

# UBER(IDADE)<sup>1</sup>: ESTRATÉGIAS E LÓGICAS ESPACIAIS DAS PLATAFORMAS DIGITAIS UBER E 99 NUMA PERSPECTIVA COMPARADA

Ramon Menezes Corrêa Justiniano <sup>2</sup>  
Leandro Bruno Santos <sup>3</sup>

## RESUMO

As plataformas digitais fazem parte do que se denomina de período do meio-técnico-científico-informacional, no qual as TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) ganham destaque com os avanços técnicos propiciados pela globalização e o transporte simultâneo de informação. Isso talvez possa, de alguma forma, trazer uma equivocada interpretação sobre as plataformas, muitas vezes entendidas unicamente como novidades de uma etapa de progresso tecnológico. Esse tipo de mentalidade não corrobora ao pensamento crítico, pois não considera que tais plataformas encarnam novos tipos de corporações do século XXI. Sendo o poder exercido por meio de algoritmos que agem por meio de intencionalidades programadas pelos agentes proprietários dessas plataformas. Nesse sentido, o objetivo da pesquisa é trazer maior compreensão sobre quais lógicas e estratégias espaciais são adotadas pela Uber e 99 (Didi). Os procedimentos metodológicos foram organizados segundo as seguintes etapas: levantamento bibliográfico para fundamentação teórica; levantamento documental em sites das próprias empresas/sites governamentais de âmbito trabalhista e previdenciário; levantamento de dados no IBGE, SIDRA e PNAD. Os resultados parciais de pesquisa demonstram que Uber e 99 (Didi) atuam de forma multiescalar e multiterritorial em cidades médias, capitais e metrópoles a partir de critérios como: renda, PIB, setor de serviços qualificado e diversificado, população, mão de obra e IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal).

**Palavras-chave:** Plataformas digitais, Lógicas e Estratégias, Seletividade Espacial, Antecipação Espacial.

## RESUMEN

Las plataformas digitales forman parte de lo que se conoce como el periodo técnico-científico-informacional, donde las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) ganan protagonismo debido a los avances técnicos que ha traído consigo la globalización, que hace posible el transporte simultáneo de la información. Esto puede llevar de alguna manera a una mala interpretación de las plataformas, donde para algunos deben ser entendidas únicamente como novedades de una etapa de progreso tecnológico. Este tipo de mentalidad no favorece el pensamiento crítico, ya que no considera que estas plataformas son en realidad nuevos tipos de corporaciones del siglo XXI. El poder se ejerce a través de algoritmos que actúan mediante intenciones programadas por los agentes propietarios de estas plataformas. En este sentido, el objetivo de esta investigación es proporcionar una mejor comprensión de las lógicas y estrategias espaciales que Uber y 99 (Didi) utilizan para reestructurar el espacio. Los procedimientos metodológicos se estructuran en torno a las siguientes etapas: un estudio bibliográfico para proporcionar una base teórica; un estudio documental en los propios sitios web de las

<sup>1</sup> O termo Uber (idade) faz referência ao tempo atual, onde diversos nichos de plataformas digitais eclodem, aproveitando-se das benesses da globalização para atuarem de forma multiescalar e multiterritorial no espaço.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso Pós-Graduação em Geografia na Universidade Federal Fluminense - UFF, [justinianoramon@id.uff.br](mailto:justinianoramon@id.uff.br);

<sup>3</sup> Doutor pela Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista - (UNESP) [leandrobruno@id.uff.br](mailto:leandrobruno@id.uff.br).

empresas/sitios web gubernamentales en las esferas laboral y de seguridad social; un estudio de datos en el IBGE, SIDRA y PNAD. Los resultados parciales de la investigación muestran que Uber y 99 (Didi) operan de forma multiescalar y multiterritorial en ciudades medianas, capitales y metrópolis en función de criterios como: renta, PIB, sector de servicios cualificado y diversificado, población, mano de obra e IDHM (Índice de Desarrollo Humano Municipal).

**Palabras-clave:** Plataformas digitales, Lógicas e estrategias espaciales, Selectividade espacial, Anticipación espacial.

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa não surgiu por acaso ou modismos acadêmicos, pelo contrário, ela é resultado de um processo de amadurecimento teórico e metodológico desde a Iniciação Científica e a Monografia. O ponto de partida do estudo é a investigação sobre o surgimento e o desenvolvimento das plataformas digitais, buscando responder como esse fenômeno pode ser reinterpretado em uma perspectiva nova, ao qual as plataformas digitais são entendidas como corporações de novo estilo ou formas organizacionais.

O período meio-técnico-científico-informacional é indiscutivelmente marcado pela eclosão de novas tecnologias baseadas no transporte de informações por meio de uma rede técnica, que tem sido uma importante ferramenta da produção e circulação do capital em escala global. Nesse contexto, as TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) ganham cada vez mais notoriedade, por conta das inegáveis facilidades que tem proporcionado ao mundo. Com isso, surgem inúmeros novos nichos empresariais baseados nas TICs, como é o caso das plataformas digitais que, em pouco tempo, desencadearam um grande impacto no mundo contemporâneo.

Entretanto, isso não deve ser analisado como algo totalmente positivo, tendo em vista que, as plataformas digitais constituem-se atualmente como corporações intrinsecamente atreladas ao capital financeiro (PESSANHA, 2020). Assim sendo, impactam o espaço conforme as intencionalidades de seus agentes que se baseiam em lógicas gerais de mercado (reprodução ampliada do capital, aceleração da rotação do capital, precarização do trabalho).

