

O FETICHE¹ DO E-COMMERCE: UM ESTUDO DAS RELAÇÕES DE TRABALHO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO A PARTIR DA REALIDADE DE ITABAIANA-SE²

Geovânio Silva Santos³
Christiane Senhorinha Soares Campos⁴

RESUMO

A reestruturação produtiva do capital, imposta pela necessidade de acumulação, alterou os padrões de produção a partir da década de 1970. Emergiu então um regime acumulação flexível que, aliado ao processo de mundialização do capital e a incursão neoliberal, vem colocando toda a sociedade sob a égide do capital financeiro. O avanço das forças produtivas com uso de técnica e tecnologias sofisticadas, que vão se configurar contemporaneamente em torno da indústria 4.0, desembocaram no desenvolvimento de modalidades de serviços – com destaque para formas cada vez mais flexíveis –, que provocaram rebatimentos na produção e realização da mercadoria e, por conseguinte, na produção do espaço. Essa dinâmica foi basilar para o avanço de uma modalidade específica de compra e venda de mercadorias e serviços mediados pela internet. O *e-commerce*, termo utilizado para expressar esse processo, desenvolve-se no Brasil e no mundo de modo mais intenso nas últimas duas décadas. Acompanhando esse movimento, tem se desenvolvido também no município de Itabaiana/Se e coloca-se como problemática a ser estudada. Objetivamos, neste artigo, contribuir com a análise geográfica do *e-commerce* a partir da categoria trabalho, tendo como base as relações de trabalho no referido município. Compreendemos que a emergência da Era digital não abole a necessidade do trabalho no processo de reprodução do capital. Ocorre que são formas de extração e apropriação do mais-valor diversas, produzindo um mundo do trabalho multifacetado. Nesse sentido, discutiremos o fetiche do *e-commerce* demonstrando que o processo de exploração do trabalho pelo capital, produz simultaneamente o fetiche dessa modalidade.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico; Relações de Trabalho; Mercadoria; Fetiche.

ABSTRACT

Imposed by accumulation's necessity, capital's productive restructure changed the production's patterns since the 1970s. Thus emerged a flexible accumulation regime that, aligned with capital's mundialization process and neoliberal's assault, is putting the entire society under finance capital's power. The advancement of productive forces with the use of sophisticated techniques and technologies, which

¹ O uso do conceito de fetiche neste trabalho está fundamentado na leitura de Marx no primeiro capítulo do livro *I d'O Capital*. Ao ler a mercadoria como a “célula” fundamental do modo de produção capitalista, Marx demonstra como o fetiche da mercadoria é o processo de inversão do real que ocorre no processo de produção e que coloca os sujeitos desse processo como objetos. Ao fazer isso, mostra como a produção capitalista impõe o processo de alienação e coisificação dos sujeitos e, por outro lado, eleva a condição de sujeitos os produtos do trabalho humano.

² Este trabalho faz parte da pesquisa de dissertação em desenvolvimento no Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe.

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe - UFS, geovaniogeoufs@gmail.com;

⁴ Professora do Programa de Pós-Graduação em Geografia – PPGeo – UFS. christianescampos@gmail.com

contemporarily configure themselves around the 4.0 industry, resulted in the development of services modalities – with a remark on the ever more flexible forms – which provoked consequences in capital's production and realization, and, consequently, in space production. This dynamic was fundamental to the enlargement of a specific modality of selling and buying services and goods through internet. E-commerce, a term used to express this process, has been developing in Brazil and the world more intensely in the last two decades. Following this movement, it has also been growing in Itabaiana/SE, a problem we study here. In this article, we pretend to contribute with a geographical analysis of e-commerce through the category of work based on the work relations in the referred town. We comprehend that the emergence of the digital era does not exclude the necessity of work in capital's reproduction process. They are diverse plus-value extraction and appropriation forms creating a multifaceted works world. Therefore, we discuss the fetish of e-commerce, demonstrating that the process of work exploration by capital simultaneously produces the fetish of this modality.

Keywords: E-commerce; Relations of Work; Goods; Fetish.

INTRODUÇÃO

A década de 1970 foi atravessada por mudanças na dinâmica do modo de produção capitalista, caracterizada pelo processo de reestruturação produtiva do capital, com profundas transformações nos processos produtivos. O “esgotamento” do modelo de produção fordista, foi cedendo espaço ao chamado toyotismo, configurando-se como o modo de acumulação flexível, na denominação de Harvey (1992). Essa década também se caracteriza pela ampliação do domínio do capital financeiro e das políticas neoliberais que são constituintes do processo de mundialização do capital (CHESNAIS, 1996).

