



GT 5 – Política e Economia da Informação

ISSN 2177-3688

O SERVIÇO POSTAL NO CAPITAL-INFORMAÇÃO E ATUALIDADE DA LEI DO VALOR

THE POST SERVICE IN THE CAPITAL-INFORMATION AND THE ACTUALITY OF THE LAW OF VALUE

Marcos Dantas - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ/IBICT)
Ana Maria Ribeiro - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ/IBICT)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: O objetivo deste trabalho é identificar e analisar nos serviços postais, à luz da teoria do valor em Marx, a introdução das tecnologias de informação e comunicação, e como o trabalho informacional, realizado pelos trabalhadores deste setor, no contexto do capital-informação, produz valor e mais-valor. O trabalho informacional é obtido através da apropriação tanto da força de trabalho dos trabalhadores, como dos usuários do serviço postal, com o crescente uso das tecnologias de informação e comunicação e do comércio eletrônico. Caracteriza-se como um estudo exploratório e descritivo, bibliográfico e documental, de natureza quantitativa e qualitativa. Os resultados, a partir das análises dos relatórios de gestão de empresas postais, como *United States Postal Service*, *Deutsche Post DHL Group* e Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, indicam a obtenção do valor e mais-valor com o advento do comércio eletrônico. Nas considerações finais reforçamos a importância, para o fortalecimento do Estado democrático, da manutenção do caráter estatal dos serviços postais, como condutor de inclusão social, acesso à informação e participação efetiva na sociedade.

Palavras-Chave: indústria da comunicação; teoria do valor; serviço postal; trabalho informacional; circulação de mercadorias.

Abstract: The objective of this work is to identify and analyze in postal services, in the light of Marx's theory of value, the introduction of information and communication technologies, and how informational work, carried out by workers in this sector, in the context of information capital, produces value and surplus value. Informational work is obtained through the appropriation of both the workforce of workers and users of the postal service, with the increasing use of information and communication technologies and electronic commerce. It is characterized as an exploratory and descriptive, bibliographic, and documentary study, of a quantitative and qualitative nature. The results, based on the analysis of the management reports of postal companies, such as the *United States Postal Service*, *Deutsche Post DHL Group* and *Empresa Brasileira de Correios e Telegrafos*, indicate the obtaining of value and surplus value with the advent of e-commerce. In the final considerations, we reinforce the importance, for the strengthening of the democratic State, of maintaining the state character of postal services, as a driver of social inclusion, access to information and effective participation in society.

Keywords: communication industry; value theory; postal service; informational work; circulation of commodities.

1 INTRODUÇÃO

O processo de entrega de pacotes de várias dimensões e conteúdos vêm alimentando sistemas de informação com dados sobre o consumo, jamais imaginados. O espaço virtual da internet, com o uso das novas TICs, oferece produtos e informações que alimentam o novo modo das relações comerciais: o comércio eletrônico.

Os serviços postais se apresentam como peça fundamental para a circulação de mercadorias dentro do território nacional e internacional, e por isso disputam espaço com empresas de transportes e de varejo (*Amazon*, *Magalu*, *Fedex*, *AliExpress*, *Mercado Livre* etc.). A participação dos serviços postais na economia já era uma realidade na época de Marx ([1858] 2011, p. 109).

Dado que a autonomização do mercado mundial [...] cresce com o desenvolvimento das relações monetárias (do valor de troca) e, vice-versa, que a conexão universal e a dependência generalizada na produção e no consumo crescem simultaneamente com a independência e a indiferença recíproca de produtores e consumidores; dado que essa contradição conduz a crises etc., paralelamente ao desenvolvimento do estranhamento tenta-se suprimir a contradição em seu próprio terreno; listas de preços correntes, taxas de câmbio, **conexão postal dos comerciantes entre si, telégrafos etc. (os meios de comunicação desenvolvem-se naturalmente ao mesmo tempo)**, em que **cada indivíduo singular obtém informação sobre a atividade de todos os outros e procura em seguida ajustar a sua própria.** (I.e., embora a oferta e a demanda de todos com respeito a todos transcorram de forma independente, **cada um procura se informar sobre a situação da demanda e da oferta universais**; e, em seguida, esse conhecimento retroage praticamente sobre todos eles (MARX, 2011, p. 109, grifo nosso).

Ou seja, os serviços postais, desde suas origens, fazem parte da circulação de mercadorias, e o comércio eletrônico vem potencializando sua participação nessa engrenagem.

Esse trabalho trata da produção de valor e mais-valor para o capital, através do trabalho informacional efetivado nos serviços postais, no contexto do capital-informação, ao acelerar os tempos de circulação e rotação do capital. Entendemos por trabalho informacional o trabalho de obter, processar, registrar, e comunicar informação. No capitalismo avançado, o valor mercantil desse trabalho pode ser extraído tanto pela apropriação da força de trabalho dos trabalhadores, como dos usuários desse serviço (DANTAS, 2022). A introdução das novas TICs e o trabalho informacional nos serviços

postais, vêm gerando valor e mais-valor, como parte do processo de produção que a indústria da comunicação e de transporte representam em Marx. Ao citar a indústria de transporte, Marx descreve tanto o transporte de mercadorias e de pessoas, quanto “a transferência de informações, cartas, telegramas etc.” (MARX, [1885] 2014, p. 133).

