



GT – 22: Urbanização e cidades na era digital: desigualdades e resistências

A REGIONALIZAÇÃO COMO FERRAMENTA CORPORATIVA DA UBER E SUAS CORRELAÇÕES COM A HIERARQUIA URBANA (2014-2024)¹

Bárbara Ramos Azalim
Licenciada em Geografia pela UFMG
bramosazalim@gmail.com

Fábio Tozi
Professor do Departamento de Geografia, UFMG
fabio.tozi@gmail.com

RESUMO:

O texto analisa a expansão da plataforma digital Uber no território brasileiro, partindo do pressuposto de que esse fato não alterou apenas o movimento de pessoas e mercadorias, mas também introduziu novos padrões de circulação, ao mesmo tempo em que conservou formas precárias de emprego e a disparidade socioespacial. Do ponto de vista conceitual, as plataformas digitais são aqui compreendidas como plataformas territoriais, uma vez que essas empresas estão intrinsecamente ligadas à materialidade historicamente estabelecidas, adentrando seletivamente as frações do território contidas no meio técnico-científico-informacional. Para entender o uso corporativo do território, analisou-se as estratégias espaciais da empresa nas escalas nacional e regional, tendo a proposta de regionalização “Os Quatro Brasis”, de Santos e Silveira (2001) e Santos e Ribeiro (ano) e conforme a REGIC – 2018.

Palavras-chave: Plataformas Digitais de transporte; Regionalização; Hierarquia Urbana

¹ Agradecemos aos financiamentos recebidos: do Ministério Público do Trabalho - 3ª Região (Convênio UFMG-MPT-PRT 3, ref. UFMG 078/19-00), do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (ref. proc. 422121/2021-5) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) (ref. proc. APQ-00992-21). Artigo fruto do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), sob orientação do Prof. Dr. Fábio Tozi.

1. INTRODUÇÃO

As estratégias e vantagens locacionais na oferta e prestação de serviços é um tema tradicional à geografia econômica, uma vez que as empresas, de variados tamanhos e alcances territoriais, selecionam e estabelecem em locais específicos moldando mercados e definindo áreas de operação (Sposito; Sposito, 2017). O sentido das escolhas perpassa à lógica econômica, visando ao crescimento do mercado, entretanto, quando essa lógica é associada ao adjetivo espacial ganha estatuto científico, visto que a ação econômica viabiliza ações espaciais e políticas (Sposito; Sposito, 2017, p. 467).

Com o período da globalização e a emergência mais recente das plataformas digitais, como a estadunidense Uber, implementam-se estratégias espaciais que articulam múltiplas escalas geográficas com base na simultaneidade e instantaneidade da ação e na unicidade técnica e do tempo, como já destacava Santos (2000). Esse processo é impulsionado por tecnologias de informação e comunicação que aceleram as oportunidades de reprodução do capital, transferência de riqueza entre as formações socioespaciais e a extração de mais-valia em escala global e com velocidade sem precedentes.

Tozi (2018), propôs a hipótese de que as plataformas de transporte selecionam suas áreas de atuação no Brasil com base na sua histórica formação socioespacial. Isso refere-se à uma estratégia locacional nos lugares que abrigam o meio geográfico modernizado, ou seja, aqueles onde o meio técnico-científico-informacional se faz mais presente.

Assim, o objetivo deste artigo é investigar tal hipótese, examinando o uso corporativo do território pela Uber, a partir das escalas nacional e regional, analisando os elementos geográficos de sua instalação em determinadas cidades.

Ao mesmo tempo, observa-se a não coincidência entre as áreas de operação da empresa com os limites político-administrativos dos municípios, revelando uma economia política do território particular. Inspirando-se nas indagações de Venceslau (2023, p. 27) acerca do comércio eletrônico brasileiro (*e-commerce*), busca-se responder às questões: Qual é a importância dos locais e das regiões para as operações da Uber? Qual é o papel das infraestruturas territoriais no funcionamento de atividades que se apresentam como aparentemente virtuais?