As mudanças resultarão, entre outras coisas, no aumento do uso das tecnologias da informação, inteligência artificial, da chamada internet das coisas, etc., que passam a ter lugar crucial no contexto monopólico de mundialização do capital. As tecnologias da informação e comunicação (TICs) tornam-se peças-chave, atuando como mediação no processo de acumulação de capital. A internet, nesse sentido, elevou seu grau de importância em todo o circuito do capital, envolvendo produção, distribuição, circulação e consumo.

Esse processo serviu como pontapé para o desenvolvimento do “capitalismo de plataforma”, notadamente destacado seu avanço na segunda década do século XXI. A internet, que serve perfeitamente ao modo de acumulação flexível, soma-se aos meios de produção como força produtiva, servindo tanto como inovação tecnológica, como é incorporada na inovação organizacional. O modelo toyotista soube muito bem utilizar a internet na reconfiguração dos circuitos de produção, complexificando a cooperação entre os trabalhadores. Desse modo, o princípio *just in time*, ao necessitar de maior comunicação na constituição dessa cooperação,

faz com que as partes se integrem cada vez mais na produção, aumentando nível da produtividade, eliminando os desperdícios, sempre “no tempo certo”.

O avanço do capital, como aborda Smith (1988), desenvolve-se de modo desigual e combinado. Ao teorizar sobre a “Geografia do Capitalismo”, o autor procura mostrar como o capital, ao produzir o espaço o faz seguindo uma lógica. E essa “lógica do desenvolvimento desigual deriva especificamente das tendências opostas, inerentes ao capital, para a diferenciação, mas com a simultânea igualização dos níveis e condições da produção (1988, p. 17).”

Desse modo, Smith nos mostra que a produção do espaço não ocorre por eventos fortuitos, aleatórios. Mas que o capital, em seu desenvolvimento histórico possui uma dinâmica própria, objetiva, que é parte constituinte da produção do espaço sob o modo de produção capitalista. Esse processo, lido em sua dimensão espaço-temporal se reproduz a partir do conflito capital-trabalho, em sua luta constante. De um lado, o capital necessita do trabalho para o processo de valorização. Do outro, o trabalho, preso nessa forma histórica de produção, se constitui enquanto trabalho abstrato, quantificável e que se universaliza. Desse modo, as diferenciações espaciais envolvem as tendências desse conflito, por meio do qual se reproduzem múltiplas formas de extração de mais-valor.

Levando-se em conta esse processo de produção do espaço no contexto contemporâneo da acumulação de capital, e suas transformações em todos os setores de atividade econômica, define-se como o objetivo do presente trabalho a investigação do desenvolvimento do *e-commerce* como tendência no Brasil e no mundo, e suas expressões no mundo do trabalho sergipano, em particular no município de Itabaiana. O referido município tem relevante participação na divisão territorial do trabalho no Estado, sobretudo nos serviços comerciais. Essas atividades acabam sendo terreno fértil para formas diversas de exploração do trabalho.

Na tentativa de manter o processo de reprodução ampliada do capital, os capitalistas, ao investirem em formas cada vez maior de obter lucro, buscam acelerar o ciclo do capital, provocando mudanças na totalidade do processo produtivo. Nesse bojo, há alterações, inclusive, na esfera da circulação, na qual o comércio eletrônico se encontra fundamentalmente. Então esse processo se dá na convivência das formas do comércio real com o eletrônico, caso que tem se dado no município definido como o *locus* da pesquisa.

Os estudos sobre o comércio eletrônico respondem a uma temporalidade específica, sobretudo por se colocar enquanto uma problemática da realidade. Desse modo, as

transformações ocorridas nas últimas três décadas configuram-se enquanto campo de investigação privilegiado na análise das contradições desse processo. Segundo Toledo (p. 2) o *e-commerce* - ou comércio eletrônico - é a forma de compra, realização de atividades ou serviços entre pessoa física e/ou jurídica mediada pela internet. Este autor tem desenvolvido pesquisas no debate sobre o comércio eletrônico sob uma ótica geográfica, demonstrando, inclusive, como este processo envolve pequenas e grandes cidades.

Nossa leitura pretende seguir em outra direção, no sentido da análise do conteúdo desse processo, destacando as contradições estruturadas em torno do conflito capital-trabalho. Essas contradições envolvem o quadro contemporâneo da relação capital em seu processo histórico de sucção do trabalho vivo⁵. Na atualidade é sob o avanço das forças produtivas no âmbito das TICs, que se impõem muitos processos de extração e apropriação de mais-valor.

Do ponto de vista do capital fixo, toda navegação *on-line* necessita de redes fixas com satélites, cabos de fibras, aparelhos transmissores, etc. Além disso, o desenvolvimento do *e-commerce* no contexto da acumulação flexível, caracterizado por uma produção “enxuta”, impulsiona o desenvolvimento de galpões para recepção das mercadorias e sua posterior distribuição. Logo, essas expressões físicas, materiais, presentes no espaço podem/devem/ser/são objeto de investigação científica.