O que atualmente entendemos como serviços postais já existiam em quase todos os continentes na forma de mensageiros, servindo à reis e imperadores, de acordo com a União Postal Universal (UNIVERSAL..., 2020a). Com o passar do tempo, as ordens religiosas e universidades criaram seus próprios sistemas de entrega de mensagens para a troca de notícias e informações, e estações de transmissão foram instituídas, ao longo das rotas dos mensageiros, para acelerar a entrega a longas distâncias. Em muitos países, essas estações se transformaram nas grandes cidades que conhecemos atualmente.

Para Aguilar Perez (2004) os investimentos na comunicação postal no século XIX foram fundamentais para dar coesão aos países, mas não foi suficiente e nem alcançou a velocidade exigida pelos novos modelos de estados centralizados. O “nascimento das telecomunicações: primeiro a telegrafia óptica e depois a telegrafia elétrica” possibilitou a rápida comunicação, que segundo o autor, significou “em grande medida o estabelecimento do poder do Estado contemporâneo, assim como a criação da imprensa de notícias que conhecemos hoje”, e que é através da instalação dos cabos submarinos que foi possível a união dos cinco continentes e a consolidação da economia mundial (AGUILAR PEREZ, 2004).

O telégrafo, e depois o seu sucessor, o telefone, caracterizaram a separação da comunicação em relação ao transporte, segundo GIDDENS ([1981] 2001, p.197). Antes da invenção do telégrafo, segundo o autor, para transportar uma informação era necessário também transportar o meio de comunicação (o impresso, os manuscritos etc.). O telégrafo permitiu que a mensagem “viajasse” sem a dependência dos mensageiros e dos transportes (animais, carroças, viaturas, navios, trens, aviões etc.).

No final do século XX, pelo crescimento do uso da rede mundial de computadores (internet), e em função do uso significativo de correio eletrônico, o transporte de cartas, telegramas e correspondências entraram em declínio. As diretrizes, que logo vieram como orientações da (UNIVERSAL..., 2020b; 2021), indicavam a liberalização gradual e o controle do mercado, em uma clara política de privatização do serviço postal (PARLAMENTO..., 1997, p. 1). O desenvolvimento das plataformas socio digitais (PSDs) trouxe o aumento no transporte de pacotes e encomendas, pelo crescimento do comércio eletrônico. Uma

tendência mundial, como identificado nos relatórios da (UNIVERSAL..., 2020b; 2021), que recoloca a indústria de transportes no cenário.

Este trabalho está inserido em uma pesquisa de doutorado e tem como objeto o *valor e mais-valor* que os serviços postais, com a introdução das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) e pelo trabalho informacional obtido através da apropriação tanto da força de trabalho dos trabalhadores vem gerando para o capital, como parte do processo de produção que a indústria da comunicação e de transporte representam em Marx.

2 A ATUALIDADE DA LEI DO VALOR

Para Araújo (2018, p.48), o advento dos computadores e da internet permitiram um acesso “extremamente amplo a todo tipo de documentos e registros de conhecimento, do passado e do presente, de todos os lugares do mundo, em tempo real, a partir de diversos dispositivos, inclusive móveis”. O autor destaca que diversos estudos têm demonstrado que a internet é movida por “forças comerciais e controlada segundo as grandes dimensões geopolíticas internacionais”. Araújo identifica que há páginas e conteúdo na internet, que são privilegiadas pelo poder econômico, por aportarem maiores recursos financeiros, permitindo que tenham maior visibilidade nas plataformas de busca, assim como aquelas que proporcionam maior destaque a determinados idiomas, em detrimento de outros.

A Economia Política da Informação, uma subárea dos campos da Informação e da Comunicação, passa a receber, segundo Araújo (2018, p.68), o impacto de diferentes teorizações sobre o momento atual. Os problemas relacionados à economia política da informação vêm sendo estudados a partir do conceito de “regimes de informação”, e segundo o autor (2018, p. 70), apresenta-se baseado na noção de modo de produção de Marx, e aplicada ao campo da ciência da informação.

A contribuição de Capurro e Hjørland (2007), nos apresenta a importância da informação como condição básica para o desenvolvimento econômico.

O conceito de informação como usado no inglês cotidiano, no sentido de conhecimento comunicado, desempenha um papel central na sociedade contemporânea. O desenvolvimento e a disseminação do uso de redes de computadores desde a Segunda grande Guerra Mundial e a emergência da ciência da informação como uma disciplina nos anos 50, são evidências disso. Embora o conhecimento e a sua comunicação sejam fenômenos básicos de toda sociedade humana, é o **surgimento da tecnologia da informação e seus**

impactos globais que caracterizam a nossa sociedade como uma **sociedade da informação**.

É lugar comum considerar-se a **informação como condição básica para o desenvolvimento econômico juntamente com o capital, o trabalho e a matéria-prima**, mas o que torna a informação especialmente significativa na atualidade é sua **natureza digital**. (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 149, grifo nosso)

Para Vieira Pinto, o homem tem que trabalhar porque esse é o caminho que “biologicamente o processo de hominização” seguiu quando o modo de produção da existência do ser humano assumiu o caráter de produção social (VIEIRA PINTO, 2005a, p.414). Assim, o autor considera que todos os tipos de trabalho são igualmente dignos e não constituem qualquer diferença de valor entres eles, uma vez que são definidos como “modificação do mundo pelo homem” (2005a, p. 415). Tanto o trabalho físico, como intelectual, são manifestações da biologia do homem no plano das relações sociais de produção, e produzem fadiga e cansaço. Entretanto, o autor afirma que os valores do trabalho são atribuídos pela sociedade aos diferentes modos de produzir os bens e serviços que ela necessita e que pertencem à superestrutura ideológica da sociedade (VIEIRA PINTO, 2005a, p. 417).

