

*Verticalidades e horizontalidades na constituição dos lugares:
proposta metodológica para estudo de empresas de food
delivery a partir dos dois circuitos da economia urbana*

*Verticalities and horizontalities in the constitution of places:
methodological proposal for the study of food delivery
companies based on the two circuits of urban economy*

*Verticalidades y horizontalidades en la constitución de
lugares: propuesta metodológica para el estudio de
empresas de food delivery a partir de los dos circuitos de la
economía urbana*

Carlos Eduardo Nobre
Universidade Estadual de Campinas
cdnobre19@gmail.com

Resumo

Propomos uma metodologia para estudo de empresas de *food delivery* a partir dos dois circuitos da economia urbana. Tal metodologia reconhece a necessidade de compreensão do chamado capitalismo de plataforma e seu corolário – a uberização do setor de serviços – como uma das manifestações da modernização tecnológica e de seus rebatimentos na economia política da cidade. Nesse sentido, fundamentamos a metodologia a partir das noções de verticalidade, horizontalidade, tecnosfera, psicosfera e na proposição teórica dos dois circuitos da economia urbana. Destacamos que essa metodologia foi desenvolvida e aplicada em pesquisa que teve como objetivo compreender a ação das empresas de *food delivery* na cidade de São Luís, MA, no ano de 2020, e cujos resultados são discutidos, principalmente, em Aguiar (2021) e Nobre *et al.* (2023).

Palavras-chave: Método Geográfico. Circuitos da Economia Urbana. Capitalismo de Plataforma. *Food Delivery*.

Abstract

We propose a methodology for studying food delivery companies based on the two circuits of the urban economy. This methodology recognizes the need to understand the so-called platform capitalism and its corollary – the uberization of the service sector – as one of the manifestations of technological modernization and its repercussions on the political economy of the city. In this sense, we ground the methodology in the

notions of verticality, horizontality, technosphere, psychosphere, and in the theoretical proposition of the two circuits of the urban economy. We emphasize that this methodology was developed and applied in research aimed at understanding the actions of food delivery companies in the city of São Luís, MA, in the year 2020, and the results are discussed primarily in Aguiar (2021) and Nobre et al. (2023).

Keywords: Geographic Method. Circuits of Urban Economy. Platform Capitalism. Food Delivery.

Resumen

Proponemos una metodología para el estudio de empresas de *food delivery* a partir de los dos circuitos de la economía urbana. Esta metodología reconoce la necesidad de comprender el denominado capitalismo de plataforma y su corolario, la uberización del sector de servicios, como una de las manifestaciones de la modernización tecnológica y de sus repercusiones en la economía política de la ciudad. En este sentido, fundamentamos la metodología en las nociones de verticalidad, horizontalidad, tecnoesfera, psicoesfera y en la proposición teórica de los dos circuitos de la economía urbana. Destacamos que esta metodología fue desarrollada y aplicada en una investigación que tuvo como objetivo comprender la acción de las empresas de entrega de alimentos en la ciudad de São Luís, MA, en el año 2020, y cuyos resultados se discuten principalmente en Aguiar (2021) y Nobre et al. (2023).

Palabras clave: Método Geográfico. Circuitos de la Economía Urbana. Capitalismo de Plataforma. *Food Delivery*.

Introdução

As transformações nas relações sociais de produção promovidas pelo chamado capitalismo de plataforma, seu regime de acumulação específico e financeirizado (LANGLEY; LEYSHON, 2017; SRNICEK, 2016) e o respectivo fenômeno decorrente – a uberização do setor de serviços – vêm sendo amplamente estudadas entre sociólogos, economistas, juristas e políticos. A ênfase de tais estudos remete às transformações ocorridas no mundo do trabalho a partir da produção de novos sistemas de controle e gestão apoiados nas tecnologias da informação. Antunes (2020), por exemplo, desvenda a atual situação da classe trabalhadora, mais especificamente do que ele chama de proletariado de serviços na era digital, em função da reestruturação permanente do capital.

Uma das características operadas pelas plataformas digitais diz respeito à externalização de tarefas apoiada na gestão *just-in-time* de multidões de trabalhadores, abordada por De Stefano (2016). Abílio (2019), refletindo sobre esse processo a partir da formação socioespacial brasileira, considera a uberização do trabalho como uma “nova forma de gestão, organização e controle, empreendida como uma tendência que atravessa o mundo do trabalho globalmente”, buscando analisar “a transformação do trabalhador em trabalhador *just-in-time* [...] e as novas formas de controle automatizadas que possibilitam pensar na definição de gerenciamento algorítmico do trabalho”.

No mesmo sentido, Sabino e Abílio (2019) destacam nesse processo o papel de suporte e mediação das plataformas digitais em que as “empresas-aplicativo apostam no discurso do empreendedorismo para dispensar aos seus ‘parceiros’ o tratamento jurídico de trabalhadores autônomos ou independentes”, levando os autores a afirmarem que o

abuso dessa noção de “empreendedorismo não passa de mera retórica para justificar e legitimar a exploração dos trabalhadores”.

Daí a preocupação de Carelli e Kesselman (2019) e Carelli *et al.* (2019) com o papel do Estado na regulação das empresas que prestam serviços por meio de plataformas digitais, bem como dos trabalhadores uberizados, no sentido de restituir aos últimos os direitos e garantias fundamentais dentro das relações de trabalho vigentes no país, com destaque para o conjunto de direitos assegurado pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT).

Podemos destacar nessas abordagens alguns elementos analíticos em comum: a) a negação do Estado em seu papel regulador, favorecendo a livre ação das empresas-plataforma, isentas de obrigações relativas a vínculos empregatícios; b) as transformações e implicações no mundo do trabalho no sentido da precarização dos trabalhadores envolvidos na ponta do processo (motoristas de transportes por aplicativos, entregadores, prestadores de serviços domésticos e de manutenção, professores, dentre outros) e c) o papel da ideologia dominante difundida por meio do discurso que busca legitimar e justificar a “não” atuação do Estado e as práticas exploratórias dessas empresas sobre a massa de trabalhadores apoiadas no controverso discurso do empreendedorismo ou do empresário de si.

No sentido de corroborar com os estudos realizados interdisciplinarmente – mas sempre a partir de campos disciplinares do saber –, propomos contribuir a partir do campo disciplinar da geografia, tendo em vista que: a) o fenômeno da uberização é ao mesmo tempo resultado e condição da difusão do meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2008 [1996]), portanto, das condições herdadas e das inovações presentes no espaço geográfico; b) as transformações nas relações de produção incluindo as formas de distribuição e consumo afetam, sobremaneira, o mundo do trabalho e as condições de vida dos trabalhadores segundo as dinâmicas sociais e territoriais instituídas e induzidas pelo fenômeno em questão.