Metodologicamente, este trabalho está apoiado em uma revisão e consulta bibliográfica de artigos e categorias relevantes ao recorte proposto como, por exemplo, uso do

território, plataformização e estratégia espacial. Em seguida, procedeu-se à coleta de dados no site da Uber referentes às cidades onde opera, considerando que são locais de referência da sua atuação regional, pois um único município engloba localidades do seu entorno.

A partir desses dados foi mapeado segundo a regionalização dos "Quatro Brasis", conforme proposto por Santos e Silveira (2001). Tal mapeamento permitiu identificar a concentração da presença da empresa em diferentes regiões: Região Concentrada, Nordeste, Centro-Oeste e Amazônica.

Posteriormente, utilizando esse mapa como base, realizou-se uma análise dos locais de referência segundo as categorias estabelecidas pela REGIC 2018, que inclui: Grande MetrÓpole Nacional, MetrÓpole Nacional, MetrÓpole, Capital Regional A, Capital Regional B, Capital Regional C, Centros Sub-Regional A, Centros Sub-Regional B e Centros de Zona.

2. A EXPANSÃO DA UBER *PARI PASSU* À REDE URBANA BRASILEIRA

Conforme Rosenblat (2018) observa, a maneira na qual a Uber adentrou as cidades estadunidenses revela um padrão da sua chegada nos lugares. Inicialmente, a empresa opera de maneira não autorizada, procurando persuadir as autoridades governamentais a apoiar a plataforma de modo legal. Em seguida, destaca os benefícios sociais e inovadores proporcionados pela tecnologia, como a criação de empregos e a oferta de uma alternativa de mobilidade em áreas onde o transporte público é deficitário.

Apresentando-se como uma empresa de tecnologia, a Uber evita regulamentações locais, argumentando que as autoridades municipais devem reajustar suas normas para atender as demandas. Por fim, concentra-se em recrutar motoristas, oferecendo-lhes porcentagens mais altas de corridas e valores mais acessíveis aos consumidores. Segundo Slee (2017), ao oferecer serviços com estes preços e de fácil acesso aos passageiros², a plataforma ingressa rapidamente nas cidades.

A narrativa delineada pela autora em relação às cidades estadunidenses não difere da maneira agressiva pela qual a empresa iniciou no Brasil. No entanto, é importante destacar que esses processos ocorrem em contextos socioespaciais distintos. O território revela

² O usuário instala um aplicativo em seu *smartphone*, na qual funciona em diversos sistemas operacionais e modelos de celulares e possui a versão lite para aqueles que possuem memória limitada em seus dispositivos (Slee, 2017).

sobreposições de densidades em termos de objetos, agentes, circulação, dinheiro e ações, conforme proposto por Santos e Silveira (2001, p. 261). A densidade, nesse contexto, refere-se às concentrações de variáveis-chaves do período, representando uma maior espessura de conhecimento científico, técnico e informacional em determinadas cidades e regiões (Silveira, 2017, p. 418).

Como observado por Tozi (2017; 2018, p. 3), contrariando as expectativas para as cidades brasileiras, a expansão geográfica da Uber e de plataformas semelhantes foi rápida e bem-sucedida (ver Tabela 1) e as resistências normativas locais foram rapidamente revertidas por liminares judiciais, como ocorreu, a título de exemplo, em São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Rapidamente, o Brasil é o segundo país mais lucrativo para a Uber, atrás dos Estados Unidos (EUA) (Uber, 2020). A velocidade deste processo na formação socioespacial brasileira criou um novo patamar de precarização do trabalho, denominada "uberização" (Antunes, 2018; Abílio, 2020), revelando as sincronias entre a divisão social e territorial do trabalho.