Vieira Pinto (2005a, p. 421) afirma que a alienação do trabalho consiste na apropriação do trabalho dos que trabalham, por “alguns poucos” que não trabalham. O autor destaca que a distinção entre essência e forma do trabalho é o conceito básico para analisar a “nova etapa histórica caracterizada pela transferência do trabalho intelectual, em alguns aspectos, para as máquinas cibernéticas” (2005a, p. 425-426). Desta forma, o autor apresenta várias indagações, que já na metade do século XX surgiam, e que denominava de “especulação”, fruto do que designava de “inteligência primária”: “Será o homem vencido pela máquina? [...] Poderão as máquinas criarem outras que trabalhem por elas? [...] Estará o homem em via de se tornar obsoleto?” (2005a, p. 426). Vieira Pinto reafirma o processo de hominização e o caráter evolutivo do ser humano.

Quem trabalha no mundo material é e será sempre o homem, pois exclusivamente ele, dentre todos os seres vivos, precisa fazê-lo. Se o realiza por meio de instrumentos de sua invenção, que em épocas muitíssimo mais tardias se articularão em máquinas tal acontece porque esta foi precisamente a fórmula que os ancestrais pré-humanos em via de hominização encontraram para se firmarem e prosseguirem em seu particular caminho evolutivo.

[...] a substituição das ferramentas, fato que sempre ocorreu, e tinha de acontecer ao longo da história enquanto expressão da crescente expansão

cultural do sistema nervoso humano, não tem significado alterado em nada pela entrada em funcionamento de máquinas de outro tipo, mesmo quando, à primeira vista, conforme se verifica com as atuais máquinas cibernéticas, parecem subverter o curso anterior do trabalho humano, pois supostamente se propõe substituir as funções superiores, chamadas intelectuais ou lógicas do homem. (VIEIRA PINTO, 2005a, p. 426-427).

Segundo o autor, o conhecimento se constitui em mercadoria, como qualquer outra, na sociedade capitalista, e é o mercado que fixa seu preço, podendo ser comprada por qualquer um que tenha capital. No trabalho “altamente tecnificado”, Vieira Pinto destaca que a “tecno-estrutura” rebaixa o técnico à categoria de empregado assalariado, comparando-o ao servo da gleba, ao operário do período industrial clássico, ou de qualquer país subdesenvolvido, com perda de liberdade de ação (VIEIRA PINTO, 2005a, p. 443-444). O autor, ao afirmar que o conhecimento se constitui em mercadoria, nos remete ao papel da indústria das comunicações tratada por Marx, no Livro II D’ O Capital, ao destacá-la como único ramo economicamente importante.

Há, no entanto, ramos autônomos da indústria em que o produto do processo de produção não é um objeto novo, uma mercadoria. Dentre esses ramos, o único economicamente importante é a indústria das comunicações, seja ela a indústria do transporte (de mercadorias e de pessoas), seja a da mera transferência de informações, cartas, telegramas etc. (MARX, 2014, p. 133)

Ainda segundo Vieira Pinto, as máquinas cibernéticas não poderiam existir, e estar em funcionamento, se não fosse o pensamento do construtor, do homem (2005b, p. 176). Ele destaca que as máquinas estão no “prolongamento da linha de produção histórica de engenhos” como resultado da capacidade humana para facilitar o trabalho sobre a realidade material, como espécie inteligente. No movimento de progresso tecnológico ocorrem, em certas ocasiões, descobertas de grande relevância, em determinado período, pelas modificações que introduzem na sociedade que, segundo Vieira Pinto, acabam dominando as formas de produção econômica e social da existência. Assim, para o autor, a cibernética está no mesmo patamar da agricultura e da indústria (VIEIRA PINTO, 2005b, p. 123).

A análise da informação é, ela própria, uma informação sobre a capacidade que o pensamento humano tem de analisar e compreender a informação e, segundo o autor (2005b, p. 408), é a prova do grau de desenvolvimento intelectual de que apenas o ser humano é capaz de pretender. Para Vieira Pinto, é essa análise pela via do acréscimo da informação, que indica que o processo cultural tenha alcançado um patamar em que é necessário continuar a saber mais e mais sobre a informação.

Para Marx, à medida que a grande indústria se desenvolve, o surgimento da riqueza efetiva vai depender menos do tempo de trabalho e do *quantum* de trabalho empregado do “que do poder dos agentes postos em movimento durante o tempo de trabalho”, que não tem relação com o tempo de trabalho imediato que custa a sua produção, “mas que depende, ao contrário, do nível geral da ciência e do progresso da tecnologia, ou da aplicação dessa ciência à produção” (MARX, 2011, p. 587-588).

É pelo olhar deste progresso da tecnologia identificado por Marx, e a importância das máquinas cibernéticas, por Vieira Pinto, que percebemos a necessidade de compreender as PSDs no capitalismo contemporâneo.