Áreas da cidade são acionadas a partir da articulação promovida por redes técnicas e informacionais que as colocam em contato com outros espaços onde se processam e se originam os impulsos globais (RIBEIRO; SILVA, 2013; RIBEIRO, 2013). Essas redes constituem vasos comunicantes que permitem a difusão ampliada dos vetores da modernização que alteram e desarticulam relações sociais e econômicas preexistentes.

Tendo em vista esses pressupostos, propomos uma metodologia, ou, se preferir, um esquema de análise, para investigar a atuação das empresas de *food delivery* como um dos ramos específicos que explicitam o fenômeno da uberização. Para tanto, invocamos um conjunto de conceitos, noções e categorias propostos por Milton Santos para analisar o conteúdo social e espacial que conforma o fenômeno a partir do próprio espaço geográfico, definido por este autor como um “conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá” (SANTOS, 2008 [1996], p. 63).

Nesse sentido, fundamentaremos a metodologia nas noções de verticalidade e horizontalidade; tecnoesfera e psicoesfera (*ibid.*); e na proposição teórica dos circuitos superior e inferior da economia urbana (SANTOS, 2004 [1979]).

Vale destacar que a metodologia aqui proposta foi aplicada e testada em pesquisa desenvolvida na Universidade Estadual do Maranhão, entre os anos de 2020 e 2021, tendo como empiria a cidade de São Luís, MA, e cujos resultados são discutidos em Aguiar e Nobre (2021); Moreno e Nobre (2021); Pereira e Nobre (2021); Aguiar (2021) e Nobre *et al.* (2023).

Verticalidades e horizontalidades na constituição dos lugares: do método à metodologia

De um ponto de vista geográfico, o fenômeno da uberização, expresso pelas empresas de plataformas digitais em geral e pelas empresas de *food delivery* em particular, deve interessar aos geógrafos, pois, conforme os estudos já realizados apontam, essas empresas: a) não atuam sem uma base territorial meticulosamente acionada e usada como estratégia, inclusive utilizando a informação coletada pelos atores envolvidos (estabelecimentos comerciais, motoristas, entregadores, consumidores etc.) como *fator produtivo* (DANTAS, 2006) que serve à expansão dessas empresas na ampliação das estratégias de acumulação (TOZI, 2018a, 2018b, 2023) b) essas empresas de aplicativos também vêm transformando significativamente as relações sociais e econômicas nos lugares ao desestruturar economias locais pautadas nas horizontalidades e reestruturá-las verticalmente induzindo um processo de empobrecimento de médios e pequenos empresários e trabalhadores, no sentido atribuído por Harvey (2004) de uma acumulação por espoliação.

Ainda, Harvey (1989, p. 19) destaca que todo trabalho é baseado em um local (*place-based*), princípio recuperado por Graham e Anwar (2018, p. 177; 184), recordando para desenvolver sua abordagem espacial das plataformas digitais. Os autores diferenciam o trabalho geograficamente não-aderente e outro aderente ao espaço (*non-sticky work* e *geo-graphically sticky work*, no original) para compreender a forma pela qual o trabalho é exercido nas plataformas: dependente de uma localização precisa, no primeiro caso; ubíquo, no segundo.

Tais tendências e dinâmicas podem ser apreendidas pela Geografia por meio dos entrecruzamentos entre verticalidades e horizontalidades (SANTOS, 2008 [1996]) na conformação de situações geográficas¹ (SILVEIRA, 1999; CATAIA; RIBEIRO, 2015). Essas duas noções – verticalidade e horizontalidade – são fundamentais à compreensão da atuação das empresas de *food delivery*, pois elas dizem respeito à constituição dos lugares a partir, por um lado, de forças externas ou forças centrífugas, podendo ser lidas também como impulsos globais (RIBEIRO; SILVA, 2013; RIBEIRO, 2013); e, por outro lado, por

¹ As situações geográficas podem ser compreendidas, também, como área de ocorrência do fenômeno (SANTOS, 2008 [1996], p. 151).

forças internas ou centrípetas que se amalgamam na definição e determinação das relações sociais de produção.

Na proposição teórica de Milton Santos, o espaço geográfico e mais precisamente o lugar como espaço do acontecer solidário (SANTOS, 2008 [1996]) pode ser analisado a partir desses dois arranjos e segmentações que se articulam: verticalidades e horizontalidades (*ibid.*). As horizontalidades são “extensões formadas de pontos que se agregam [...] sem descontinuidade [conformando um espaço] da contiguidade”; enquanto as verticalidades representam “pontos no espaço separados uns dos outros [mas que] asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia [sendo] espaço de fluxos reguladores” que permitem: a) articular os momentos da produção (circulação, distribuição e consumo); b) veicular a cooperação econômica, política e geográfica mais ampla (*ibid.*, p. 284).

Nesse sentido, as verticalidades criam interdependências e cooperação entre os lugares ao tomar o território como suporte da ação, garantindo assim a coesão do processo produtivo por meio do transporte do comando de ordens técnicas, financeiras, políticas e normativas; portanto, veiculando os vetores de uma racionalidade superior, fundada no discurso pragmático dos setores hegemônicos que buscam, nos níveis inferiores, um cotidiano obediente e disciplinado (*ibid.*, p. 285-286).

No entanto, como atesta Santos (*ibid.*, p. 285), “a incorporação [dos] nexos e normas externas têm um efeito desintegrador das solidariedades [orgânicas e organizacionais] locais então vigentes, com a perda correlativa da capacidade de gestão da vida local”. É disso que se trata quando uma empresa global que atua por meio de plataformas digitais, com seu conteúdo técnico e normativo, chega a uma cidade, desorganizando os mercados locais para reorganizá-los a seu favor.

Nesse sentido, as cidades se tornam *locus* privilegiado da análise geográfica na medida em que elas constituem os pontos de intersecção entre verticalidades e horizontalidades em um contexto marcado pela tendência de união vertical dos lugares garantida às custas de normas rígidas (*ibid.*, p. 256; 286-287).