Compreende-se então ser necessário desvelar as relações sociais contidas e obliteradas no comércio eletrônico em que a relação de exploração parece não mais existir, já que em poucos cliques as mercadorias já podem encontrar-se em caminho com destino à sua residência. No caso em questão, a proposta é demonstrar os momentos das vendas em lojas no município, sejam locais, ou de redes. Ao fazer isso, objetiva-se demonstrar a particularidade da exploração do trabalho nessa modalidade de comércio.

Portanto, analisar o mundo do trabalho sergipano, particularmente do município de Itabaiana, sob o pano de fundo das determinações do capital na sua forma de *e-commerce* é tarefa central do presente trabalho a fim de compreender as especificidades do fenômeno inserido nessa dialética local-global, desvelando suas particularidades.

METODOLOGIA

⁵ Referência a uma passagem em que Marx vai definir o capital como uma relação social que, expresso na porção de capital constante, na qualidade de trabalho morto sobrevive enquanto suga como um vampiro o trabalho vivo.

O método enquanto forma de enxergar a realidade é substância definidora da relação do sujeito pesquisador, com seu objeto, a realidade social. O presente trabalho, é produzido à luz do materialismo histórico e dialético. A dialética, nos lembra Kosik (1976) é o estudo da coisa em si. Mas esta não se manifesta aos nossos olhos de modo espontâneo, imediato. Sua imediatez, é a própria feição turva do objeto, uma vez que o processo de apreensão passa pelo “desvio” do mesmo, afim de, por meio da abstração possa chegar ao concreto. Portanto, o presente trabalho parte de algo trivial, como a compra e venda pela internet, para explicar a produção do espaço sergipano e suas contradições.

A metodologia consiste na apropriação teórica do objeto a partir da bibliografia específica com autores da Geografia e outras áreas das ciências humanas e sociais. Além disso, coletamos dados a partir de plataformas que reúnem informações sobre o crescimento dessa modalidade de comércio no Brasil e no mundo. Entre elas, a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico – ABcomm, o site Neotrust, o site e-commerce Brasil, a plataforma Nielsen IQ, e o site Olist. No estado de Sergipe temos a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe – Fecomércio, bem como levantamento e análise dos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED.

Enquanto pesquisa em andamento, o caminho se deu, sobretudo, pelo debate teórico, na compreensão do objeto em seu movimento, assim como identificação e análise, principalmente no que se refere aos dados sobre a população ocupada no município. Além disso, o acesso à informação a partir dos sites supracitados, com sistematização de dados sobre o *e-commerce* no Brasil.

REFERENCIAL TEÓRICO

Com o advento da pandemia do novo coronavírus, o mundo inteiro se viu na necessidade de mudar práticas cotidianas. A produção e consumo passaram por processos que intensificaram algumas mudanças já em curso, sobretudo para o mundo do trabalho. Este, que já organizado nos moldes do aprofundamento da crise estrutural, tem o desemprego estrutural como uma das mais violentas faces, que obscurecem qualquer perspectiva de futuro (ANTUNES, 2020, p. 14) por parte da classe trabalhadora, sobretudo para os mais jovens. Além disso, se estabelece a instituição da precariedade social como regra e a precarização do trabalho e da vida.

Este processo vai acentuar formas laborais já em curso, assim como aspectos da dinâmica social que já vinham passando por transformações, como uso doméstico da internet,

que propiciou também o desenvolvimento do mercado eletrônico no que se consagrou chamar de *e-commerce*, que nada mais é que um modo de compra de produtos, atividades ou serviços mediados pela internet (TOLEDO, p. 2).

Começou a ser popularizado nos Estados Unidos na década de 1990, e no Brasil passou a se estabelecer a partir dos anos 2000. O *e-commerce* passa a ganhar destaque pela possibilidade de aumento de lucro com gastos que poderiam ser reduzidos, já que as plataformas nas redes, além de outras coisas, poupariam investimentos em mais lojas físicas e em estruturas destinadas a abrigar os clientes.

Alguns geógrafos como Toledo (2013; 2020; 2022) e Ortigoza; Ramos (2003) já têm se debruçado sobre a temática do *e-commerce*, e suas expressões territoriais, analisando, sobretudo a organização e reorganização do espaço urbano a partir de empresas ligadas ao varejo. Toledo vai abordar o desenvolvimento dos negócios na era digital⁶ demonstrando o papel crucial da internet na configuração dessa rede fixos e fluxos necessários à compra e venda das mercadorias.