Nessa conjuntura, o Estado, ao facilitar a atuação das plataformas digitais, se comporta de maneira avessa ao bem-estar social. No Brasil, a lei 13.467/2017, sancionada no governo do “digníssimo” Michel Temer, é, na verdade, um vilipêndio das leis trabalhistas ao legalizar o trabalho informal e em plataformas digitais. Isso só demonstra que esses agentes estão moldando as legislações aos seus próprios interesses, por meio da captura de órgãos e instâncias governamentais (LIMONAD, 2014).

Além disso, é importante mencionar que a financeirização permeia todo o processo de plataformação. Isso ocorre porque os fundos de investimentos ou grandes empresas visualizam na plataformação uma nova tendência empresarial que pode gerar lucros estratosféricos (PESSANHA, 2020). As principais vantagens são de cunho econômico, haja vista que não precisam arcar com gastos de estruturas físicas nos mais diferentes locais, ou seja, baseiam seus esforços unicamente na construção ou aperfeiçoamento de uma plataforma que é infinitamente mais barato que construir uma rede física. Contudo, é também um investimento que possui um certo risco em relação às normas legais, que podem repentinamente mudar a partir de um novo entendimento sobre as diretrizes aos quais operam.

A relevância da presente pesquisa está situada na compreensão da plataformação sob um viés crítico, buscando enfatizar que as plataformas digitais (Uber e 99) não podem ser somente entendidas como meros aplicativos, mas sim como corporações que atuam no e (a partir) espaço mediante interesses do capital financeiro. O principal diferencial deste estudo é desvendar as lógicas que governam as formas de atuação das corporações e suas estratégias espaciais. A metodologia se baseia no: a) Levantamento bibliográfico; b) Levantamento documental; c) Levantamento de informações nos sites da Uber e 99 (Didi); d) Levantamento de dados secundários. O objetivo geral é compreender as lógicas — racionalidade e condicionamentos no processo de atuação no espaço — e estratégias espaciais — coordenação das ações no espaço — da Uber e 99 no Brasil. Os objetivos específicos são: a) Entender as novas formas de organização empresarial (plataformas austeras) no período do meio-técnico científico-informacional; b) Compreender o papel do Estado, em diferentes níveis, no que se refere às regulamentações dessas corporações digitais; c) Decifrar as estratégias espaciais de atuação das plataformas digitais no território brasileiro.

Por ora, os resultados da pesquisa demonstram que ambas as corporações são, na verdade, intermediárias de serviços em plataformas digitais. Sendo a financeirização crucial para o surgimento e desenvolvimento dessas corporações, seja por meio de investimentos de fundos de investimentos, com é o caso da Uber, seja por aquisição, como é o exemplo da 99, que foi adquirida pela Didi Chuxing em 2017. Tudo isso, fundamentado em uma atuação multiescalar e multiterritorial, onde se reescalona rapidamente, tornando-se difícil acompanhar suas topologias.

## **METODOLOGIA**

Barros; Lehfeld (2000, p. 3) apresentam o método como “forma ordenada de proceder ao longo do caminho. Conjunto de processos ou fases empregadas na investigação, na busca do conhecimento”. Com isso, para o desenvolvimento da pesquisa, utiliza-se o método do materialismo histórico-dialético que

Caracteriza-se pelo movimento do pensamento através da materialidade histórica da vida dos homens em sociedade, isto é, trata-se de descobrir (pelo movimento do pensamento) as leis fundamentais que definem a forma organizativa dos homens durante a história da humanidade (PIRES, 1997, p. 87).

Ampara-se também na revisão sistemática, pois “é uma revisão planejada para responder uma pergunta específica e que utiliza métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos, e para coletar e analisar os dados destes estudos incluídos na revisão” (ROTHER, 2007, p. 2). A problemática será abordada de forma qualitativa, sendo a realidade concreta a principal fonte de aquisição de dados. A pesquisa é realizada em caráter exploratório, pois proporciona uma melhor familiaridade com o problema, tornando-o visível ou construindo problematizações.

Os procedimentos metodológicos consistem no levantamento bibliográfico de temas atinentes à pesquisa, abrangendo a compilação e leitura de referencial teórico-conceitual (teses, dissertações, artigos e livros) nos bancos de teses e dissertações da CAPES, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no Google Acadêmico.

O Levantamento documental é fundamental para o tratamento analítico, sobretudo em fontes como Ministério do Trabalho e Previdência, Receita Federal e demais fontes governamentais relacionadas. Com esse levantamento, entende-se as normas e legislações aprovadas recentemente (trabalhista, previdenciário etc) que afetam o mundo do trabalho, particularmente a precarização, no sentido de reunir subsídios para compreender a expansão dos aplicativos.

A fim de compreender as lógicas e estratégias espaciais das corporações, utilizou-se do levantamento em sites das empresas selecionadas e redes sociais de Startups da área, buscando

compreender que tipo de dados são disponibilizados, e quais tipos de informações podem ser incorporadas na pesquisa.

Com relação ao levantamento de dados secundários, elegemos o site da Receita federal, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) contínua, os microdados do IBGE, no SIDRA/IBGE, entre outros, com o propósito de reunir dados e informações para entender a quantidade de trabalhadores por aplicativos, as modalidades de trabalho, a renda, a jornada de trabalho, entre outros aspectos.

Os dados obtidos são sistematizados com o auxílio das ferramentas de planilhas Excel e de mapeamento Qgis, por meio dos quais são produzidos mapas temáticos, gráficos e tabelas dos dados coletados. Esses dados sistematizados são analisados à luz das referências da pesquisa.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico está baseado em autores que discutem corporações e plataformas digitais a partir de questões sobre a eclosão do transporte de informações em rede como princípio fundamental para constituição do mundo contemporâneo; gênese das plataformas digitais e como os dados adquirem um papel central no modo capitalista de produção; como as empresas utilizam de lógicas e estratégias espaciais ancoradas em práticas de atuação socioespaciais; como financeirização corrobora com a expansão das plataformas digitais.

