



As plataformas digitais como novos agentes modeladores do espaço urbano: um estudo da atuação do iFood em Campos dos Goytacazes

Nágila da Silva Ferreira Souza, Silvana Cristina da Silva

No início de 2020 foi anunciado o primeiro caso do novo corona vírus no Brasil. Medidas para a contenção do contágio foram tomadas como o estabelecimento de *lockdown* e o distanciamento físico. Concomitante a esse evento, observamos a intensificação da digitalização dos serviços de entregas e a grande adesão pelos consumidores e estabelecimentos ao aplicativo do Ifood. A difusão desses aplicativos é acompanhada por discursos de que a digitalização dos serviços proporcionaria mais praticidade para os cidadãos e soluções para vida urbana, especialmente com o evento da pandemia da COVID-19. O processo de digitalização revela a agudização do meio técnico-científico-informacional com a popularização dos aplicativos e o uso dos smartphones. Em Campos dos Goytacazes podemos observar o aumento do cadastramento dos estabelecimentos comerciais e de serviços às plataformas digitais. Assim, interrogamos: como as plataformas digitais transformam as relações socioespaciais na cidade? Deste modo, nosso objetivo geral é compreender a atuação do Ifood na cidade de Campos dos Goytacazes desde a chegada da plataforma até 2022, especialmente considerar os dois anos de pandemia da Covid-19. Para isso os objetivos específicos são: compreender a esfera técnica e as normas que dão suporte ao funcionamento da empresa e quais os fixos presentes em Campos dos Goytacazes. Buscamos também analisar a psicosfera promovida pela empresa para expansão da adesão dos restaurantes e dos consumidores e mapear as principais transformações no espaço urbano decorrentes desse processo. Temos como metodologia o levantamento bibliográfico e dados secundários no IBGE, CIDAC, Ifood e Amazon; Geração de dados primários: o levantamento dos estabelecimentos que utilizam o Ifood em Campos dos Goytacazes; a sistematização dos dados com a elaboração de tabelas e quadros; análise do conteúdo postado no feed do Instagram, com a descrição objetiva, sistemática e qualitativa do conteúdo com base na definição de Clow e Baack (2001) que identificam os tipos de estratégias e modelos de execução e a análise dos dados e discussão com a literatura. Como resultado da pesquisa, constatamos que a psicoesfera possibilita a expansão do Ifood no território, produzindo sentidos para a adesão. Daí a centralidade da psicoesfera que é inseparável da tecnoesfera da era da digitalização. Esse cenário tem permitido, em razão da pandemia da Covid-19, que o Ifood utilize a necessidade de distanciamento físico para se infiltrar no comércio local, retirando parte da renda dos comerciantes e alterando as relações no espaço urbano.

*Instituição do Programa de IC, IT ou PG: Universidade Federal Fluminense
Fomento da bolsa: CAPES*