Outro autor que tem contribuído na discussão sobre, Pires (2005) ao estudar da temática do ciberespaço, vai entendê-lo como “estrutura virtual de acumulação”. Ao fazer isso, situa o comércio eletrônico e seu avanço no Brasil no seio dessa estrutura virtual de acumulação. Pires (2005) se utiliza dos conceitos de Estrutura Social de Acumulação e Estrutura Territorial de Acumulação, trazendo conceito de estrutura virtual de acumulação para mostrar como no processo de acumulação o “virtual” se tornou tão necessário.

Os autores partem de perspectivas diferentes para explicar certos aspectos do real que remetem ao comércio eletrônico como tendência no Brasil e no mundo. Sinalizamos as leituras dos autores supracitados para mostrar que a nossa parte em outra direção, na tentativa de demonstrar o processo de exploração do trabalho que aparece fetichizado no comércio eletrônico. Nossa leitura vai no sentido de apreensão das especificidades dessa modalidade de comércio. O entendimento se dá justamente na leitura da contradição capital-trabalho enquanto definidora das relações de produção.

No livro I de O Capital Marx (2017) vai nos mostrar como a mercadoria sintetiza um conjunto de conceitos que são, expressões teóricas da própria realidade. O caráter de valor de uso e valor de troca presente na mercadoria, traz consigo o trabalho útil, concreto, e o trabalho abstrato, geral. Marx nos mostra que o processo de produção ao transformar a natureza por meio

⁶ Intitulada: “Análise geográfica dos negócios na era digital”, a tese de doutorado foi defendida em 2012, no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina.

do trabalho produz necessariamente sempre algo novo, qualitativamente diferente daquela natureza modificada por sua dinâmica própria.

Logo, a mercadoria carrega consigo algo de útil, que a sociedade em geral deve necessitar. Esta mercadoria possui também algo que a coloca em igualdade com o conjunto das outras mercadorias, o fato de ser produto do trabalho humano, aquele trabalho abstrato, transformado também em mercadoria. A mercadoria precisa realizar-se, e o faz em espaços específicos. Nesse sentido, a acumulação de capital requer uma esfera da produção e da circulação de mercadorias, uma vez que o valor é gerado na produção, mas só se realiza com a venda da mercadoria. O avanço das forças produtivas ocorre nessas duas esferas, sempre guiado pelo propósito de alavancar a acumulação. O comércio eletrônico deve, portanto, ser entendido dentro dessa perspectiva.

Marx (2017) demonstra como a mercadoria assume uma forma fantasmagórica, fazendo com que a relação entre pessoas apareça como relação entre coisas, ao passo que a relação entre coisas aparece como uma relação entre pessoas. Do mesmo modo aparece o comércio eletrônico no cotidiano. Nele parece não existir a relação de exploração, no sentido do relacionamento do consumidor com o produto, assim como o processo de distribuição, no qual geralmente são empresas terceirizadas que se colocam como responsáveis pela distribuição. A compra e venda, mediada pelas plataformas, envolve também pessoas por trás das mesmas.

O mundo do trabalho na crise estrutural do capital, é marcado, segundo Antunes (2020) pela terceirização, informalidade e a flexibilidade. Multifacetado, heterogêneo e com amplas desigualdades no interior da própria classe trabalhadora, envolve formas mais diversas de extração e apropriação de mais-valor. Em um contexto do aumento do comércio eletrônico, formas laborais vão ganhando ou diminuindo em dimensão, sempre caracterizando-se pelo aumento do controle e da subjugação do capital sobre o trabalho. Isso ocorre não como um fim último e necessário, mas da própria dinâmica da luta de classes que tende nos dias de hoje, para o capital.

É preciso ter em mente que o modo de acumulação flexível impõe a desconcentração das fábricas, acabando com aquele chamado operário-massa da era fordista, e expulsando trabalhadores da fábrica propriamente dita, fazendo-os tentar a própria sorte na busca por vender sua força de trabalho. O desemprego estrutural causado pela crise do capital, impõe para os trabalhadores buscarem formas mais diversas de trabalho.

Estes, acabam por se submeterem a jornadas de trabalho cada vez mais precárias, com alta carga horária e sem proteção mínimo, despontada com as políticas neoliberais de desregulamentação. Esse processo tem como uma das expressões a uberização, caracterizando-

se pelo processo no qual as relações de trabalho são crescentemente individualizadas e invisibilizadas (ANTUNES, 2020). Além disso, reproduz o quadro de precarização estrutural do trabalho, seja nos países centrais do capitalismo, seja na periferia, onde o mercado de trabalho é precário desde sua gênese.