Vínculos entre verticalidades, horizontalidades e os circuitos da economia urbana

A expansão territorial de empresas globais e nacionais que operam a partir de plataformas digitais – dentre as quais mencionamos, no setor de *food delivery*, as empresas iFood, Uber Eats, Rappi e 99 Food – ocorre em dois contextos. O primeiro diz respeito ao fenômeno da uberização da economia. O segundo contexto diz respeito ao evento pandêmico da Covid-19 que acelerou o primeiro.

Nesse sentido, concomitante à ampliação da escala da ação dessas empresas verifica-se, em determinadas cidades, o aumento no número de estabelecimentos comerciais de alimentos ofertando os serviços de *delivery* a partir dos aplicativos dessas mesmas empresas, como bem atestam e discutem Costa e Bezerra (2022).

Conforme os autores (*ibid.*, p. 17), entre março e agosto de 2020 – quando em muitos municípios brasileiros se decretou o isolamento físico, mediante à Pandemia da Covid-19, impedindo a circulação de pessoas e a permanência dos indivíduos em estabelecimentos comerciais – o número de estabelecimentos vinculados às empresas de *food delivery* saltou de 160 mil para 212 mil, um crescimento de 32,5%, sendo 94% dos estabelecimentos de pequeno-médio porte.

Como afirma Montenegro (2020, p. 8):

A adesão aos aplicativos de entregas passa a significar, paradoxalmente, a possibilidade de sobrevivência para pequenos negócios e, ao mesmo tempo, mais um canal de drenagem de seus recursos por parte do circuito superior, haja vista as altas porcentagens cobradas pelas empresas de aplicativos aos estabelecimentos pelo serviço de entrega.

Outro dado relevante é que, em 2020, a empresa iFood – maior do segmento de *food delivery* no Brasil – estava presente em 1.200 municípios brasileiros e, em 2021, esse número saltou para 1.835 municípios, um crescimento de 53% (COSTA e BEZERRA, 2022, p. 23).

Por conseguinte, houve também o crescimento no número de motoentregadores e *bike-boys* vinculados às plataformas das empresa de *food delivery*. Conforme dados do IBGE (2023), em 2022, o Brasil contava com 1,5 milhão de trabalhadores plataformizados. Desse total, 52,2% (ou 778 mil) exerciam o trabalho principal por meio de aplicativos de transporte de passageiros; 39,5% (ou 589 mil) correspondiam a trabalhadores de aplicativos de *food delivery*, enquanto os trabalhadores de aplicativos de prestação de serviços somavam 13,2% (197 mil).

Parte significativa do contingente de desempregados no país é absorvida pelas empresas de aplicativos na condição de motoristas, entregadores e outros prestadores de serviços. Haveria um deslocamento da força de trabalho para esses novos ramos da economia globalizada realizados a partir das tecnologias da informação, mas em condições precárias.

Esses fatos têm a ver com a modernização tecnológica que altera a dinâmica das ocupações “tradicionais”. Santos já afirmava na década de 1970 que “é antes a modernização, pela forma que assume em pleno período tecnológico, que é responsável pelo desenvolvimento do subemprego e da marginalidade” (SANTOS, 2013 [1978], p. 28). “Se, por um lado, a economia incorpora um certo número de pessoas ao mercado de trabalho efetivo, através de empregos recém-criados” – e aqui podemos imaginar os engenheiros de *softwares* e toda força de trabalho ocupada na produção de sistemas técnicos voltados à automação e à inteligência artificial aplicadas aos sistemas produtivos – “por outro [lado] ela expulsa um número muito maior, criando de um golpe o subemprego, o desemprego e a marginalidade” (*ibid.*, p. 42).

É nesse sentido que se criam as condições para aproveitamento de uma massa de trabalhadores desempregados que são absorvidos em novas funções relacionadas a novas divisões sociais do trabalho, porém em condições precárias. Essa dinâmica atualiza os nexos e as relações de interdependência entre os circuitos da economia urbana.

Portanto, o fenômeno da uberização deve levar em conta, em uma perspectiva geográfica, o entendimento da estruturação e funcionamento desses circuitos que alteram a vida de relações nos lugares a partir dos nexos e das novas relações de interdependência instituídas pelos impulsos globais, ou seja, pelos vetores de modernização responsáveis pelos processos de verticalização e horizontalização.

Cabe considerar as características e os elementos que constituem os circuitos da economia urbana e porque eles são fundamentais para entender a uberização em uma perspectiva geográfica, ao tempo em que é possível observar os vínculos entre verticalidades e horizontalidades e os respectivos circuitos.

Santos (2013 [1978], p. 42) propõe que a economia urbana deva ser estudada como um sistema único, mas composto de dois subsistemas: circuito superior e circuito inferior. O circuito superior é resultado da modernização tecnológica e o “essencial das relações não é controlado dentro da cidade ou da região de influência, mas dentro da estrutura do país ou de países estrangeiros”. Já o circuito inferior é formado por atividades de pequena escala e profundamente implantadas dentro da cidade.

A partir dessas definições preliminares, podemos entender as empresas de *food delivery* como pertencentes ao circuito superior, já que seus serviços se estendem pelos territórios nacionais e internacionais e contam com alto grau de capital, tecnologia, organização e informação; enquanto a maioria dos estabelecimentos comerciais que produzem e distribuem as refeições – sem considerar as grandes redes de *fast food* – se inserem no circuito inferior, já que o alcance do mercado consumidor é limitado a determinadas áreas dentro da cidade e, por conseguinte, à própria cidade.

Para análise do uso do território pelas empresas de *food delivery* a partir da teoria dos circuitos da economia urbana

Para Santos (2013 [1978], p. 44), “cada circuito é um sistema, ou, mais precisamente, um subsistema urbano. Mas, apesar de sua interdependência, o circuito inferior é dependente do circuito superior”. Dessa afirmação, depreendemos que, a despeito da maior – sempre relativa – dependência do circuito inferior em relação ao circuito superior, o grau de dependência desse segundo em relação ao primeiro não é desprezível, tendo em vista que o circuito inferior cumpre uma função de extrema relevância para existência e funcionamento do circuito superior, qual seja:

[...] difundir o modo capitalista de produção entre a população pobre através do consumo, e absorver para o circuito superior a poupança e a mais-valia das unidades familiares, por intermédio da máquina financeira, de produção e de consumo [...] (SANTOS, 2013 [1978], p. 70).

Cabem algumas considerações. Primeiro, os circuitos são interdependentes e isso é claro quando verificamos a dependência das empresas de *food delivery* em relação: a) aos estabelecimentos comerciais que produzem e distribuem os alimentos na cidade; b) aos trabalhadores entregadores que cumprem a atividade fim da empresa: o *delivery*; c) aos consumidores que se utilizam dos aplicativos dessas empresas para efetuarem a compra e recebimento das refeições.