Nesse cenário, as perspectivas e contribuições de pensadores como Santos (1996), Srnicek (2018), Sposito; Sposito (2017), Corrêa (1992) e (Pessanha, 2020) são fundamentais para uma melhor compreensão sobre como o processo de desenvolvimento do capitalismo culminou no surgimento das plataformas digitais no mundo contemporâneo.

Santos (1996) traz uma importante contribuição com a proposta de período meiotécnico-científico-informacional, que sintetiza um mundo cada vez mais dominado pela técnica e ciência, no qual o grande fluxo de informações dita o ritmo de desenvolvimento a partir da expansão das redes de informação e comunicação. Tal fato, na visão do autor, tem gerado diferenciações socioespaciais, justamente por haver territórios que detêm os meios adequados para um maior aproveitamento da globalização, em comparação aos outros países que não dispõem dos mesmos meios.

Srnicek (2018), traz uma concepção mais específica do que ele chama de “Capitalismo de Plataformas”. Na sua ótica, as plataformas digitais devem ser entendidas como

“infraestruturas digitais que permitem a interação entre diferentes dois ou mais grupos” e também a partir de um apanhado histórico do capitalismo, em que as plataformas digitais aparecem como a etapa mais atual. Além disso, defende que deve haver uma distinção sobre os tipos de plataformas, indo contrariamente ao senso comum, que coloca as plataformas digitais como participantes “de uma mesma caixa”.

Ainda, para este autor (2018), as plataformas digitais devem ser segmentadas em: plataformas publicitárias, que se caracterizam por serem as mais antigas, sendo Google e Facebook as precursoras, suas respectivas rentabilizações são adquiridas através da venda de espaços publicitários; plataformas de nuvem, que são empresas que possuem consideráveis estoques tecnológicos para suas operações, podendo também oferecer tais estoques para outras empresas, onde se espera ganhar uma compensação financeira pelo uso de tais infraestruturas; plataformas industriais que se promovem como desenvolvedoras de novas tecnologias para o mercado, como chips, sensores etc; plataformas de produtos que tentam “modernizar” tendências e tecnologias pretéritas, sendo o melhor exemplo o Spotify, que ressignificou o mundo musical ao facilitar o acesso às músicas em aparelhos eletrônicos, tornando o CD obsoleto; e por fim, as plataformas austeras ou enxutas, que são empresas as quais oferecem serviços aos quais não são proprietárias, somente intermediárias. A partir deste preâmbulo geral, pode-se afirmar que Uber e 99 são plataformas austeras, justamente por serem as maiores empresas de transporte por aplicativo no mundo, sendo que, curiosamente, não são donas de um único carro. O que todo esses tipos de plataformas têm em comum? Os dados são utilizados como uma matéria-prima essencial para suas operações.

Corrêa (1992) destaca que as corporações — plataformas digitais — utilizam de práticas espaciais de atuação, que corrobora com ideia de que as plataformas digitais escolhem seus locais de operações. Para tanto, salienta que as corporações podem atuar de cinco formas, mas, até o momento, identificamos a seletividade espacial e a antecipação espacial. Sposito; Sposito (2017) asseveram que as corporações atuam a partir de lógicas — racionalidade do processo de atuação — e estratégias — coordenação dessas atividades no território.

Pessanha (2020), traz uma perspectiva interessante sobre a inter-relação entre financeirização e plataformização no mundo contemporâneo. Na sua visão, o capitalismo, através das inovações tecnológicas, tem corroborado para o nascimento e desenvolvimento das plataformas digitais, enquanto intermediárias, possibilitando a intercambialidade entre os três níveis da pirâmide de movimento do capitalismo contemporâneo, sendo respectivamente: Altas finanças, Trocas e Circulação e produção material, que é onde se dá a chamada “vampirização”

da renda por parte das plataformas digitais. Os grandes capitais, grandes corporações e fundos de investimentos são essenciais para o êxito desse processo, pois é através deles que o capital amplia sua mobilidade pelas plataformas digitais, podendo extrair capital de modo austero, multiescalar e multiterritorial.

Dessa forma, os referidos autores são indispensáveis na compreensão do fenômeno de plataformização em uma ótica mais crítica, permitindo compreendê-las (as plataformas) como resultados de um processo de desenvolvimento econômico, político e tecnológico. Além disso, devem ser interpretadas de acordo com suas particularidades e inseridas em uma classificação própria. Ademais, os grandes capitais e fundos de investimentos visualizam na plataformização uma forma de obtenção de capital, devido ao fato das mesmas serem digitais, implicando em uma redução de custos e uma maior lucratividade. Logo, não devem ser unicamente entendidas como meros aplicativos, mas sim como corporações que atuam seletivamente no espaço.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente, as plataformas digitais se caracterizam por serem uma nova tendência empresarial, tendo em vista que seu *modus operandi* funciona de modo austero, possibilitando uma expansão multiescalar e multiterritorial ao redor do globo.

Assim como em todas as atividades econômicas, ser competitivo é essencial para o sucesso das corporações. Para tanto, as plataformas digitais visualizam no “território usado” uma fonte de recursos, como destaca Santos et al. (2000):

Para os atores hegemônicos o ‘território usado’ é um recurso, garantia de realização de seus interesses particulares. Desse modo, o rebatimento de suas ações conduz a uma constante adaptação do seu uso, com adição de uma materialidade funcional ao exercício das atividades exógenas ao lugar, aprofundando a divisão social territorial do trabalho, mediante a seletividade dos investimentos econômicos que gera um uso corporativo do território (SANTOS et al., 2000, p. 12).