Sobre esse ponto é importante perceber a conexão com o *e-commerce* no sentido do ocultamento das relações sociais de produção. O mundo do trabalho passa a ser considerado como sem conflito de interesses, as relações de exploração são obliteradas pela mediação de plataformas digitais controladas por grandes conglomerados que concentram gigantescos investimentos financeiros.

O comércio eletrônico encontra-se nesse processo pelo qual ocorre a constante plataformização da vida, no qual a tecnologia passa a mediar as relações sociais nos mais diversos âmbitos, seja educação, saúde, vida amorosa, empregos, etc. Na esteira do trabalho digital encontram-se formas múltiplas de apropriação extração do mais-valor na qualidade de exploração do trabalho. No nosso caso, tentaremos demonstrar esse processo de exploração em sua totalidade, demonstrando a particularidade deste que envolve o comércio eletrônico. Nesse quadro, podemos encontrar trabalhadores formais, informais, terceirizados, uberizados, trabalhadores em domicílio, por conta própria, até mesmo aqueles tomados pela ideologia do empreendedorismo.

Esse panorama do mundo do trabalho na contemporaneidade se dá a partir da reestruturação produtiva do capital a partir da crise da década de 1970. As mudanças com base no padrão organizacional trouxeram consigo as inovações tecnológicas expressando avanço das forças produtivas. Um desses exemplos se dá a partir da microeletrônica. O desenvolvimento e barateamento de microchips faz parte do movimento que deu impulso à revolução informática e a revolução informacional (ALVES, 2023, p. 174).

Com o desenvolvimento da “maquinaria informacional-digital” (ALVES, p. 182, 2023), inaugura-se um novo patamar na reestruturação produtiva do capital, com ênfase no que diz respeito as tecnologias da informação e comunicação. Esse processo aumentou o nível de composição orgânica do capital, ao passo que permitiu aprofundar a flexibilidade à medida que as informações podem ser lidas em tempo real. As informações no tocante ao processo produtivo, comportamentos de consumo, circulação das mercadorias no espaço-tempo.

Sobre esse ponto, Alves (2023, p. 182) nos diz:

“a nova maquinaria informacional-digital está presente não só nas esferas da produção direta do capital onde há extração de mais-valor, mas permeia os circuitos

de circulação, distribuição e consumo de mercadorias e inclusive nas esferas improdutivas exteriores à produção de capital”.

Desse modo, a conjuntura dos últimos 30 anos tem sido marcada pela extensão da maquinaria informacional-digital para as diversas dimensões da produção e reprodução do capital, que inclui a própria emergência do comércio eletrônico. O quadro da *gig economy* imprimiu um movimento de uma “economia de bicos”, normalizando a anomalia autofágica do sistema do capital.

Esse movimento, coloca para a classe trabalhadora a precarização, desemprego estrutural, terceirização e informalidade como os horizontes únicos possíveis. O “capitalismo de plataforma” que avança com esse processo traz consigo formas cada vez mais sofisticadas de extração e apropriação de mais-valor. Podemos dizer que a exploração do trabalho sob o *e-commerce* se dá na medida que se colocam pessoas específicas para o trabalho da venda *on-line*.

Seja na compra por plataformas alimentadas por grandes empresas como a Magazine Luiza, seja nas lojas locais sem plataformas especializadas, mas em redes sociais como *whatsApp*, esse movimento no qual a mercadoria pode ser vendida mediada por pela internet, que exige tanto os instrumentos físicos como os *hardwares* quanto dos programas como os *softwares*, tem como eixo estruturante o trabalho, enquanto aquele que produz e reproduz a riqueza material. Ambos as formas de comercialização podem ser lidas enquanto faces do *e-commerce*.

Nesse sentido, o capitalismo de plataforma no âmbito da “era digital” tem como síntese um aumento exponencial da taxa de mais-valor, apesar de quedas nas taxas médias de lucro. Ao passo que os serviços expõem uso das tecnologias mais avançados, como uso de Inteligência artificial (IA), concomitantemente às jornadas de trabalho que remetem aos primórdios da revolução industrial com emprego de crianças e idosos. Desse tipo de trabalho são expressões o processo da uberização, que intensifica a precarização e precariedade da vida.

Dito isso, o desenvolvimento da pesquisa tem sido o de mostrar que ao lado do avanço da “revolução informacional-digital”, caminham - ou correm, dada a aceleração da produção no espaço-tempo - formas de exploração do trabalho que intensificam o processo de precarização da vida. Um exemplo que pode ter semelhanças é o caso das atendentes de telemarketing. Em artigo que discute “a saúde das trabalhadoras do telemarketing e o trabalho on-line”, Claudia Mazzei Nogueira expõe o trabalho precário e adoecimento das trabalhadoras

do telemarketing que se configuram enquanto exploração de trabalho, mesmo com tendência do capital em incorporar trabalho morto nesse setor.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o advento da pandemia do novo coronavírus, o mundo inteiro se viu na necessidade de mudar práticas cotidianas. Esses processos intensificaram algumas mudanças já em curso, sobretudo para o mundo do trabalho. Acentuou formas laborais associadas à plataformização da vida. E nesse rol, o uso doméstico da internet propiciou também o desenvolvimento do comércio eletrônico.

Dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico – ABComm nos mostram que as vendas deram um salto gigantesco no Brasil, passando da arrecadação de 1.200 bilhões de reais, em 2003, a quase 70 bilhões em 2018. Impulsionado pelo consumo de eletrônicos como smartphones, esse comércio de destacou no início, principalmente na venda de CDs e discos, posteriormente expandindo-se para outros setores, sobretudo na moda e produtos de beleza. Colhidos antes da pandemia, esses dados não imaginavam o salto que teria esse segmento do mercado, mesmo projetando crescimento considerável da modalidade de comércio.

Já em 2021, com a pandemia do coronavírus, esse número atingiu as cifras dos 161 bilhões de reais, de acordo com o site Neotrust, que, segundo eles, monitoram cerca de 85% do comércio eletrônico no Brasil. Para o ano de 2022, o mesmo site já apontava aumento no faturamento no mês de janeiro, se comparado os últimos anos. O mês registrou aumento de 22% em relação ao mesmo mês do ano anterior. Isso significa que as vendas saíram de 25,5 milhões em janeiro de 2021, para 31,1 milhões no mesmo mês em 2022. Para o estado de Sergipe o crescimento foi de 130% no ano de 2021, de acordo com dados da Federação de Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe - Fecomércio.

Em três anos foi movimentado quase meio bilhão de reais no Brasil, segundo dados coletados pelo Observatório do Comércio Eletrônico. Avaliação que aparece em plataforma organizada pelo governo⁷, o período demonstra aumento especialmente para o ano de 2022, quando atingiu as cifras de 187 bilhões de reais. Os números mostram que nesse processo tem se destacado os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. De um modo geral ainda está concentrado na região sudeste. Podemos concluir que o processo de desenvolvimento do

⁷ O Dashboard é uma plataforma que faz parte do Observatório do Comércio Eletrônico, que tem monitorado os números do *e-commerce* no Brasil.

e-commerce ocorre de modo desigual, aliado onde se desenvolveu uma rede fixa de internet há mais tempo, assim como a concentração de capitais correspondente ao processo de acumulação e à divisão social/territorial do trabalho.

No pano de fundo desse processo se encontra a produção da mercadoria. Esta, sintetiza um conjunto de conceitos que são expressões da própria realidade no modo de produção capitalista. O caráter de valor de uso e valor de troca presente na mercadoria, traz consigo o trabalho útil, concreto, e o trabalho abstrato, geral. Para completar o circuito do capital, essa mercadoria precisa realizar-se, e o faz em espaços específicos, que se estendem para o todo, seja por sua compra direta fisicamente, seja por comércio eletrônico.

Conforme Antunes (2020) as mudanças no processo de acumulação de capital, ocorridas a partir da década de 1970, têm resultado em um mundo do trabalho marcado pela terceirização, informalidade e a flexibilidade. Multifacetado, heterogêneo e com amplas desigualdades no interior da própria classe trabalhadora, envolve formas mais diversas de extração do mais-valor. Simultaneamente, as formas de apropriação do mais-valor, como no processo da uberização, caracterizando-se pelo processo no qual as relações de trabalho são crescentemente individualizadas e invisibilizadas (ANTUNES, 2020). Sobre esse ponto é importante perceber a conexão com o *e-commerce* no sentido do ocultamento das relações sociais de produção. O mundo do trabalho, aparentemente sem conflito de interesses, apresenta relações nas quais a exploração é obliterada pela mediação de plataformas digitais

Do ponto de vista teórico-metodológico compreendemos a necessidade de estudar o avanço do *e-commerce* por seu próprio conteúdo de explicação do processo de produção desigual do espaço. Nesse sentido, é fundamental a análise geográfica que possibilita aprofundar a apreensão da dinâmica e dos rebatimentos desse processo a partir de uma perspectiva espaço-temporal. Isso decorre do fato de que as relações sociais de produção ocorrem no espaço geográfico. Portanto, este aparece como “chão” de toda produção social historicamente determinada.

Nesse rol, a problemática situa-se em um espaço determinado, que é o estado de Sergipe. Este, é marcado pela terceira maior taxa de desemprego do país e boa parte de sua população ocupada em trabalhos informais, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2020). Dado esse que se dá desigualmente no interior do próprio estado. No caso de Itabaiana, é uma cidade com forte concentração de serviços e que tem apresentado um crescimento econômico acelerado. Dos serviços, são destaque as atividades comerciais seja locais, sejam redes de supermercados, como Assaí Atacadista, o grupo Gbarbosa, etc. Nesse

movimento, tem avançado o processo de compra e venda pela internet, concentrando alguns centros de distribuição.

