartidores, nuestros datos apoyan la idea de que el movimiento de repartidores incorporó las estrategias digitales no sólo como un medio de difusión de los paros, sino también como una plataforma para el activismo continuo, para expresar demandas y visibilizar quejas de los trabajadores antes, durante y después de los paros.

Consideramos que las incorporaciones de las estrategias de solidaridad digital durante la pandemia muestran la creatividad y adaptabilidad de los trabajadores de plataformas para organizarse colectivamente incluso en condiciones de alta vulnerabilidad. Ante la falta de apoyo de organizaciones sindicales tradicionales del sector, los repartidores crearon rápidamente sus propias organizaciones y desarrollaron acciones tradicionales de lucha como paros, asambleas y movilizaciones. Cuando se enfrentaron a la dificultad de movilizarse presencialmente en un contexto de alto riesgo epidemiológico y restricciones gubernamentales, utilizaron la tecnología para organizarse y protestar a través de espacios digitales.

Finalmente, esta experiencia colectiva de incorporación de herramientas digitales en la lucha obrera apoya los argumentos acerca del carácter contradictorio de las tecnologías digitales en el capitalismo contemporáneo. Si bien es cierto que la difusión global de estas tecnologías va de la mano de la expansión de grandes monopolios de base tecnológica, la evidencia también indica que la clase trabajadora puede utilizarlas como instrumentos de organización y difusión de sus demandas. En el caso particular analizado en este artículo, pudimos ver que los repartidores utilizaron las plataformas digitales para cuestionar el discurso público empresario sobre el supuesto heroísmo de los trabajadores y demostrar que escondía prácticas de precarización laboral en un contexto de mayor riesgo sanitario. Asimismo, los repartidores generaron redes regionales y globales de protesta que permitieron articular las demandas del movimiento en diversos paros internacionales.

En términos más generales, sin embargo, la lucha sigue siendo desigual. Más allá de que el movimiento obrero encuentre maneras creativas de utilizar las tecnologías digitales como forma de resistencia, las empresas controlan y analizan un tráfico global de información digital ampliamente superior. Por ello, es de esperar que, a futuro, esta desigualdad genere una mayor articulación entre trabajadores de diferentes sectores de la economía digital que permita responder de manera global a la intensificación de la explotación capitalista apoyada en estas nuevas tecnologías digitales. El caso del movimiento global de protesta de repartidores durante la pandemia es un ejemplo a seguir en esa dirección.

Bibliografía

- Bachoer, Lucía (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 (marzo), 267-306.
- Cant, C. (2019) *Riding for Deliveroo: Resistance in the New Economy*, Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity.
- De Stefano, V. (2016) "The rise of the just-in-time workforce: On-demand work, crowd work, and labor protection in the gig-economy." *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 37(3).
- Del Bono, A. (2019). "Trabajadores de plataformas digitales: Condiciones laborales en plataformas de reparto a domicilio en Argentina." *Cuestiones De Sociología*, 20.

- Elbert, R. y Negri, S. (2021). Delivery Platform Workers during covid-19 Pandemic in the City of Buenos Aires (Argentina): Deepened Precarity and Workers' Response in a Context of Epidemiological Crisis. *Journal of Labor and Society*, on-line first.
- Elbert, R. y Negri, S. (2023) "tuiteando contra el capital". Repositorio Digital Institucional Facultad de Ciencias Sociales-UBA [consulta: 14 de febrero]. <http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/3476>
- Fagioli, A. (2022). "El general intellect en bicicleta. Un análisis del trabajo de repartidores de plataformas de delivery de Buenos Aires, Argentina." *Razón Crítica*, 12.
- Gandini, A. (2019) "Labour process theory and the gig economy". *Human Relations*, 72(6), 1039-1056.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. Londres: Pluto Press.
- Gutiérrez Crocco, F. y Atzeni, M. (2022). Entre precarización, control algorítmico y movilización. Efectos de la pandemia de COVID-19 en las y los repartidores de plataformas en Argentina y Chile. *Revista Internacional del Trabajo*, 141(3), 489-511.
- Haidar, J., Diana Menéndez, N. y Arias, C. (2020). ¿La organización vence al algoritmo? Plataformas de reparto y procesos de organización de los trabajadores de delivery en Argentina. *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 23(4), 15-28.
- Haidar, Julieta, y Jesica Pla (2021) "ASPO (Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio) y plataformas de reparto en la CABA. Sus impactos en las dinámicas de trabajo y trabajadores". *Trabajo y Sociedad*, XXII(36), 81-100.
- Hidalgo Cordero, K. y Salazar Daza, C. (2020) (eds.). *Precarización laboral en plataformas digitales. Una lectura desde América Latina*. Quito: FES-ILDIS Ecuador.
- Kellogg, K. C., Valentine, M. A., & Christin, A. (2020). Algorithms at work: The new contested terrain of control. *Academy of Management Annals*, 14(1), 366-410.
- Lee, H. y Staples, R (2018). Digitale Solidarität unter Arbeitnehmerinnen. *Industrielle Beziehungen*, 25(4), 13-14.
- Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E. y Ernst, C. (2019). Economía de plataformas y empleo. ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina? Buenos Aires: CIPPEC-BID-OIT.
- Marinero, P. (2020) I riders latinoamericani lanciano lo sciopero globale. *Jacobin Italia* (28 de agosto). <https://jacobinitalia.it/i-riders-latinoamericani-lanciano-lo-sciopero-globale/?fbclid=IwAR3UdYlf7ZL9lgiXCjx7Eu0WyVN1stutgkKVcVdhEgntqg5qhOhOT3Zw6-k>.
- Marinero, P. (2021). Food delivery workers shaping the future of work: Ni Un Repartidor Menos. Center for Global Workers' Rights (en prensa).
- Miguez, P. y Diana Menendez, N. (2021). Platform Workers in Latin America: Transnational Logics and Regional Resistances?. *Tempo Social*, 33(2), 231-51.

- Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires (2020). “Descripción de las condiciones laborales de los y las trabajadores de delivery a través de plataformas digitales”.
- Negri, S. (2020). El proceso de trabajo y la experiencia de los trabajadores en las plataformas de delivery en Argentina. *Estudios del Trabajo. Revista de la Asociación Argentina de Especialistas en Estudios del Trabajo (ASET)*, n.º 60 (diciembre).
- Ottaviano, J., O’Farrel, J. y M. Maito (2019). Organización sindical de trabajadores de plataformas digitales y criterios para el diseño de políticas públicas. *Análisis*, 49, 1-43.
- Pereyra, F., y Poblete, L. (2022). Regulating platform delivery work in Argentina. Tensions between regulations and the priorities of workers. *Research Papers*, Editions ÁFD.
- Tassinari, A., y Maccarrone, V. (2020). Riders on the Storm: Workplace Solidarity among Gig Economy Couriers in Italy and the UK. *Work, Employment and Society*, 34(1), 35-54.
- Vandaele, K. (2021). Collective resistance and organizational creativity amongst Europes platform workers: a new power in the labour movement?. En Haidar, J y Keune, M. (Eds). *Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism* (pp. 111-133). Edward Elgar Publishing.
- Woodcock, J. y Cant, C. (2020). Digital Workerism: Technology, Platforms, and the Circulation of Workers’ Struggles. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 18(1).
- Woodcock, J. y Graham, M. (2020). *The Gig Economy. A critical introduction*. Cambridge: Polity.

Anexo I: Listado de entrevistas

Entrevista	Plataforma	Activista/Organización
1	Uber, Rappi, Pedidos Ya	NO
2	Ubereats, Glovo	NO
3	Pedidos Ya, Glovo	SÍ/ASIMM
4	Ubereats, Rappi, Glovo, Pedidos Ya	SÍ/APP
5	Glovo	SÍ/APP
6	Rappi	SÍ/APP
7	Rappi	SÍ/NS-NC
8	Ubereats	NO
9	Glovo	SÍ/Glovers Unidos
10	Undisclosed	SÍ/ATR

Anexo II: Fuentes consultadas

Asociación de Personal de Plataformas (2020). Comunicado de trabajadores/as de plataformas ante el Covid-19 [Google Doc]. https://docs.google.com/document/d/e/2PACX-1vR-fovaPySrqnGevaYtS4DX24L9hWpocTXSt2Zju948rj57XTBFQGNFjIhxbJf27_erc0PksYPC6gG/pub. Descargado en septiembre del 2020.

Agrupación de Trabajadores de Reparto (ATR), Glovers Unidos Argentina & Rappis y Furiosos. (2020a). Comunicado de repartidores publicado el 14 de abril en la cuenta de Instagram @redappsunidosargentina. Descargado en Septiembre de 2020.

Agrupación de Trabajadores de Reparto (ATR) (2020b) Comunicado publicado por organizaciones de trabajadores de plataformas de reparto llamando al paro el 1 de julio de 2020. Fuente: cuenta de Instagram de la Agrupación de Trabajadores de Reparto (ATR).

Anexo III: *Hashtags* y palabras claves utilizadas en Twitter

III.A Listado de *hashtags* utilizados para realizar el relevamiento de tuits a partir del cual se construyó la base de datos analizada

#22ANoReparto, #22ANoRepartoEnPamplona, #22AParoDeRepartidores, #22AParoInternacionalDeRepartidores, #22AYoNoReparto, #29MNOREPARTO, #29MYoNoReparto, #ApagaTuApp, #BastaDePrecarizacionLaboral, #BoicotALosMiserables, #BrequeDosApps, #CaravanaDeRepartidores, #DeliverlobresHoyNoReparte, #ElCapitalismoEsElVirus, #EnTuPedidoVaMiVida, #EsTrabajo, #GreveDosApps, #GreveDosEntregadores, #InternationalRidersStrike, #JusticiaPorEmma, #LasVidasTrabajadorasImportan, #NiUnRepartidorMenos, #NiUNRepartidorMenosArgentina, #NiUNRepartidorMenosChile, #niunrepartidormenosperu, #NoALa22, #NoOnProp22, #NoReparto, #NoRepartoMX, #NuestrasVidasValen, #NuestrasVidasValenMasQueSusGanancias, #Paro1J, #Paro1julio, #parodedeliverys, #ParoDeRepartidores, #ParoInternacionaldeApps, #ParoInternacionalDeRepartidores, #PorEllosPorMiPorTodos, #Scioperointernazionaleiriders, #SoyRepartidorTengoDerechos, #TrabajadoresDePlataformas, #UnidosWorldAction, #YoNoReparto, #YoNoRepartochile, #YoNoRepartoMX, #YoParo.

III.B Listado de palabras claves utilizadas para limpiar y consolidar la base de tuits construida

“app”, “repartidores”, “rappi”, “glovo”, “pedidosya”, “ubereats”, “delivery”, “pedalea”, “riders”, “repartidorxs”, “entregadores”, “brequedosapps”, “grevedosapps”, “apps de reparto”, “entrega”, “repartiendo comida2”, “deliver”, “6 muer”.