Segundo, no caso dos estabelecimentos comerciais e dos entregadores, a dependência em relação às empresas de *food delivery* resulta da imposição da inovação tecnológica difundida por essas empresas, “forçando” os estabelecimentos comerciais e os entregadores a se enquadrarem na nova lógica do mercado, aderindo ao serviço e se vinculando às plataformas digitais para se inserirem ao sistema produtivo competitivo, portanto, subordinando-se aos imperativos normativos e tecnológicos que se atualizam. As empresas de *food delivery*, por meio de aplicativos, também dependem e se utilizam da força de trabalho de estratos sociais pobres, geralmente moradores das periferias, que se encontram desempregados. É nesse sentido que vislumbramos a interdependência entre os circuitos.

Terceiro, como afirma Santos (2013 [1978], p. 70), uma das funções do circuito inferior é transferir ao circuito superior “a poupança e a mais valia das unidades familiares”. Isso é verificado quando se considera a transferência de parte da renda dos estabelecimentos comerciais e dos trabalhadores vinculados às empresas de *food delivery* por meio de taxas cobradas a uns e outros para uso da plataforma digital. Isso é válido, também, para os clientes que consomem o pedido ao pagarem à empresa proprietária do aplicativo a taxa de entrega. O desvendamento dos mecanismos responsáveis pela transferência de recursos entre os circuitos, bem como o volume de recursos transferidos – quanto as grandes empresas ganham e quanto os estabelecimentos comerciais e trabalhadores deixam de ganhar –, deve fazer parte da pesquisa.

Quarto, a chegada de uma empresa de *food delivery* em uma cidade significa uma reestruturação no funcionamento dos estabelecimentos comerciais produtores e distribuidores de alimentos já existentes, que devem se adequar às normas e lógica de acumulação da empresa. Tanto os estabelecimentos comerciais como os trabalhadores responsáveis pelas entregas dos alimentos passam a responder à lógica do algoritmo, portanto, a empresa institui uma nova racionalidade (logística) na organização do processo de produção e distribuição dos alimentos. Pelo lado do consumo, as empresas de *food delivery* também instituem uma nova forma de consumir na medida em que o cliente não entra mais em contato direto com o estabelecimento comercial para compra da refeição, mas o faz por meio do aplicativo da empresa.

É nesse sentido que a empresa de *food delivery* rompe com as relações diretas (horizontais) entre estabelecimento comercial, trabalhador responsável pela entrega e cliente. A relação desses atores passa a ser mediada pela plataforma digital e todos eles passam a agir conforme à lógica dos algoritmos da empresa. Trata-se de uma ação informada que é ao mesmo tempo alienada e alienante, pois não corresponde a um sentido fundado nos próprios sujeitos da ação.

Os serviços de transporte ofertados por estabelecimentos comerciais situados em várias cidades, ou seja, de entrega simultânea de produtos aos clientes, não é algo novo no cotidiano urbano. A figura do *motoboy* está presente há considerável tempo nas grandes cidades. A novidade é a forma de contratação desses serviços a partir da chegada das empresas de aplicativos que introduzem uma nova racionalidade no processo de distribuição de mercadorias.

Anteriormente, o *motoboy*, atualmente designado como motoentregador, vendia, geralmente, sua força de trabalho diretamente ao proprietário do estabelecimento comercial; embora muitos fornecessem seus serviços por meio de empresas terceirizadas, de todo modo, empresas locais. O cliente, por sua vez, entrava em contato direto com o estabelecimento. O pagamento do salário do entregador era acordado diretamente com o empregador ou com a empresa a qual o entregador era vinculado, mesmo que a fonte de seu pagamento consistisse na cobrança de taxa de entrega ao cliente.

Com a intermediação técnica do aplicativo, essa relação agora é atravessada e intermediada pela empresa que detêm a propriedade deste meio de produção digital, de modo que parte do dinheiro utilizado localmente pelo cliente para pagamento do produto e, por conseguinte, composição do lucro do estabelecimento e pagamento do salário do entregador, passa a ser transferido para a empresa proprietária do aplicativo. Vale destacar que as sedes dessas empresas não se situam nos municípios onde elas atuam e, portanto, escapam às taxas e tributos municipais – mesmo porque não há legislações consistentes que regulem a atuação dessas empresas –, enquanto donos de estabelecimentos, entregadores e clientes continuam a arcar com esses custos.

Outro dado a ser considerado é fato de que as empresas de *food delivery* não precisam investir e custear a instalação de estabelecimentos comerciais, tampouco assumem os custos de compra e manutenção dos equipamentos necessários à realização das entregas, transferindo tais custos aos pequenos e médios empresários (no caso dos estabelecimentos) e trabalhadores/entregadores (no caso dos equipamentos para o serviço de entrega) que se utilizam das plataformas digitais.

Nesse sentido, as empresas de *food delivery* se aproveitam do espaço herdado, dos fatores de produção preexistentes e os adaptam para se conformarem aos seus desígnios. Ao se aproveitarem das capacidades instaladas nas cidades, ou seja, das externalidades promovidas pelos estabelecimentos comerciais e pela força de trabalho, as empresas de *food delivery* tendem a acumular, concentrar e centralizar socialmente e espacialmente o capital em detrimento dos demais agentes e lugares. Trata-se de uma drenagem de recursos locais para um número reduzido de cidades globais que abrigam as sedes dessas grandes empresas e que contribuem para perpetuação do círculo vicioso da estagnação e pobreza urbanas nos escalões inferiores das hierarquias urbana e intraurbana.

Esse conjunto de elementos, se comprovados a partir de investigações empíricas, devem permitir compreender como as empresas de *food delivery* atualizam a interdependência entre os circuitos superior e inferior da economia urbana, bem como os nexos entre verticalidade e horizontalidade e a tendência de união vertical dos lugares,

sendo as verticalidades um fator de entropia cujas consequências já foram mencionadas anteriormente: desorganização e desestabilização dos mercados locais.

Da tecnoesfera das plataformas digitais à psicoesfera do empreendedorismo: a destruição do trabalho como valor

Outras duas noções fundamentais à leitura geográfica do fenômeno da uberização e, mais especificamente, das implicações sociais e geográficas derivadas da atuação das empresas de *food delivery* são as de tecnoesfera e de psicoesfera.