Nesse aspecto, é necessário refletir sobre como as plataformas digitais — Uber e 99 (Didi) — estão situadas em escala global. Para tanto, ao longo da pesquisa, fez-se necessário entender quais lógicas espaciais — racionalidade do processo de atuação das plataformas digitais — como também suas estratégias — coordenação dessas atividades no território ditam o ritmo dessas duas empresas. Nesse sentido, a (figura 1) e a (figura 2) trazem um panorama de quais mercados (países) atuam:

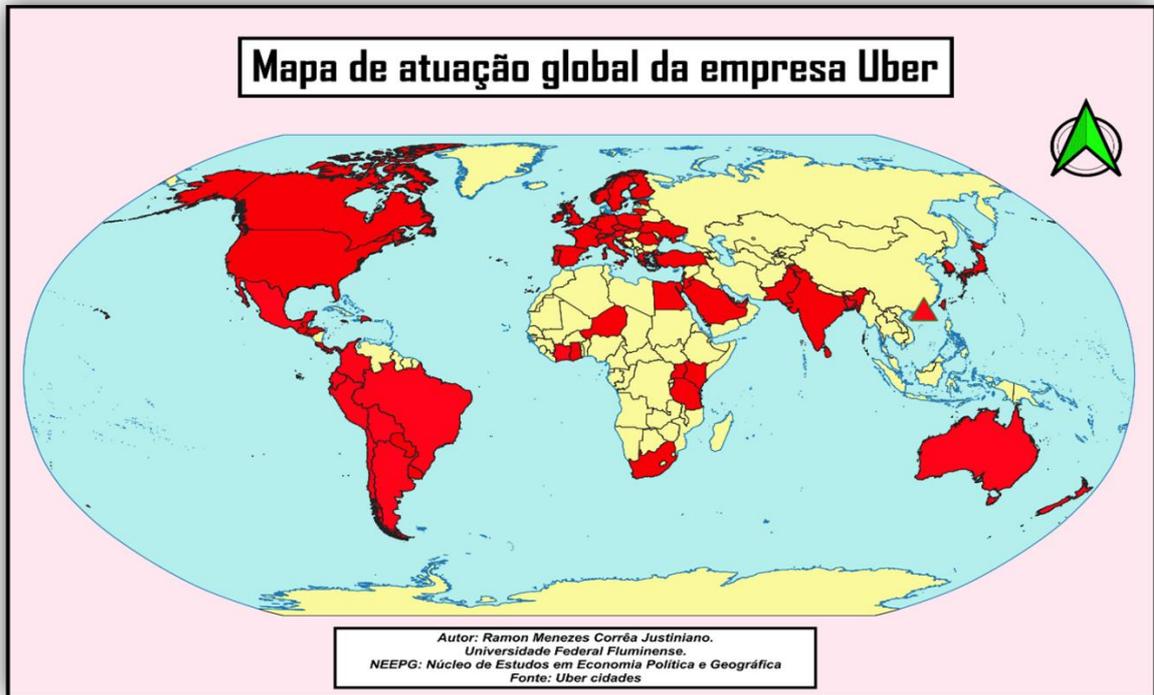


Figura 1. Mapa de atuação global da empresa Uber. Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do Portal Uber.

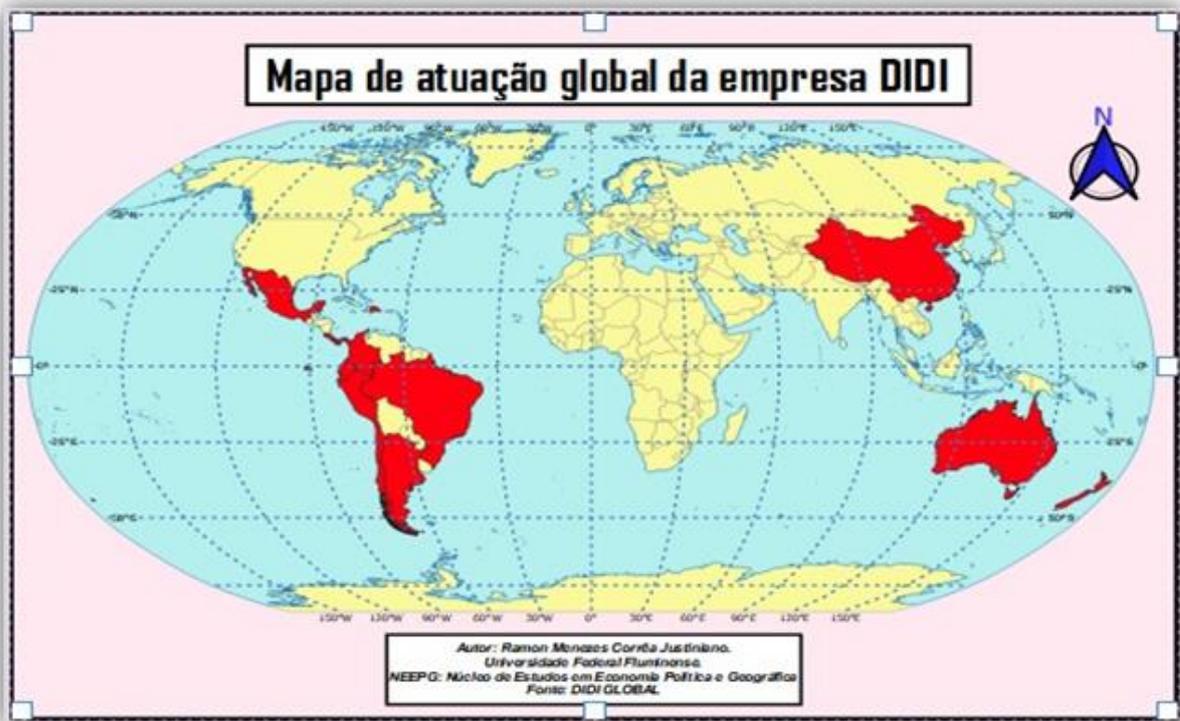


Figura 2. Mapa de atuação global da empresa DIDI. Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do Portal DIDI.