Grohmann (2021, p.13) apresenta a definição de “plataformização do trabalho” para a realização de atividades laborativas, pelo trabalhador, que são dependentes de infraestruturas digitais, alimentadas por dados e automatizadas por algoritmos. Para o autor, os trabalhadores encaram o que denomina de “laboratório da luta de classes em seus novos velhos experimentos”. No século XXI, segundo Grohmann (2021, p.13), a plataforma é a concretização e resultado do processo que mistura o avanço do capitalismo rentista, a ideologia do Vale do Silício, a extração contínua de dados e a gestão neoliberal. Ou seja, a lógica de exploração da força de trabalho é a que predomina.

A internet se tornou uma grande praça de mercado sob o controle de um pequeno número de poderosas plataformas de negócios, de dimensões mundiais, que vem dominando e definindo os rumos econômicos, políticos e culturais.

Entenderemos por plataformas da internet um espaço-tempo articulado e conectado por redes físicas digitais de comunicação e de processamento de informação, no qual dois ou mais usuários podem interagir diretamente, interação esta porém facilitada e observada pelo operador, ou proprietário, da plataforma. Os usuários da plataforma podem ser compradores e vendedores, anunciantes publicitários, desenvolvedores de softwares, membros de redes sociodigitais etc. A definição aqui apresentada apenas reelabora definições que podem ser encontradas em diversos estudos que vêm sendo feitos no âmbito da União Europeia [...]. (DANTAS, 2017, p. 3).

A ideia de praças de mercado e das feiras livres recuperam o modo pelo qual, em cada época, camponeses, artesãos, agricultores, e comerciantes em geral se encontravam - em bairros, cidades e províncias pelo mundo. Entretanto, as PSDs vêm modificando a forma tradicional, e até então hegemônica, de fazer negócios no capitalismo contemporâneo, sob a liderança do capital mediático-financeiro.

Nas últimas duas décadas, ele investiu no desenvolvimento e na expansão de plataformas sociodigitais (PSDs) que, indiferente a suas aparências – se redes sociais (Facebook), grandes lojas on-line (Amazon), fornecedoras de conteúdos audiovisuais com fins de entretenimento (Youtube) etc. –, são sobretudo, grandes “praças de mercado” nas quais se encontram vendedores e consumidores de bens de serviço para efetuarem e concluírem negócios em um tempo de rotação no limite de zero¹. (DANTAS, 2022, p. 81)

As PSDs são as praças de mercado no século XXI, utilizando a terminologia internacional de *marketplace*, que atuam diretamente na circulação das mercadorias, reduzindo os tempos de rotação do capital. As PSDs reúnem dois grandes grupos de usuários: “aqueles que vendem (mas também podem estar comprando) e aqueles que compram (mas também podem estar vendendo)”. De forma direta, ou indireta, todos estão gerando receitas para o proprietário das plataformas, que vem a ser o capital financeiro (DANTAS, 2022, p. 81).

Marx afirma que a circulação sucede no espaço e no tempo, considerando, no aspecto econômico, o ato de levar o produto para o mercado, ou seja: a condição espacial, como parte do próprio processo de produção. Esse processo ocupa tempo. As PSDs viabilizam o transporte da informação num tempo no “limite de zero”². Associadas aos modernos sistemas de estocagem e transporte de mercadorias, tem sido possível reduzir os tempos totais ao mínimo possível, rompendo as barreiras espaciais, conforme destacado por Marx, no Livro II d’ O Capital.

[...] a expansão e a contração do tempo de curso agem como limite negativo à contração e à expansão do tempo de produção, ou da extensão na qual um capital de dada grandeza pode funcionar como capital produtivo. Quanto mais metamorfoses da circulação do capital são apenas ideais, isto é, quanto mais o tempo de curso é = 0 ou próximo de zero, tanto mais atua o capital e tanto maior se torna sua produtividade e autovalorização. (MARX, 2014, p. 204)

O trabalhador precisa ter suas energias físicas e mentais saciadas, as suas necessidades básicas devem estar garantidas, para que o seu valor de uso, no início de sua jornada de trabalho, seja executado. Assim, o “somatório do valor de troca das mercadorias que comporiam esta cesta básica de bens de salário forneceria o valor de troca da força de trabalho” (DANTAS, 2007, p. 4).

¹ Relativo ao trecho final desta citação, o autor faz referência à sua publicação *The Financial Logic of Internet Platforms* (DANTAS, 2019)

² Termo comum na matemática e na economia que expressam que os valores da função crescem sem limite.

O processo de trabalho e valorização nas PSDs também explora as chances de possibilitar a redistribuição espaço-temporal do trabalho, pelo menos dos que são de natureza artística, científica e criativa, por não perderem a essência de suas condições. O trabalho através das PSDs está se expandindo para todas as esferas da sociedade, pelo uso individualizado de aparelhos como *notebook* e *smartphones*, enquanto os indivíduos se movimentam pelos espaços que circulam sociais (DANTAS, 2022, p. 86-87).