Ao se localizar na mesorregião do agreste sergipano, acaba sendo caminho de passagem de mercadorias. Historicamente o crescimento da cidade se deu dessa forma. Servindo de entreposto entre litoral e sertão, caracteriza-se pela circulação de mercadorias. Obviamente que hoje, dada a complexa divisão do trabalho o município possui frações diversas de capitais, com destaque para o imobiliário, avançando no processo de urbanização, e do capital comercial.

Interessante notar esse movimento de produção do espaço em sua totalidade. Na escala global algumas empresas têm se destacado nas vendas *on-line*. Uma dessas é Shein, empresa chinesa de *e-commerce* que tem consolidado seu poder enquanto empresa transnacional. A chinesa tem forte presença no mercado consumidor brasileiro. De acordo com reportagem do portal Metrôpoles, a Shein se destaca como a maior no varejo de roupas no país. Nesse sentido o mercado consumidor brasileiro se coloca como potencial para a empresa.

O mesmo portal noticiou que um mês após anunciar a intenção de nacionalizar a produção no Brasil, a empresa já conta com 151 fábricas instaladas, almejando meta de duas mil fábricas em até dois anos. Esse processo de territorialização da empresa que se destaca na modalidade *e-commerce*, nos coloca o desafio de ler essa dimensão da realidade em suas contradições. Assim, temos compreendido que face à concorrência global no comércio de roupas, as lojas em Itabaiana têm adotado a estratégia das vendas online, na busca de aumentar as vendas. As mesmas não utilizam plataformas específicas, mas se utilizam das redes sociais, principalmente *whatsApp e Instagram*, para ampliar as vendas e se adequar a esse movimento imposto pela concorrência no mercado global em contexto de mundialização.

Esse quadro que temos enxergado talvez mude com a iniciativa da Shein, ao adicionar um espaço na plataforma da marketplace para lojas locais. A empresa busca consolidar ainda mais seu poder no mercado brasileiro. De acordo com matéria do Money Times, o espaço se intitula “Lojas da Moda”, onde os vendedores, ao fazer parte, podem anunciar seus produtos. A proposta ainda visa apoiar as iniciativas de empreendedores, potencializando seus canais de vendas.

Temos visto o avanço da modalidade de comércio no Estado de Sergipe, sendo o município de Itabaiana um dos que mais tem se destacado nessa expansão. Compreendemos que por sua posição privilegiada na divisão regional do trabalho, o município passou a ser *locus* importante de acumulação e de concentração de lojas de atacado e varejo, assim como de eletrodomésticos e confecções. Por sua vez, observamos o avanço de empresas de serviços de

internet no município. Uma vez que se torna necessário melhorar o canal de atendimento, por conseguinte, das vendas, temos visto uma expansão nesse setor. Simultaneamente, pela expansão do capital no município e crescimento da população, esses serviços de internet garantem maior possibilidade de conexão e a acesso às possibilidades de compra e venda online. Esses são alguns do resultado de uma pesquisa ainda em desenvolvimento, em que se busca paralelo ao levantamento dos dados e observações da realidade social, o aprofundamento do debate teórico, visando o aprofundamento da apropriação do processo de produção do espaço nesse contexto contemporâneo da acumulação de capital, sobretudo das contradições que engendra no mundo do trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comércio eletrônico encontra-se nesse processo pelo qual ocorre a constante plataformização da vida. Na esteira do trabalho digital encontram-se formas múltiplas de exploração do trabalho. No nosso caso, cabe compreender, sobretudo, o processo de circulação dessas mercadorias, e dos sujeitos envolvidos nesse processo, sejam eles formais, informais, terceirizados, uberizados, trabalhadores em domicílio, por conta própria, até mesmo aqueles tomados pela ideologia do empreendedorismo.

A proposta é mostrar que as formas laborais que seriam de jornadas de trabalho aparentemente pretéritas (na faixa das 14/16 horas diárias) re-emergem concomitante ao processo de reestruturação produtiva. Este, que traz a tecnologia para as amplas esferas da reprodução da vida, de modo algum está profanando a ordem sagrada do capital, ao conjugar dialeticamente o moderno e o arcaico. Muito pelo contrário, o processo de acumulação segue realizando-se com o aumento da composição orgânica do capital e o aumento do trabalho morto no processo produtivo. Seu desenvolvimento impõe necessariamente (nem tão) novas formas de extração e apropriação do mais-valor pelas diferentes frações do capital. Entre essas, entendemos as que envolvem o comércio eletrônico.