As representações foram colocadas de modo sequencial, justamente para que se possa fazer uma comparação entre ambas as empresas. Dessa maneira, a (Figura 1) destaca que a empresa Uber é mais central em países mais desenvolvidos — pelo menos até o momento — como na América do Norte, Europa Ocidental, alguns países da África e Ásia. Por outro lado, (Figura 2) evidencia-se que a lógica de atuação da Didi (99) se mostra um pouco menos dispersa que sua contraparte, estando mais presente em países periféricos. Entretanto, ainda se faz necessário entender não somente como atuam no plano mais geral, como também analisar como se comportam em escala nacional, ou seja, no Brasil. A (Figura 3) e a (Figura 4) destacam como Uber e 99 estão distribuídas no território brasileiro:



Figura 3. Mapa de atuação da empresa Uber nos municípios do Brasil. Fonte: JUSTINIANO, 2023.



**Figura 4.** Mapa de atuação da empresa 99 nas cidades do Brasil. Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da 99.

Percebe-se que existe um mesmo padrão: estão maiormente concentradas nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul, preferem cidades médias, capitais e metrópoles que detenham IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) de médio para alto, receita individual e municipal elevada, assim como uma infraestrutura de serviços suficientemente desenvolvida e abrangente. No entanto, existem algumas diferenças que devem ser citadas, que é o fato da Uber

(Figura 3) estar pontualmente situada nesses grandes centros, enquanto a 99 (Figura 4) também, além dos grandes centros, busca as cidades circunjacentes.

Tal cenário enfatiza que a Uber está mais dilatada territorialmente que a Didi? A resposta é não. Por mais que exista uma nítida diferença, não é necessariamente o caso. Uma das principais hipóteses do presente trabalho é que a Uber e a Didi utilizam da seletividade espacial, em que a corporação “no processo de organização de seu espaço de atuação, que envolve várias localizações, a corporação age seletivamente. Decide sobre um determinado lugar segundo este apresenta atributos julgados de interesse por ela” (CORRÊA, 1992, p. 37).

Não obstante, a Uber ter maior trajetória de atuação nesse mercado, utiliza-se também da antecipação espacial que se caracteriza por ser “a antecipação espacial constitui-se em uma prática que pode ser definida como a localização de uma unidade funcional em um dado lugar antes que condições favoráveis de localização tenham sido satisfeitas (CORRÊA, 1992, p. 38).

Com isso, a lógica de atuação das plataformas está inteiramente relacionada com a localização, em que a:

A “globalização”, tal como se desenvolve sob a lógica do capital planetário, é perversa, pois tende a acentuar as desigualdades sociais inter e intrapaíses. Cria um mundo social constituído por perdedores e ganhadores. Os cidadãos (ou países e regiões) com capacidades para tirar vantagens dela — da “globalização” — tornam-se os ganhadores e aqueles sem tais capacidades tornam-se os perdedores ou marginalizados (ALVES, 1997, p. 171).

Ao longo da leitura do presente trabalho, questiona-se: os resultados estão unicamente ancorados na localização da Uber e 99? Não. A pesquisa tem também o intuito de trazer contribuições sobre quais tipos de materialidades estão por trás das plataformas digitais. Nesse sentido, cabe ressaltar que a atuação das empresas de forma multiescalar e multiterritorial somente é possível graças aos subsídios proporcionados pela rede, que é “toda infraestrutura que permite o transporte de matéria, de energia ou de informação (...) caracterizada pela topologia seus nós de bifurcação ou de comunicação” (CURIEN; GENSOLLEN, 1985, p. 50–51).

À vista disso, a (Figura 5) demonstra como estão situados os cabos de fibra óptica submarinos em escala global:

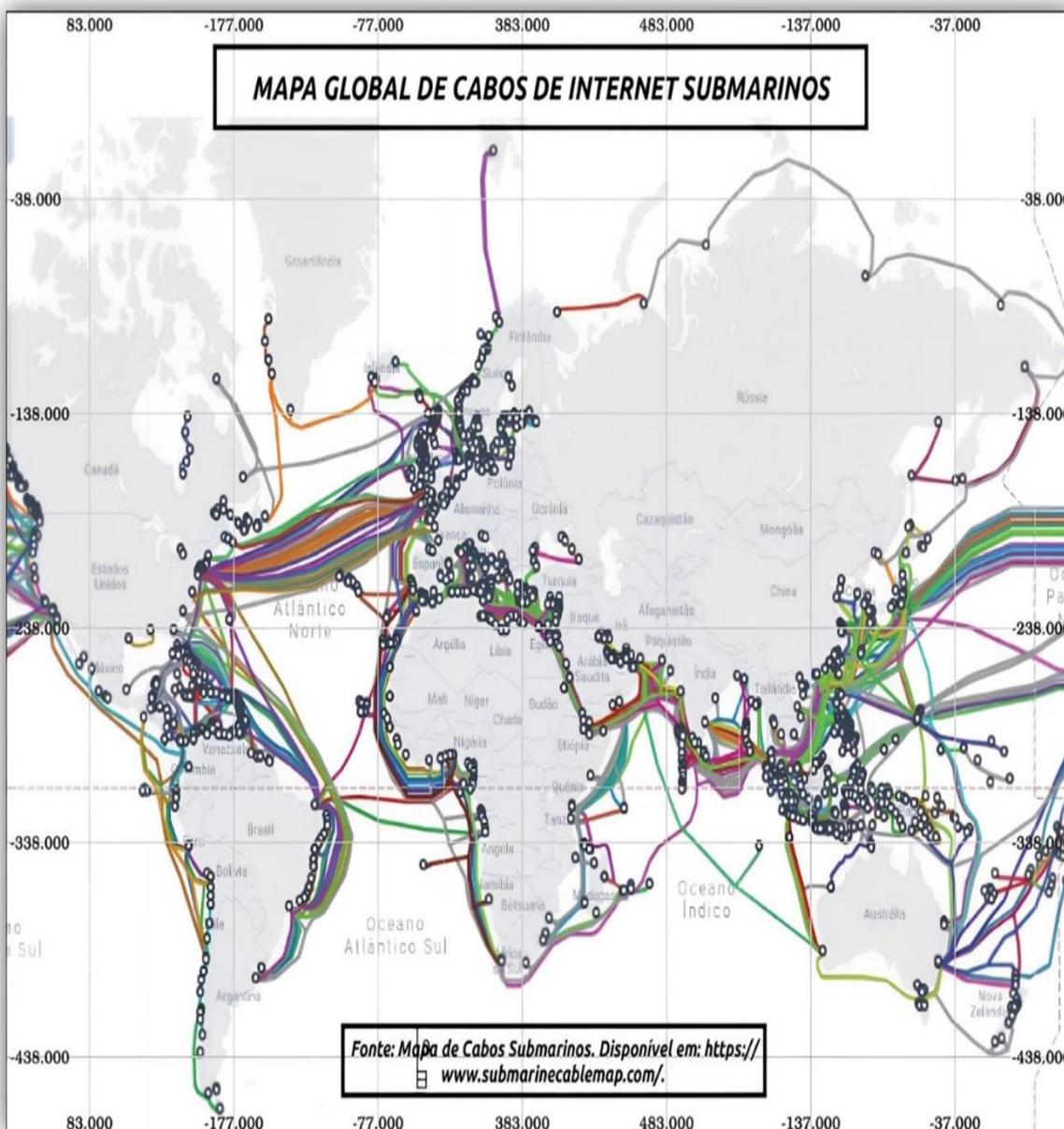


Figura 5. Mapa global de cabos de internet submarinos. Fonte: [Mapa do Cabo Submarino \(submarinecablemap.com\)](https://www.submarinecablemap.com/).

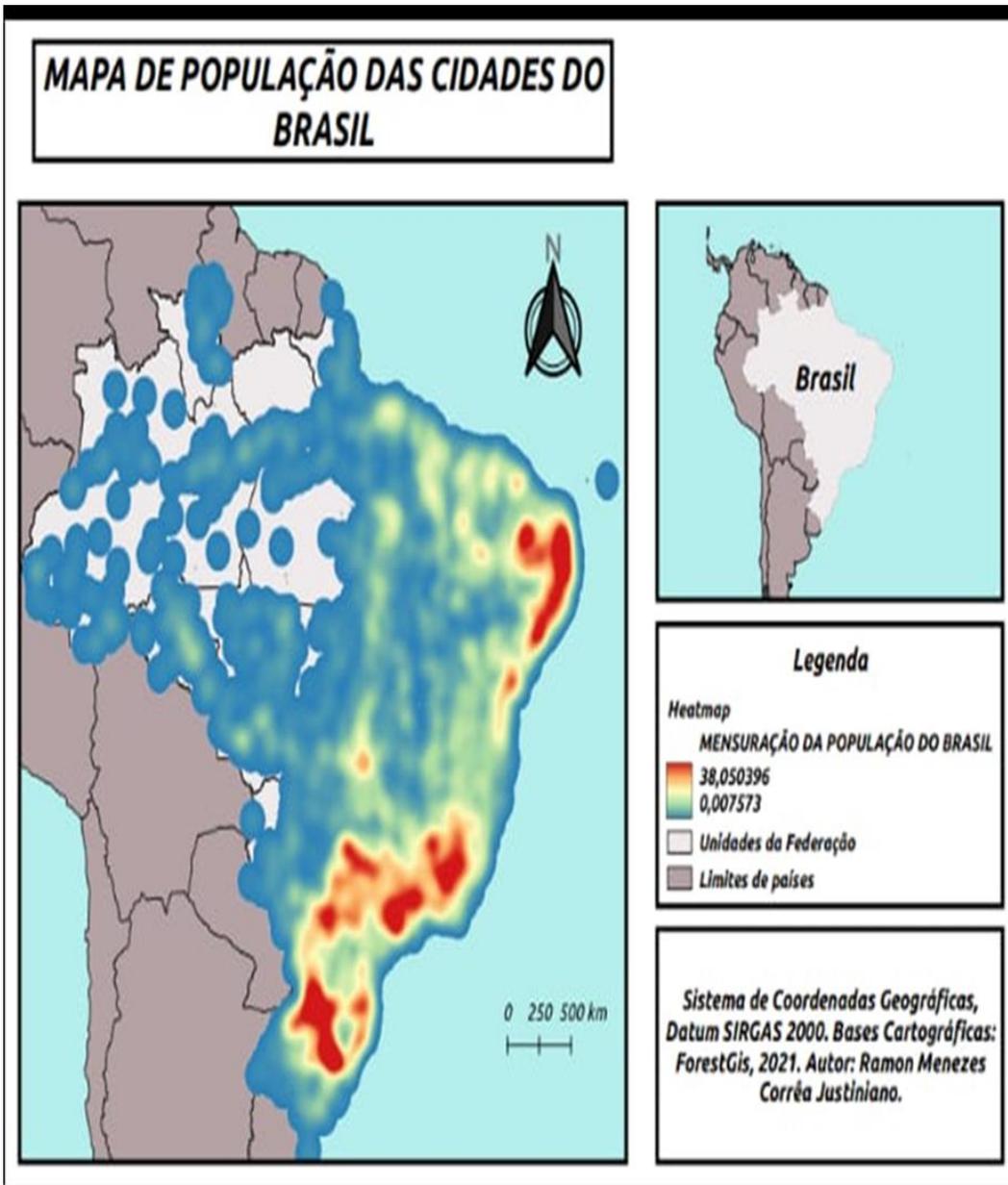
Com a intenção de compreender como estão concentradas tais materialidades em território brasileiro, foi produzido a Figura 6 e o Gráfico 1, que demonstram, respectivamente, como estão distribuídas as antenas de comunicação no país e a população das cidades no Brasil (Figura 7) como intuito de estabelecer uma co-relação entre ambos indicadores:



Figura 6. Mapa de estações de comunicação no Brasil. Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Teleco.

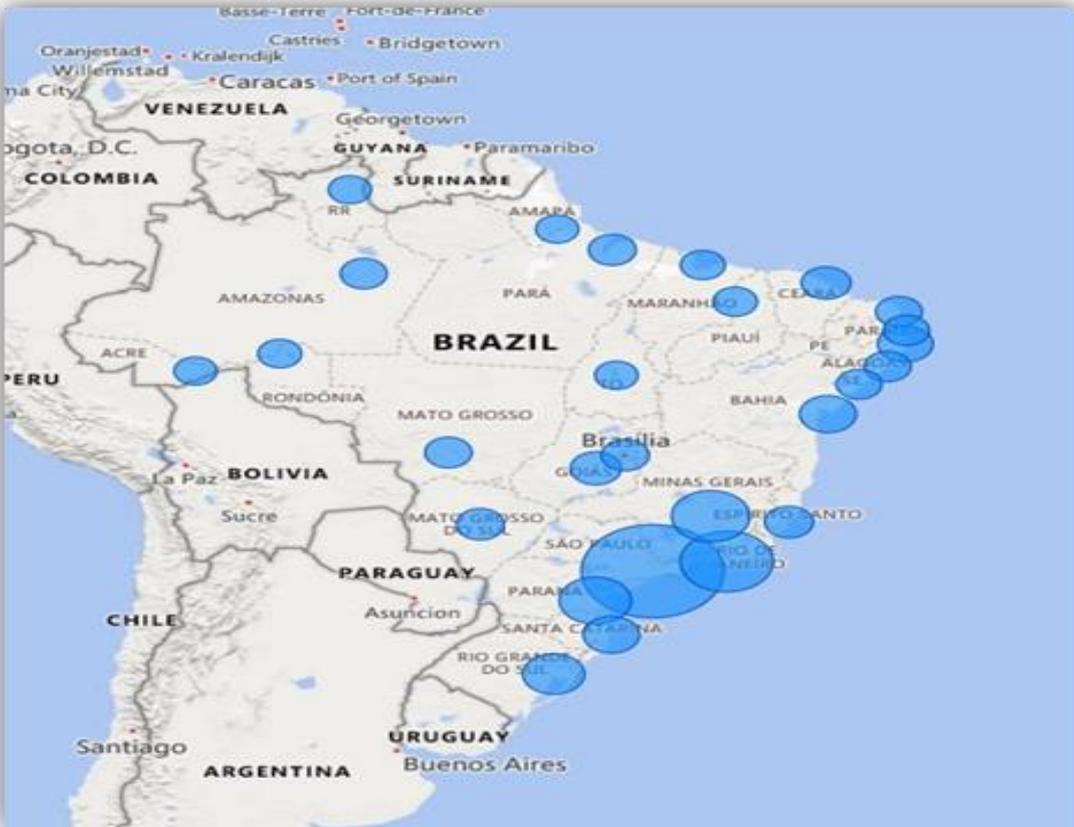


Gráfico 1. Estações por Estado. Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Teleco.

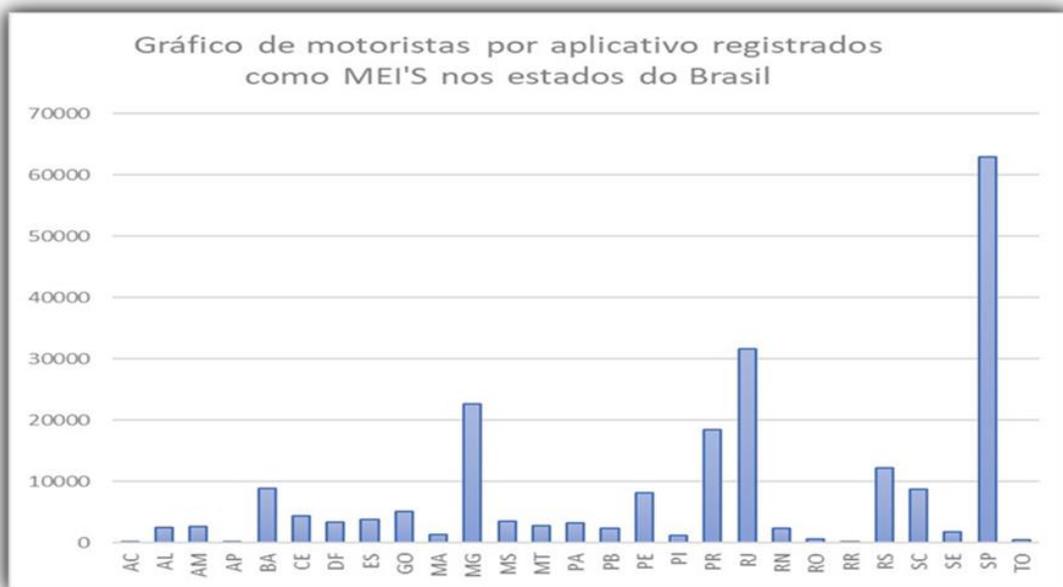


**Figura 7. Mapa de população das cidades do Brasil.** Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do IBGE.

Tanto a representação das antenas de comunicação quanto o mapa de população nas cidades no Brasil de maneira comparada ressaltam que o maior nível de densidade das antenas de comunicação é justamente onde se concentram os maiores patamares populacionais. Com o propósito de enriquecer ainda mais tal afirmação, acrescenta-se a Figura 8 e o Gráfico 2.