As PSDs estão produzindo dinheiro, de modo similar ao da mineração de ouro ou prata, analisada por Marx (2011, p. 200-204), uma vez que elas “mineram os dados do comum da sociedade se apropriando do trabalho não pago do *intelecto social geral* (*general intellect*)” empresariais (DANTAS, 2022, p. 90), e a lógica econômica das PSDs é semelhante à do mercado financeiro, sendo sustentada pelo excepcional mais-valor que deriva dos dados pessoais. As plataformas socio digitais são um novo fenômeno do capitalismo contemporâneo que permitem um processo de valorização do capital, como descrito na teoria do valor de Marx, em que precisamos entender as particularidades próprias do trabalho de natureza informacional que extrai valor da ciência, da tecnologia e da cultura (DANTAS, 2022, p. 92-93).

3 OS SERVIÇOS POSTAIS NA ROTAÇÃO DO CAPITAL

Os serviços postais estão presentes na rotação do capital, exatamente para garantir que a mercadoria que contém massa e volume físico-químicos (roupas, eletroeletrônicos, cosméticos, livros etc.)³ cheguem às mãos do comprador. A pressão do capital financeiro para que esse tempo seja o menor possível, vem movimentando todo o sistema internacional postal, seja na introdução das novas TICs, seja na reestruturação das relações de trabalho e apropriação do conhecimento vivo de seus empregados, como na intervenção sobre sua relação com o Estado-nação.

A sociedade, em geral, conhece o serviço postal como “envio e recebimento do objeto”, em que o cidadão se locomove a uma agência para despachar um determinado objeto, ou na posição de estar na sua localidade e receber algum objeto. Nas últimas décadas, a capilarizada infraestrutura dos serviços postais passou a ser cada vez menos usada para o envio de cartas e, cada vez mais, para o envio de volumes, das encomendas

³ Os Correios no Brasil divulga a lista de produtos que são proibidos ou têm restrição de serem enviados dentro do país e para os demais países no mundo. Disponível em <https://www.correios.com.br/enviar/proibicoes-e-restricoes>.

individuais de pequeno porte, às mercadorias, produto de grandes corporações. Diante desse cenário, o capital financeiro passou a pressionar os organismos internacionais, como a UPU, pelo controle ou substituição, por empresas especializadas diretamente sob controle privado. Porém, essa engrenagem ainda segue sendo vital para o fortalecimento do projeto de Estado Democrático e Inclusivo, para todos os países do planeta redondo Terra, e o modelo estatal ou de mercado, continua em disputa. Os números envolvendo o uso das PSDs explicitam o impasse.

O Relatório Digital⁴ 2022 (KEMP, 2022), publicado em parceria entre *We Are Social* e *Hootsuite*⁵, apresenta dados de como a tecnologia está presente na vida das pessoas, nas mídias sociais, no comércio eletrônico, no conteúdo de *streaming* e videogames, e como o COVID-19 (ORGANIZAÇÃO..., 2020) refletiu em um expressivo crescimento na atividade digital em relação ao ano de 2019. O relatório analisa o comportamento de usuários com idade entre 16 e 64 anos e, em cada item, apresenta a origem das fontes dos dados (KEMP, 2022). Segundo o autor, com mais de uma década de divulgação do relatório digital, os números não param de crescer, principalmente após o início da pandemia de COVID-19, com destaque para o comércio eletrônico e o uso de criptomoedas. Com base na população mundial de 7,91 bilhões de habitantes, na qual 57% moram na área urbana, o relatório informa que 5,31 bilhões (67,1%) da população mundial usa, pelo menos, um aparelho de telefonia celular⁶; 4,95 bilhões (62,5%) são usuárias da internet e 4,62 bilhões (58,4%) são usuárias ativas das mídias sociais (KEMP, 2022, p.9). Ou seja, cerca de um terço da população mundial ainda está excluída do acesso ao mercado digital. Os dados relativos ao uso da internet, via telefone celular, apontam uma média mundial de 3h43m de uso diário. Neste item, as Filipinas estão em primeiro lugar, com 5h47m; a Tailândia, em segundo, com 5h28m; e, o Brasil, em terceiro, com 5h25m (KEMP, 2022, p.31).

Quanto as razões para usar a internet, a procura por produtos e marcas, aparece em oitavo lugar, com indicação de 45,8% dos usuários (KEMP, 2022, p.29). Os dados

⁴ Este relatório está no portal do *DataReportal* e informa que os dados foram obtidos “diretamente de terceiros confiáveis”, e que estão descritos nas notas de rodapé de cada slide, bem como na seção “fontes” no final do relatório. O autor do Relatório Digital 2022 informa que houve mudanças de metodologia em relação aos anos anteriores buscando reduzir o impacto de contas “não humanas” e possíveis duplicações de usuários (KEMP, 2022).

⁵ A *We Are Social* (wearesocial.com) é uma empresa sediada em Nova York/EUA e se autodenomina “uma agência criativa global, liderada socialmente”; e a *HootSuite* é um sistema norteamericano especializado em gestão de marcas na mídia social, sediado em Vancouver/Canadá (hootsuite.com)

⁶ Utilizaremos a terminologia “telefone celular” em tradução a mobile fone presente no Relatório Digital.

relacionados ao comércio eletrônico (*e-commerce*) global, reportam que 3,78 bilhões de pessoas compraram bens de consumo pela internet (58,4%), registrando aumento de 10% comparado a 2021, no chamado B2C – empresa para consumidor (*business to consumer*) (KEMP, 2022, p.244). Na análise desse consumidor, o relatório aponta os países asiáticos nas posições acima da média global, nas compras *online* semanais, em que também aparecem México, Reino Unido e Brasil (KEMP, 2022, p. 239-240). Na compra pelas plataformas do *e-commerce* os usuários repassam seus dados pessoais como endereço, número de celular, do cartão utilizado para compra, além de identificar seu perfil de consumo, informação valiosa no mercado de dados para o comércio eletrônico, constituindo-se em dados transformados em mercadoria comercializada pelo capital.