Sendo esse processo algo que avança sob a lógica sistêmica do modo de produção capitalista, a mediação da compra pelas plataformas digitais impõe dinâmicas diversas na divisão territorial do trabalho, particulares em cada fração do espaço. Articuladas entre si, as mesmas só podem ser compreendidas em sua totalidade, em sua processualidade histórica onde o local/global se articulam em uma rede tensionada por interesses contrários. Desse modo, o fetiche do *e-commerce* se realiza no processo aparente de obliteração dos conflitos onde a produção global de mercadorias se realiza no local e impõe sua lógica totalizadora.



REFERÊNCIAS

ALVES, Giovanni. Trabalho digital, cooperação complexa trabalhador coletivo do capital: notas críticas. *In*: ANTUNES, R. (org.). **Icebergs à deriva: o trabalho nas plataformas digitais**. 1ª ed. São Paulo, Boitempo, 2023. p. 173-192.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020.

_____. Trabalho intermitente e uberização do trabalho no limiar da indústria 4.0. *In*: ANTUNES, R. (org.). **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020. p. 11-23

BRASIL. Em 3 anos e-commerce no país movimentou quase meio trilhão de reais. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/maio/em-3-anos-e-commerce-no-pais-movimentou-quase-meio-trilhao-de-reais-1>. Acesso em: 10 nov. 2023.

CRESCIMENTO do E-commerce no Brasil. Disponível em: <https://abcomm.org/noticias/crescimento-do-e-commerce-no-brasil/>. Acesso em: 05 out. 2022.

ENTENDA os planos da Shein com o processo de produção no Brasil. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/entenda-os-planos-da-shein-com-processo-de-producao-no-brasil>. Acesso em: 09 nov.2023.

FECOMERCIO. Disponível em: <https://www.fecomercio-se.com.br/comercio-eletronico-em-lojas-sergipanas-apresenta-crescimento-de-130-em-2020/>. Acesso em: 05 out. 2022.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 23ª ed. São Paulo: Loyola, 1992.

KOSIK, Karel. **Dialética do Concreto**. Tradução Célia Neves e Alderico Torfóbio. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

MARX, Karl. **O Capital: Crítica da Economia Política, Livro I: o processo de produção do capital**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

NEOTRUST. Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$ 161 bi em 2021. Disponível em: <https://neotrust.com.br/2022/04/08/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021/>. Acesso em 05 out. 2022.

NEOTRUST. E-commerce brasileiro tem melhor faturamento dos últimos anos em janeiro. Disponível em: <https://neotrust.com.br/2022/04/08/e-commerce-brasileiro-tem-melhor-faturamento-dos-ultimos-anos-em-janeiro/>. Acesso em: 05 out. 2022.

NOGUEIRA, Cláudia Mazzei. A saúde das trabalhadoras do telemarketing e o trabalho on-line. *In*: ANTUNES, R. (org.). **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020. p. 249-258.



ARTIGOZA, Silva Aparecida Guarnieri; RAMOS, Cristhiane da Silva. A Geografia do comércio eletrônico (e-commerce) no Brasil: o exemplo do varejo. **Geografia**, Rio Claro, v. 28, n. 1, p. 63-81, jan./abr. 2003.

PIRES, Hindenburgo Francisco. O ciberespaço como estrutura virtual de acumulação: a expansão do comércio eletrônico no Brasil. *In*: Encontro Nacional da ANPEGE, 6, 2005, [s. l.]. **Anais [...]** S. l. 1 CD-ROM.

SHEIN: o lado obscuro do varejo de bruxinhas. Disponível em: <https://www.metropoles.com/negocios/shein-o-lado-obscuro-do-varejo-de-bruxinhas>. Acesso em: 09 nov. 2023.

SHEIN dá mais um passo para se consolidar no Brasil. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/shein-da-mais-um-passo-para-se-consolidar-e-expandir-no-brasil-entenda/>. Acesso em: 09 nov. 2023.

SMITH. Neil. **Desenvolvimento desigual. Natureza, capital e produção do espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.

TOLEDO, Pedro Eduardo Ribeiro de. **Análise geográfica dos negócios na era digital**. 2012. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2012.

TOLEDO, Pedro Eduardo Ribeiro de. O comércio eletrônico sob a ótica geográfica. **Geosul**, Florianópolis, v. 35, n. 76, p. 352-376, set./dez. 2020.

TOLEDO, Pedro Eduardo Ribeiro de. **O comércio eletrônico e as dinâmicas empresariais e industriais**: notas para uma análise geográfica. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaceconomica/24.pdf>. Acesso em: 06 out. 2022.