Como afirma Santos (2008 [1996], p. 255), “ao mesmo tempo em que se instala uma tecnoesfera dependente da ciência e da tecnologia, cria-se, paralelamente, e com as mesmas bases uma psicoesfera” orientada pela e orientadora da ação. Os sistemas técnicos e organizacionais pelos quais as empresas que se baseiam na tecnologia da informação operam vêm acompanhados de uma racionalidade prática e discursiva que permite à adesão social – no mundo da produção, do trabalho e do consumo – aos imperativos dessas empresas. Trata-se de uma racionalização do mundo para legitimação justificada de determinadas práticas. Em outras palavras, produz-se uma psicoesfera fundamental à aceitação social de novas tecnologias e inovações nos processos produtivos, mesmo que as formas de uso dessas tecnologias sejam desintegradoras da coesão social em um dado momento.

Conforme Ribeiro (2013 [1991], p. 268), a psicoesfera:

Produz a busca social da técnica e a adequação comportamental à interação moderna entre tecnologia e valores sociais. Alguns setores produtivos parecem alimentar, com especial ênfase, os processos culturais de consolidação dessa psicoesfera, conformando verdadeiros polos emissores de valores. [...] Entre esses setores pode ser mencionado o da informática por sua frequente associação simbólica com a capacidade de formulação do futuro, já que este setor surge como mediador técnico privilegiado para a adequação, aos princípios da última modernidade, de inúmeras práticas econômicas e culturais.

Junto à difusão dos sistemas técnicos informacionais e comunicacionais pelos quais as empresas de *food delivery* baseiam sua ação permitindo-lhes o controle e gestão remotos da produção e do trabalho, foi preciso difundir, também, um discurso capaz de reconfigurar certos valores sociais como aqueles relacionados à concepção de trabalho e consumo. Não foi à toa que se conseguiu instituir um individualismo competitivo no mundo do trabalho, retirando direitos trabalhistas historicamente consolidados, desmontando organizações sindicais, difundindo a crença cruel do empresário de si, apagando os sentidos e valores do trabalho, como bem nos explica Antunes (2009 [1999]).

Nesse sentido, a adesão à modernização tecnológica que altera a organização e funcionamento de mercados locais só se faz possível por meio da difusão de um sistema

de valores que podem ser absorvidos e socialmente aceitos, mas também negados na medida em que as condições de trabalho dos atores hegemonzados vão se deteriorando.

Desse modo, a incorporação das noções de tecnoesfera e psicoesfera é fundamental às pesquisas sobre as empresas de entrega de alimentos pois elas nos permitem averiguar a um só tempo a introdução da racionalidade, da irracionalidade e da contra-racionalidade características do atual período técnico-científico-informacional (SANTOS, 2008 [1996]).

Portanto, os estudos de caráter teórico e empírico devem mobilizar um conjunto de conceitos e categorias que permitam apreender as situações geográficas conformadas por tais dinâmicas em determinados lugares elencados para a pesquisa. Mas também contribuir para aquilo que Santos reivindicou ser feito nos estudos geográficos: uma economia política da cidade (SANTOS, 2012 [1994]), sem deixar escapar o principal fator mediador entre o mundo e o lugar: a formação socioespacial (SANTOS, 2005 [1977]).

Justificativa para metodologia proposta de um ponto de vista geográfico

Propomos uma metodologia que permita analisar e compreender as dinâmicas territoriais do fenômeno da uberização e, mais especificamente, das empresas de *food delivery*. O objetivo deve ser pautado na compreensão da conformação de situações geográficas marcadas por reconfigurações não só no mundo do trabalho, mas também na economia política do território, da urbanização e das cidades (SILVEIRA, 2013).

Aos geógrafos, interessa verificar como os sistemas de ações verticalizados das empresas de aplicativos atualizam as divisões social e territorial do trabalho se sobrepondo e ao mesmo tempo se combinando – em uma relação dialética de cooperação e conflito – com os sistemas horizontais de objetos e ações preexistentes. O entrecruzamento entre verticalidades e horizontalidades redefiniriam os lugares, na medida em que as empresas que operam plataformas digitais aproveitam-se de formas, funções e estruturas urbanas e sociais herdadas e renovadas.

Tais imposições não se fariam sem um sistema organizacional, normativo e tecnológico criado pelas próprias empresas, nem sempre concatenados com o sistema normativo do Estado, a fim de adaptar os lugares aos seus interesses corporativos, utilizando o território com toda sua gente como recurso (GOTTMANN, 2012 [1975]). São essas redefinições no mundo da produção – envolvendo o mundo do trabalho e do consumo – e, por conseguinte, o próprio espaço geográfico, que o geógrafo deve buscar compreender o conjunto de elementos que estruturam essas relações, em que destacamos os seguintes:

- O conjunto de normas e a política interna das empresas de *food delivery* que impõem aos lugares novos arranjos e reorganizam as atividades econômicas locais;
- As formas de organização das empresas e dos estabelecimentos comerciais que se adaptam, no caso desses últimos, aos comandos das primeiras;

- O sistema de objetos que servem à operação das empresas de *food delivery*, com ênfase na constituição técnica, ético-política e normativa dos dispositivos técnicos (*smartphones*, plataformas digitais, aplicativos, *big data*, inteligência artificial etc.); no sentido de desvendar as funções e as formas de funcionamento desses objetos; bem como as mediações técnicas e sociais por eles realizadas. Trata-se da descrição dos objetos técnicos como proposta por Akrich (2014 [1987]);
- As táticas e os usos subversivos da tecnologia pelos trabalhadores (motoristas e entregadores, em destaque) no sentido de recompor o sistema de relações sociais e econômicas horizontais;
- Os fatores de produção, incluso a informação como fator produtivo, com ênfase nos equipamentos de propriedade dos trabalhadores, bem como os custos para manutenção desses equipamentos e o comprometimento dos ganhos monetários obtidos;
- Os fluxos de capitais, com ênfase: a) na transferência de recursos locais às empresas de *food delivery* por meio de taxas e outros mecanismos que venham a ser identificados; b) na dinâmica de acumulação, concentração e centralização geográfica dos capitais;
- Os fluxos de informações descendentes (normas e condições dos termos de uso das plataformas digitais etc.) e ascendentes (dados e informações que compõem o banco de dados das empresas de *food delivery* e que lhes servem como estratégia para ação);
- O sistema de comunicação empreendido pelos agentes locais: estabelecimentos comerciais e entregadores no sentido de adesão cooperada ao sistema verticalizado mas, ao mesmo tempo, de resistência e conflito com o mesmo sistema;
- O sistema de valores difundidos, absorvidos ou negados pelos agentes locais;
- As iniciativas no âmbito do Estado para regulamentação dos serviços ofertados pelas respectivas empresas.