As informações publicadas pela VULETA (2023)⁷ apontam que este tipo de comércio já vinha em um crescimento mais rápido do que o comércio em geral, antes da pandemia. Segundo os autores, fatores como a disponibilidade de dispositivos acessíveis e melhor infraestrutura de redes em nível global, indicam a possibilidade de que a maior parte do comércio mundial se tornará *online* em futuro próximo. Com relação ao valor de mercado do comércio eletrônico, o portal indica um crescimento mundial, a uma taxa de crescimento anual composta (CAGR - *Compound Annual Growth Rate*) de 14,7%. O tamanho do mercado de comércio eletrônico foi avaliado em US\$ 9,09 trilhões de dólares em 2019, atingindo US\$ 10,36 trilhões em 2020 (VULETA, 2023).

O relatório indica que o comércio eletrônico transnacional em todo o mundo, cresceu mais de 20% em 2020, e aponta que 55% dos compradores *online* realizaram compras em outros países que não o da nação onde se encontram (VULETA, 2023).

No relatório da VULETA (2023) se verifica que o comércio eletrônico dos EUA cresceu mais de 40% em 2020. A evolução do comércio eletrônico a nível mundial, em 2020, mostrou que a América Latina foi a região que mais se destacou, com um aumento de 36,7% em relação a 2019. O crescimento médio em nível global foi calculado em 27,6% (VULETA, 2023). Com relação ao valor de mercado das empresas que atuam no comércio eletrônico a *Amazon* (EUA) se posiciona na liderança, com seu valor de capitalização de mercado em US\$ 1,735 bilhão e em 2º lugar, está a Alibaba, sediada na China, com US\$ 614,8 bilhões. Não há outras empresas, com base na *internet*, que possam chegar perto dos dois gigantes já que

⁷ O portal 99FIRMS sintetiza a análise de várias fontes no âmbito do comércio eletrônico mundial, são plataformas especializadas em coletas de dados como Statista, eMarketer CSA, UNCTAD, Forbes, Oberlo, PostNord e Digital Commerce 360.

Shopify, PinDuoDuo e Prosus⁸, que estão nas posições seguintes, têm US\$ 182,1, US\$ 159,2 e US\$ 158 bilhões, respectivamente (VULETA, 2023).

Entretanto, não foi apenas a Amazon que obteve alta em seus lucros. O serviço postal dos EUA (DO)⁹, a *United States Postal Service* (USPS), segundo Bishop (2020), gerou US\$ 1,6 bilhão em lucro com a entrega de produtos comercializados pela Amazon, em seu ano fiscal de 2019, sobre US\$ 3,9 bilhões em receita de seus negócios com o gigante do comércio eletrônico.

No Brasil, a evolução do comércio eletrônico não foi diferente. De acordo com o portal *WebShoppers ebit* (2021), o comércio eletrônico atingiu um dos maiores valores, chegando a R\$ 53 bilhões de reais, impulsionado pelo período de isolamento. Segundo Pessanha (2020), que estuda as dimensões econômica e espacial sobre o movimento do comércio eletrônico no Brasil nos últimos anos, o processo de “plataformização” é um elemento importante que auxilia no deslocamento do capitalismo contemporâneo.

4. PRIVATIZAÇÃO DOS SERVIÇOS POSTAIS

Segundo Aguilar Pérez (2004), o monopólio postal nas mãos do Estado era predominante em muitos países desde o século XVIII, e esse modelo começa a desabar no século XX, com o aparecimento de concorrentes aos correios nacionais, nos segmentos de serviços de urgência ou de correio expresso. A introdução da TIC, como o correio eletrônico no final do século XX, e o comércio eletrônico, no século XXI, insere os serviços postais em um sistema internacional de circulação das mercadorias, acelerando os movimentos de liberalização (privatização).

Diante do constante debate sobre a privatização dos serviços postais, destacamos três importantes serviços postais do ocidente: a USPS (EUA) e a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT (Brasil), empresas estatais sob controle do Estado, e o *Deutsche Post DHL Group* (DPDG), considerado um dos melhores do mundo, e sempre citado como modelo de privatização bem sucedida. O processo de privatização da estatal *Deutch*

⁸ Dados de setembro de 2023: Shopify é uma empresa de comércio canadense com sede em Ottawa, Ontário, que desenvolve *softwares* de computadores para lojas online e sistemas de varejo de ponto de venda; PinDuoDuo é uma plataforma de comércio eletrônico chinesa (Xangai) que permite aos usuários participarem de transações de compra em grupo; e Prosus, é um conglomerado multinacional holandês que é a divisão internacional de ativos de *internet* da multinacional sul-africana Naspers.