**Figura 8. Mapa de distribuição de motoristas por aplicativo registrados como MEIs.** Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Receita Federal.



**Gráfico 2. Motoristas por aplicativo registrados como MEIs nos estados do Brasil.** Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Receita Federal.

Os respectivos dados enfatizam o número de motoristas por aplicativo registrados como MEIs (Microempreendedores Individuais), no site da Receita Federal, por meio de uma CNAE (Classificação Nacional de Atividade Econômica). A partir disso, os resultados destacam que existe uma concentração de motoristas por aplicativo concentrados principalmente na região Sudeste. Mas é somente no Gráfico 2 que fica explícito em quais estados esses números mais se destacam: São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, respectivamente.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A novidade que a pesquisa traz, com seus resultados parciais, é que as plataformas digitais devem ser entendidas como corporações, que por mais que sejam digitais, são condicionadas pelo espaço e pela financeirização. As formas de organização espacial, são, na verdade, distintas dos padrões anteriores, onde se tinha que ter uma circulação e base produtiva atreladas para a consolidação de suas operações. No século XXI, as novas corporações prescindem da informação, onde os dados são gerados, filtrados e extraídos dos usuários por meio das materialidades propiciadas pela globalização. Essas corporações não investem em materialidades, aproveitando-se das que já estão dispostas. Isso se caracteriza como um novo modo de operar das corporações do século XXI, onde são condicionadas e condicionam pela rede, sendo essencial para o controle do algoritmo e como ele processa os dados.

Contudo, tal conjuntura é derivada da inter-relação entre financeirização e plataformização, que pode ser entendida como um processo perverso, justamente por potencializar as desigualdades. A dita explosão das plataformas digitais pode ser entendida como um novo movimento dos fundos de investimentos e das grandes empresas na busca de maiores lucros.

Desse modo, a pesquisa destaca que as lógicas de atuação da Uber e 99 estão baseadas na: expansão orgânica ou por aquisição; estreitamento com a financeirização, dada a presença de fundos na composição acionária e uma expansão multiescalar e multiterritorial. Já as estratégias espaciais estão ancoradas na busca por centros metropolitanos e capitais; expansão pelos principais centros da rede urbana, como cidades médias e de porte médio; por fim, existe uma inserção territorial seletiva, segundo determinadas materialidades (internet, mão de obra, população etc).



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Giovanni. **Dimensões da Reestruturação Produtiva: ensaios de sociologia do trabalho**. 2ª edição - Londrina: Praxis; Bauru: Canal 6, 2007. P. 171.

BARROS, A. J. da S., LEHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de Metodologia Científica - 2ª. ed. ampliada**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000. P. 3.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Corporação, Práticas Espaciais E Gestão Do Território**. Revista Brasileira de Geografia, Rio de Janeiro, v. 54, n. 3, P. 37–38, 1992.

CURRIEN, N.; GENSOLLEN, M. **Réseaux de télécommunications et aménagement de l'espace**. Revue Géographique de L'est, 1985. n° 1, P. 50–51.

JUSTINIANO, Ramon Menezes Corrêa.; LIMA, Maria do Socorro Bezerra. **As plataformas digitais e as novas relações de trabalho e suas dinâmicas sobre o espaço urbano**. Revista Espaço e Economia. 2023. P. 8. Disponível em: [As plataformas digitais e as novas relações de trabalho e suas dinâmicas sobre o espaço urbano \(openedition.org\)](https://www.openedition.org/). Acesso em 25 de novembro de 2023.

LIMONAD, Ester. **Estado, Espaço E Escala No Brasil, Subsídios Para A Reflexão**. XIII Coloquio Internacional de Geocrítica, 2014. P. 1-16.

PESSANHA, Roberto Moraes. **Inovação, financeirização e startups como instrumentos e etapas do capitalismo e plataformas**. Rio de Janeiro. Consequência Editora, 2020.

PIRES, M. F. C. **Education and the historical and dialectical materialism**. Interface — Comunicação, Saúde, Educação, v.1, n.1, 1997. P. 87.

ROTHER, EDNA Terezinha. **Revisão sistemática X Revisão Narrativa**. Editora Acta paul Enferm. 2007. vol. 20, n. 2, P. 2. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ape/a/z7zZ4Z4GwYV6FR7S9FHTByr/>.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: HUCITEC. 1996.

SANTOS, Milton (et al.). **O papel ativo da geografia. Um manifesto**. Publicação por ocasião do Encontro Nacional de Geógrafos, Florianópolis, 2000. P. 12.

XV  
ENAN  
PEGE

ENCONTRO NACIONAL DE  
PÓS-GRADUAÇÃO E  
PESQUISA EM GEOGRAFIA



SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão.; SPOSITO, Eliseu Savério. **Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas.** Geosp, Espaço e Tempo. 2017. P. 462–479.

SRNICEK, Nick. **Capitalismo e Plataformas.** Buenos Aries, Caja Negra Editora, 2018.