Proposta metodológica

Para execução da pesquisa, propõe-se considerar três agentes principais a serem compreendidos numa perspectiva de um sistema de ações:

1) *Empresas de food delivery.*

Selecionar uma ou mais empresas que atua(m) na(s) cidade(s) elencada(s) para estudo.

2) *Estabelecimentos comerciais que produzem e distribuem alimentos por meio dos aplicativos das respectivas empresas.*

Selecionar um conjunto de estabelecimentos comerciais situados em determinadas áreas da cidade no sentido de apreender os tipos de fixos e fluxos geográficos existentes e gerados. Sugere-se dois grandes recortes espaciais: áreas centrais e áreas periféricas. No interior dessas áreas, outros recortes podem ser instituídos segundo critérios que explicitem estratificações sociais por classe, raça, gênero etc. e, por conseguinte, estratificações territoriais: zonas densas e opacas, condomínios fechados, condomínios populares etc. A diversidade territorial existente na cidade pode revelar os diferentes graus de tecnologia, capital e organização; bem como formas de distribuição e consumo distintas que permitam revelar hábitos e formas de consumo desiguais, bem como situações geográficas díspares no interior da própria cidade referentes aos nexos entre os agentes dos circuitos superior e inferior, acolhendo ou negando os vetores da modernização ou mesmo instituindo táticas que apontem para a reconstituição dos mercados locais.

3) *Entregadores.*

Selecionar entregadores (motoentregadores e/ou *bike-boys*) que trabalham a partir dos mesmos estabelecimentos comerciais selecionados.

Definidos os agentes, sugere-se realizar os seguintes procedimentos:

1) *Às empresas de food delivery:*

- Levantar dados e informações sobre as empresas (cidades-sedes das empresas, ano de instituição, proprietários, origem e propriedade dos investimentos, países e cidades onde atuam, dentre outros);
- Mapear no tempo-espço a expansão territorial dessas empresas a partir das cidades onde elas atuam, levando-se em conta, ainda, as hierarquias urbanas;
- Levantar as normas e políticas das empresas de aplicativos dirigidas aos estabelecimentos comerciais, entregadores e consumidores que aderem ao serviço;

- Desvendar o funcionamento das tecnologias da informação utilizadas pelas empresas;
- Identificar os círculos de cooperação: o suporte ofertado às empresas de *food delivery* por outras empresas de tecnologia como, por exemplo, empresas de publicidade e propaganda, identificando o conteúdo e o sentido da publicidade;
- Investigar os tipos de dados e informações coletados pelas empresas acerca dos agentes produtores, trabalhadores e consumidores; bem como sobre o território usado e praticado da cidade; e como as empresas comercializam essas informações e lançam suas estratégias;
- As técnicas e estratégias utilizadas para precificação dos serviços de entrega.

2) *Aos Estabelecimentos comerciais que ofertam os serviços de entrega de alimentos:*

- Montar banco de dados para acompanhar o crescimento e a queda no número de estabelecimentos comerciais ao longo dos últimos anos em determinadas cidades com ênfase na(s) cidade(s) elencada(s) para o estudo;
- Mapear a escala da ação dos estabelecimentos: as áreas/bairros da cidade que são atendidos com entregas, bem como o volume de entregas e de dinheiro gerado no processo;
- Aplicar entrevistas semiabertas com os/as proprietários/as dos estabelecimentos com o objetivo de apreender informações concernentes: a) à relação dos estabelecimentos com as empresas de aplicativos e com suas tecnologias; b) às vantagens e desvantagens em aderir as plataformas digitais; c) ao faturamento desses estabelecimentos e o repasse de taxas às empresas, quantificando-os; d) ao relacionamento com os entregadores (motoentregadores e *bike-boys*), bem como as vantagens e desvantagens das mediações entre estabelecimento e entregador propiciadas pelas plataformas digitais; e) à relação com os clientes/consumidores destacando as vantagens e desvantagens do antes e do pós plataformas digitais.

3) *Aos Entregadores (motoentregadores e bike-boys):*

- Quantificar (mesmo que a partir de estimativas) a população de entregadores considerando a quantidade de motoentregadores e *bike-boys* na(s) cidade(s), região, país;

- Quantificar a média de tempo em que a média de entregadores permanecem no exercício dessa função, no sentido de apreender a intermitência do trabalho e a alta rotatividade que caracteriza essa função;
- Monitorar a dinâmica de crescimento e queda no número de entregadores a partir da construção de séries históricas que considerem períodos amplos (anuais) e períodos curtos (sazonais), considerando distintas escalas (cidades, regiões e países).
- Aplicar entrevistas semiabertas com os entregadores com o objetivo de apreender informações concernentes: a) à relação deles com as empresas de aplicativos e com as plataformas digitais propriamente ditas; b) às vantagens e desvantagens em estar vinculados às empresas de plataforma digital e a utilização dos aplicativos; c) aos custos com a compra e manutenção dos equipamentos de trabalho (motos, bicicletas, aparelhos celulares, dados móveis, combustíveis, *bags* etc.); d) ao relacionamento com os proprietários/as dos estabelecimentos de alimentos, bem como as vantagens e desvantagens dessas relações mediadas pelas plataformas digitais; e) à relação com os clientes/consumidores e as vantagens e desvantagens do antes e do pós aplicativos de entrega; f) às possíveis formas de organização entre os trabalhadores para fazerem frente às exigências das empresas de aplicativos, bem como as reivindicações por direitos trabalhistas e contra à precarização do trabalho, etc.

Além da aplicação de entrevistas semiestruturadas com os entregadores selecionados, deve-se buscar ampliar a investigação por meio da aplicação de questionários a um maior número possível de entregadores, com o objetivo de coletar dados e informações passíveis de serem quantificadas e que sirvam para alimentar um banco de dados a ser montado e atualizado periodicamente, possibilitando traçar perfis sociais e econômicos dos trabalhadores².