⁹ A União Postal Universal (UPU) é a segunda organização internacional mais antiga do mundo, sendo o principal fórum de cooperação entre os atores do setor postal, com 192 países membros, denominados de Operadores Designados (*Designated Operators* - DOs) pelos Estados-Nação membros da ONU

*Bundepost*¹⁰, foi iniciado em 1999, com a venda de 50% das ações para o banco público KfW¹¹, e em 2000, um lote de 29% das ações foi oferecido a investidores (LUPION, 2019). O autor (2019) destaca que o governo vendeu todas as suas ações remanescentes ao KfW, em 2005, e que atualmente detém 20,5% das ações da DPDG e a maior parte das ações pertence a fundos de investimento baseados em outros países. Ou seja, o banco público é o principal acionista. No Relatório Anual de 2022, a DEUTCHE..., (2023) apresenta a evolução dos lucros da empresa e do número de empregados. Em cinco anos (2018-2022), a DPDG teve um aumento de 53,4% de suas vendas em grupo, para um aumento de apenas 9,6% de sua força de trabalho.

Na Tabela 1 apresentamos a evolução da receita e do número de trabalhadores no período de 2020 a 2022, nas três empresas analisadas. A UNITED... (2022, p. 1) apresenta um aumento na receita proporcional ao aumento do número de trabalhadores; a DEUTCHE..., (2023, p. 2) apresenta aumento bem superior da receita, em relação ao aumento de trabalhadores; e a EMPRESA..., (2021, p. 9; 2023, p. 10) apresenta um aumento da receita similar a USPS, com redução inversamente proporcional ao número de trabalhadores, no período.

Tabela 1 – Evolução da Receita e Nº de Trabalhadores

EMPRESAS/PAÍSES	USPS (EUA)			DPDG (DE)			ECT (BRA)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
TRABALHADORES	495.941	516.636	516.760	571.974	592.263	600.278	98.092	89.709	87.571
RECEITA	73.225	77.069	78.812	66.716	81.747	94.436	20.023	23.552	22.070
	(milhões U\$)			(milhões €)			(milhões R\$)		

Fonte: Elaborado pela autora com base nos Relatórios USPS - DPDG - ECT

Frente o aumento da circulação de mercadorias no período analisado, verificamos, em todas as empresas, aumento na receita. Entretanto, ele não se refletiu no aumento de trabalhadores, indicando intensificação do processo de exploração dos trabalhadores e extração de mais-valia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No século XXI a indústria das comunicações e dos transportes vem ocupando papel central no processo de produção - como identificado por Marx (2011; 2014), em que a introdução das PSDs, da inteligência artificial, de veículos autônomos, do pagamento digital,

¹⁰ Serviço de correio e telecomunicações estatal alemão fundado em 1947

¹¹ KfW é um grupo financeiro controlado em 80% pela República Federativa Alemã, é o banco de desenvolvimento alemão *Kreditanstalt für Wiederaufbau* (KfW).

impacta na rotação do capital e nas empresas que realizam o processo de circulação, em que o consumidor adquire o produto *online* e, ele precisa ser entregue, ser deslocado do produtor ao consumidor. Daí o movimento político-econômico para retirar de vez qualquer caráter público desses serviços, incorporando-os à lógica da acumulação capitalista.

Os correios dos EUA e do Brasil são um exemplo dos conflitos e contradições, sobre o papel dos serviços postais, diante do contexto político, social e econômico de cada nação, na posição de centro e periferia no capitalismo contemporâneo. Nos últimos anos viveram forte pressão para a privatização. Em 2023, após a posse de Joe Biden (2021), a USPS continua estatal, e implanta o projeto de uma nova geração de veículos de entrega postal sustentável¹² (UNITED..., 2021b), e seus trabalhadores, através da organização sindical, conquistaram a aprovação da Lei de Reforma do Serviço Postal pelo Senado (UNIONS..., 2022), considerada como uma das vitórias legislativas mais importantes para os defensores de um cargo público no século XXI. No Brasil, a ECT reduziu seu efetivo nos últimos cinco anos (EMPRESA..., 2021), apesar dos lucros crescentes, e viveu um momento crucial quanto ao seu futuro, com a tramitação do projeto de lei de privatização no Senado Federal (BRASIL, 2021). O Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ao assumir a Presidência da República, em janeiro de 2023, retirou a ECT do Programa Nacional de Desestatização (BRASIL, 2023).

Os serviços postais não tratam de conteúdo, mas constituem redes cujo modelo possibilita entender muitos aspectos da internet no processo produtivo e, por isso, é objeto de desejo de setores privados que atuam no mercado de entregas de objetos e pacotes. Não só pelo parque logístico existente, mas pelo arsenal de informações sobre a circulação de mercadorias e a expertise de seus trabalhadores, que de porta em porta, estabelece uma relação social com o conjunto da população.

REFERÊNCIAS

VULETA, Branka. Market Cap of Leading Internet-based Companies. **99FIRMS**, 2021. Disponível em: <https://99firms.com/blog/ecommerce-statistics/>. Acesso em 14 set. 2023.

AGUILAR PEREZ, A. Correo electrónico versus correo tradicional, dos redes conectadas. **Scripta Nova: Revista Eletrônica de Geografia y Ciencias Sociales**, Barcelona, v. 25, n. 1, p. 170-51, 2004.

¹² Veículo de Entrega de Próxima Geração (NGDV): um veículo com volante à direita para entrega de correio e pacotes, equipados com combustível eficiente motores de combustão interna ou trens de força com bateria e podem

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **O que é Ciência da Informação**. KMA. Belo Horizonte: 132p, 2018.

CAPURRO, R., HJORLAND, B., Cardoso (trad.), A. M. P., Ferreira (trad.), M. da G. A., & Azevedo (Trad.), M. A. de. (2007). O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, 12(1). ISSN 1981-5344. Disponível em <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22360>. Acesso em 10.fev. 2023

DANTAS, Marcos. Os significados do trabalho: produção de valores como produção semiótica no capitalismo informacional. **Trabalho, Educação e Saúde**, v. 5, n. 1, p. 9-50, 2007.

DANTAS, Marcos. Internet: praças de mercado sob controle do capital financeiro. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 60., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: INTERCOM. P. 1-22, 2017. Disponível em: <http://marcosdantas.com.br/conteudos/2017/11/19/internet-pracas-de-mercado-sob-controle-do-capital-financeiro/>. Acesso em: 12 nov. 2021

DANTAS, Marcos. Informação, Trabalho e Capital. *In*: DANTAS, Marcos; MOURA, Denise; RAULINO, Gabriela; ORMAY, Larissa. **O Valor da Informação**: De como o capital se apropria do trabalho social na era do espetáculo e da internet. São Paulo: Boitempo, p. 17-95, 2022.

DEUTCHE POST DHL GROUP. **Wir Liefern Weiter Geschäftsbericht 2022**. Düsseldorf, 17 fev. 2023.

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELEGRÁFOS. **Relatório da Administração Correios - 2020**. Brasília: ETC, 2020.

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELEGRÁFOS. **Relatório da Administração Correios 2022**. Brasília: ETC, 2022.

GIDDENS, Anthony. **O Estado-nação e a Violência**. Segundo Volume de uma Crítica Contemporânea ao Materialismo Histórico. Tradução: Beatriz Guimarães. São Paulo: Edusp, [1981] 2001.

GROHMANN, Rafael; VALENTE, Jonas. Trabalho decente em plataformas digitais: agenda urgente de um governo democrático. **Revista Teoria e Debate**, São Paulo, 20 jun. 2022.

KEMP, Simon. Digital 2022: Global Overview Report. **DATAREPORTAL**, 26 jan.2022.

LUPION, Bruno. Como foi a privatização dos correios na Alemanha. **DW Brasil**, Brasília, 19 set. 2019. Disponível em <https://www.dw.com/pt-br/como-foi-a-privatiza%C3%A7%C3%A3o-dos-correios-na-alemanha/a-50481846>. Acesso em 19 ago. 2021

MARX, Karl. **Grundrisse**.: Manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Editora UFRJ, [1858] 2011.

MARX, Karl. **O Capital, Livro II**: o processo de circulação do capital. 1. ed. São Paulo: Boitempo, [1885] 2014.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Histórico da pandemia de COVID-19**. 2020. Disponível em <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 15 set. 2023.

PARLAMENTO EUROPEU. CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. **Diretiva 97/67/CE, de 15 de dezembro de 1997**. Relativa às regras comuns para o desenvolvimento do mercado interno dos serviços postais comunitários e melhoria da qualidade de serviço. Bruxelas: Parlamento Europeu, 1997.

PESSANHA, Roberto Moraes. Disputa no e-Commerce de Varejo no Brasil: entre o intangível do digital e a materialidade da infraestrutura de logística. **ComCiência** - Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. Campinas, 2020. Disponível em <https://www.comciencia.br/disputa-no-e-commerce-de-varejo-no-brasil-entre-o-intangivel-do-digital-e-a-materialidade-da-infraestrutura-de-logistica/#more-6804>. Acesso em: 8 nov. 2021.

UNIONS help deliver a legislative win for U.S. **UNIGLOBAL UNION**, Bern, 14 mar. 2022.

UNIVERSAL POSTAL UNION. **History**. Bern, 2020a. Disponível em: <https://www.upu.int/en/Universal-Postal-Union/About-UPU/History>. Acesso em: 30 abr. 2023.

UNIVERSAL POSTAL UNION. **Postal Reform Guide 2019**. Bern, 2020b. Disponível em: <https://www.upu.int/en/Postal-Solutions/Capacity-Building/Development-Cooperation/Postal-Reform>. Acesso em: 28 jan. 2022.

UNIVERSAL POSTAL UNION. **Postal Economic Outlook 2021**. Bern, 2021. Disponível em <https://www.upu.int/en/Publications/Postal-economics/Postal-economic-outlook-2021>. Acesso em: 24 abr. 2022.

UNITED STATES POSTAL SERVICE. Postal Service Awards Contract to Launch Multi-Billion-Dollar Modernization of Postal Delivery Vehicle Fleet. **About**. Washington, DC: 21 fev. 2021.

UNITED STATES POSTAL SERVICE. **Fiscal Year 2022 Annual Report to Congress**. Washington, DC: USPS, 2022.

VIEIRA PINTO, Alvaro. **O Conceito de Tecnologia**. Contraponto. Rio de Janeiro: 1 v. 2005a

VIEIRA PINTO, Alvaro. **O Conceito de Tecnologia**. Contraponto. Rio de Janeiro: 2 v., 2005b.

WEBSHOPPERS. **Relatório sobre o Comércio Eletrônico em 2021**. Edição 44. EBIT [online]. Chicago: 41p, 2022. Disponível em: https://eyagencia.com.br/wp-content/uploads/2021/09/Webshoppers_44-relatorio-2021-resultados-ecommerce-ebit.pdf. Acessado em: 21.fev.2022