Considerações finais

Os apontamentos metodológicos que sugerimos devem permitir aos pesquisadores conduzirem a pesquisa no sentido de compreenderem, a partir do território usado, as formas de organização das empresas de aplicativos; dos estabelecimentos comerciais de venda e entrega de alimentos e dos entregadores (motoentregadores e *bike-*

² Dentre as questões a comporem os questionários, destacamos as seguintes: sexo, idade, cor/raça, local de moradia do trabalhador, área ou região da cidade onde trabalha, horas diárias e semanais trabalhadas, média de Km percorridos, outras ocupações além de entregador, renda média semanal e mensal, custos com a compra e manutenção dos equipamentos de trabalho (listar os equipamentos); há quanto tempo exerce a função de entregador por aplicativo; se trabalha com entrega por fora do aplicativo; ocupações antes de ser entregador; média de entregas diárias; se há ou não auxílio dos estabelecimentos comerciais etc.

boys), bem como os nexos entre os circuitos da economia urbana, com ênfase nos vínculos verticais e horizontais que constituem os lugares.

Não se trata de uma proposição metodológica rígida, fechada, ou mesmo de um modelo a ser seguido de modo descontextualizado em relação às próprias situações geográficas referentes às dinâmicas dos lugares no interior da cidade e da própria cidade elencados para realização da pesquisa.

Nosso intuito é apontar possíveis caminhos para tratamento do tema em uma perspectiva geográfica, mais precisamente, tomando como referência as proposições teóricas de Milton Santos para análise e interpretação do espaço geográfico e, concretamente, do território usado.

Como toda pesquisa, deve-se atentar para os elementos que compõem distintas situações geográficas e que são passíveis de análise. Nesse sentido, elementos podem ser inseridos ao nosso esquema proposto ou mesmo suprimidos, a critério do pesquisador e das condições empíricas nas quais a pesquisa se desenvolverá. O que importa, de fato, é a apreensão do método e da teoria que nos permitam pensar geograficamente, bem como empreender leituras de mundo a partir desse campo disciplinar.

Referências

- ABÍLIO, L. C. Uberização: do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. *Psicoperspectivas*, v. 18, n. 3, p. 41-51, 2019. Disponível em <<https://www.cesit.net.br/wp-content/uploads/2019/11/ARTIGO-L-C-ABÍLIO.pdf>> Acesso em 04 jul. 2023.
- AGUIAR, V. C. B. *Circuitos da economia urbana em São Luís: da difusão de empresas de plataforma de entrega de alimentos por aplicativos ao acoplamento de estabelecimentos comerciais locais*. Monografia (Graduação), São Luís: Universidade Estadual do Maranhão, 2021.
- AGUIAR, V. C. B.; NOBRE, C. E. Estudo dos estabelecimentos comerciais de alimentos vinculados às empresas de aplicativos em São Luís, MA. In FIGUEIREDO, M. B.; SOUSA, E. P.; ANTONIO, Í. G. (Eds.). *Caderno de resumos do XXXIII Seminário de Iniciação Científica da UEMA*. São Luís: EDUEMA, 2021. p. 1096-1099. Disponível em <https://www.ppg.uema.br/wp-content/uploads/2021/12/Livro-de-Resumos-XXXIII-SEMIC-2021_comP..pdf> Acesso em 24 nov. 2023.
- AKRICH, M. Como descrever os objetos técnicos? *Boletim Campineiro de Geografia*, v. 4, n. 1, p. 161-182, 2014 [1987]. Disponível em <<https://publicacoes.agb.org.br/boletim-campineiro/article/view/2516>> Acesso em 04 jul. 2023
- ANTUNES, R. *Os Sentidos do Trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 2 ed. São Paulo: Boitempo, 2009 [1999].
- ANTUNES, R. *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. 2 ed. São Paulo: Boitempo, 2020.

CARELLI, R.; *et al.* Le rôle clé du pouvoir judiciaire dans la régulation des plateformes de VTC. *Chronique Internationale de l'IREs*, v. 4, n. 168, p. 88-100, 2019. doi: <https://doi.org/10.3917/chii.168.0088>

CARELLI, R.; KESSELMAN, D. La régulation du travail des chauffeurs de VTC : disruption et résistance par la voie du droit. *Chronique Internationale de l'IREs*, n. 168, p. 29-50, 2019. doi : <https://doi.org/10.3917/chii.168.0029>

CATAIA, M.; RIBEIRO, L. H. L. Análise de Situações Geográficas: notas sobre metodologia de pesquisa em Geografia. *Revista da Anpege*, v. 11, n. 15, p. 9-30, 2015. Disponível em < <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/anpege/article/view/6445>> Acesso em 04 jul. 2023.

COSTA, A. de M. L.; BEZERRA, J. E. Expansão territorial das Foodtechs no Brasil no contexto da Pandemia de Covid-19. *Caderno Prudentino de Geografia*, v. 4, n. 44, p. 9-33, 2022. Disponível em <https://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/view/9014> Acesso em 24 nov. 2023.

DANTAS, M. Informação como trabalho e como valor. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, n. 19, p. 44-72, 2006. Disponível em <<http://marcosdantas.com.br/conteudos/wp-content/uploads/2013/03/informacao-trabalho-valor.pdf>> Acesso em 04 jul. 2023.

DE STEFANO, V. The Rise of the “Just-in-Time Workforce”: On-Demand Work, Crowd Work and Labour Protection in the “Gig-Economy”. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, v. 37, n. 3, p. 1-51, 2016. Disponível em: <<https://papers.ssrn.com/abstract=2682602>>. Acesso em: 23 nov. 2023

GOTTMANN, J. A evolução do conceito de Território. *Boletim Campineiro de Geografia*, v. 2, n. 3, p. 523-545, 2012 [1975]. Disponível em < <https://publicacoes.agb.org.br/boletim-campineiro/article/view/2458>> Acesso em 24 nov. 2023.

GRAHAM, M.; ANWAR, M. A. Digital Labour. In ASH, K.; LESZCZYNSKI, A. (Eds.). *Digital Geographies*. London: SAGE, 2018. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/abstract=2991099> Acesso em 24 nov. 2023.

HARVEY, D. *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural changes*. Cambridge; Massachusetts; Oxford: Blackwell, 1989.

HARVEY, D. O “novo” Imperialismo: acumulação por espoliação. *Socialist Register*, p. 95-125, 2004. Disponível em < https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/social/2004pt/05_harvey.pdf> Acesso em 04 jul. 2023.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Teletrabalho e trabalho por meio de plataformas digitais 2022. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD)*, IBGE, 2023. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102035_informativo.pdf. Acesso em 16 nov. 2023.

LANGLEY, P.; LEYSHON, A. Platform capitalism: the intermediation and capitalization of digital economic circulation. *Finance and Society*, 3 (1), 11-31, 2017. Doi: <https://doi.org/10.2218/finsoc.v3i1.1936>

MONTENEGRO, M. R. Do capitalismo de plataforma à difusão dos aplicativos: apontamentos sobre novos nexos entre os circuitos da economia urbana em tempos de Covid-19. *Espaço e Economia: Revista brasileira de geografia econômica*, n. 19, p. 1-16, 2020. Doi: <https://doi.org/10.4000/espacoeconomia.17256>

MORENO, D. V. A.; NOBRE, C. E. Estudo dos entregadores de alimentos vinculados às empresas de aplicativos em São Luís, MA. In FIGUEIREDO, M. B.; SOUSA, E. P. DE; ANTONIO, Í. G. (Orgs.). *Caderno de resumos do XXXIII Seminário de Iniciação Científica da UEMA*. São Luís: EDUEMA, 2021. p. 1092-1095. Disponível em <https://www.ppg.uema.br/wp-content/uploads/2021/12/Livro-de-Resumos-XXXIII-SEMIC-2021_comP..pdf> Acesso em 24 nov. 2023.

NOBRE, C. E. *et al.* Dos investimentos no mercado de food delivery aos circuitos da economia urbana: atuação da iFood no Brasil e os efeitos na economia política da cidade. In TOZI, F. (Org.). *Plataformas digitais e novas desigualdades socioespaciais*. São Paulo: Max Limonad, 2023. p. 199-215. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1PpM5dGGg_MIyT4plGqmgGunL-QMLm9AG/view> Acesso em 18 ago. 2023.

PEREIRA, F. D.; NOBRE, C. E. Estudo das empresas de entrega de alimentos por aplicativos que atuam em São Luís, MA. Em: FIGUEIREDO, M. B.; SOUSA, E. P. DE; ANTONIO, Í. G. (Eds.). *Caderno de resumos do XXXIII Seminário de Iniciação Científica da UEMA*. São Luís: EDUEMA, 2021. p. 1088-1991. Disponível em <https://www.ppg.uema.br/wp-content/uploads/2021/12/Livro-de-Resumos-XXXIII-SEMIC-2021_comP..pdf> Acesso em 24 nov. 2023.

RIBEIRO, A. C. T. Matéria e Espírito: o poder (des)organizador dos meios de comunicação. RIBEIRO, A. C. T. *Por uma sociologia do Presente: ação, técnica e espaço*. Rio de Janeiro: Letra Capital, v. 3, p. 179-190, 2013 [1991].

RIBEIRO, A. C. T. Presentificação, impulsos globais e espaço urbano: o novo economicismo. RIBEIRO, A. C. T. *Por uma sociologia do Presente: ação, técnica e espaço*. Rio de Janeiro: Letra Capital, v. 5, p. 179-190, 2013.

RIBEIRO, A. C. T.; SILVA, C. A. Impulsos globais e espaço urbano: sobre o novo economicismo. RIBEIRO, A. C. T. *Por uma sociologia do Presente: ação, técnica e espaço*. Rio de Janeiro: Letra Capital, v. 5, p. 139-170, 2013.

SABINO, A. M.; ABÍLIO, L. C. Uberização: o empreendedorismo como novo nome para exploração. *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano*, v. 2, n. 2, p. 109-135, 2019. doi: <https://doi.org/10.33239/rtdh.v2i2.53>

SANTOS, M. *O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. Tradução de Myrna T. Rego Viana. 2 ed. São Paulo: Edusp, 2004 [1979].

SANTOS, M. *Sociedade e Espaço: a Formação Social como teoria e como método*. In SANTOS, M. *Da Totalidade ao Lugar*. São Paulo: Edusp, p. 21-42, 2005 [1977].

SANTOS, M. *A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4 ed. São Paulo: Edusp, 2008 [1996].

SANTOS, M. *Por uma Economia Política da Cidade: o caso de São Paulo*. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2012 [1994].

SANTOS, M. *Pobreza Urbana*. 3 ed. São Paulo: Edusp, 2013 [1978].

SILVEIRA, M. L. Uma situação geográfica: do método à metodologia. *Revista Território*, v. 4, n. 6, p. 21-28, 1999. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5703428/mod_resource/content/0/Texto6a_%20Maria%20Laura%20situa%C3%A7%C3%A3o.pdf> Acesso em 04 jul. 2023.

SILVEIRA, M. L. Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana. *Ciência Geográfica – Bauru*, v. XVII, n. 1, p. 64-71, 2013. Disponível em <https://www.agbbauru.org.br/publicacoes/revista/anoXVII_1/agb_xvii1_versao_internet/agb_05_jandez2013.pdf> Acesso em 04 jul. 2023.

SRNICEK, N. *Platform Capitalism*. Polity Press, 2016.

TOZI, F. As novas tecnologias da informação como suporte da ação à ação territorial das empresas de transporte por aplicativos no Brasil. *Anais do XV Colóquio Internacional de Geocrítica*. Barcelona, 2018a. Disponível em <<https://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/FabioTozi.pdf>> Acesso em 04 jul. 2023.

TOZI, F. A estratégia da Uber no Brasil: a informação como fator produtivo e o território como recurso da empresa. In POLIDO, F. B. P.; ANJOS, L. C.; BRANDÃO, L. C. C. *Tecnologias e conectividade: direito e políticas na governança das redes*. Belo Horizonte: Instituto de Referência em Internet e Sociedade, p. 103-118, 2018b. Disponível em <<https://observalei.direito.ufmg.br/wp-content/uploads/2021/04/Tecnologias-e-Conectividade-IRIS.pdf>> Acesso em 24 nov. 2023.

TOZI, F. (Org.). *Plataformas digitais e novas desigualdades socioespaciais*. São Paulo: Editora Max Limonad, 2023. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1PpM5dGGg_MIyT4plGqmgGunL-QMLm9AG/view> Acesso em 18 ago. 2023.

Agradecimento

Agradeço aos meus orientandos de iniciação científica Felipe D. Pereira, Vinícius C. B. de Aguiar e Deison V. A. Moreno pelo empenho no desenvolvimento da pesquisa. À Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Estadual do Maranhão, pela concessão das bolsas de iniciação científica e ao Prof. Dr. Fábio Tozi, pela revisão do manuscrito e sugestões bibliográficas.

Carlos Eduardo Nobre

Doutor em Geografia pela Universidade Estadual de Campinas. Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Alagoas. Bacharel e Licenciado em Geografia pela mesma Universidade.

E-mail: cdnobre19@gmail.com

Orcid: 0000-0003-1461-8058

Recebido para publicação em abril de 2023.
Aprovado para publicação em julho de 2023.