Tabela 1: Início da Operação da Uber no Brasil, em ordem cronológica, por cidade (2014 – 2016)

Cidades	UF	Classificação REGIC - 2018	Data de chegada
Rio de Janeiro	RJ	Metrópole Nacional	05/2014
São Paulo	SP	Grande Metrópole Nacional	06/2014
Belo Horizonte	MG	Metrópole	09/2014
Brasília	DF	Metrópole Nacional	11/2014
Porto Alegre	RS	Metrópole	11/2015
Campinas	SP	Metrópole	01/2016
Goiânia	GO	Metrópole	01/2016
Recife	PE	Metrópole	03/2016
Curitiba	PR	Metrópole	03/2016
Salvador	BA	Metrópole	04/2016
Fortaleza	CE	Metrópole	04/2016
Natal	RN	Capital Regional A	08/2016
Vitória	ES	Metrópole	08/2016
Uberlândia	MG	Capital Regional B	09/2016
João Pessoa	PB	Capital Regional B	09/2016
Campo Grande	MS	Capital Regional A	09/2016
Florianópolis	SC	Metrópole	09/2016
Juiz de Fora	MG	Capital Regional B	11/2016

Elaboração Bárbara Ramos Azalim, 2024. Concepção: Isabella Couto (2020).

A Tabela 1 demonstra que ao longo de dois anos, a Uber expandiu sistematicamente suas operações para diversos municípios, concentrando-se nas metrópoles brasileiras e nas capitais regionais do país, segundo a classificação do IBGE (2020). Logo, essa expansão ocorreu prioritariamente em áreas que oferecem condições favoráveis para o aumento da fluidez potencial dos espaços, permitindo assim uma *mobilidade espacial* da empresa, segundo a definição proposta por Castillo (2017).

Observa-se a expansão da Uber em três etapas, segundo Tozi, Gianasi e Duarte (2022). A primeira, no período de 2014 e 2015 é marcada pela análise das condições essenciais para a atuação da empresa e o recrutamento da força de trabalho. A corporação seleciona áreas já

equipadas e os espaços da globalização, aproveitando-se do meio geográfico mais modernizado das regiões Sudeste e Sul (Tozi, 2018, p. 5).

A segunda etapa, que ocorreu entre 2016 e 2019 é caracterizada pela interiorização da empresa, mas ainda com foco nos espaços luminosos. Nesse momento, a Uber opera em todas as regiões brasileiras, tornando o país um mercado rentável para as plataformas de transporte por aplicativo, com o surgimento de concorrentes como Cabify (2016), DiDi Chuxing/99 (2017) e InDrive (2018) (Duarte, 2019, p. 45).

Na fase atual, a empresa consolida sua presença em 132 localidades, com o objetivo de estabelecer uma posição hegemônica e operar como um monopólio ou duopólio, considerando a relevância da sino-brasileira DiDi Chuxing/99. Neste estágio, observa-se uma estabilidade da presença da corporação, no nível nacional e exclusões pontuais, na escala local, possíveis graças à performance do meio de produção digital da empresa: aprimoramento da plataforma e dos algoritmos, a partir do monitoramento do território e novas patentes, como analisado por Xavier e Azalim, 2023.

A Figura 1 representa empresas áreas de operação da empresa, evidenciando a estratégia de ocupação do meio geográfico mais desenvolvido, seguido pela interiorização nas Regiões Centro-Oeste e Norte.

Figura 1: Locais de referência da ação regional da Uber³ (2023)

³ Levantamento realizado na página da empresa: <https://www.uber.com/global/pt-br/cities/>. Acesso: 12/07/2024.



Cada ponto marcado nesta figura representa um local da ação regional da plataforma, com base em um município de referência. Em outras palavras, a localização é focada em estabelecer presença nos principais municípios de cada Região, que correspondem às metrópoles e as capitais regionais do país.

Em primeiro lugar, nota-se que na lógica espacial da empresa, os termos município e cidade são sinônimos. Entretanto, há uma clara distinção conceitual entre ambos no Brasil, uma vez que os municípios são recortes político-administrativos por competência (Tozi; Duarte; Castanheira, 2018, p. 1073).

Por sua vez, a cidade é definida como a sede municipal, sendo parte integrante do todo que é o município. Como categoria geográfica, a cidade é o espaço do acontecer solidário que admite a sobreposição de divisões sociais e territoriais do trabalho para o seu devido funcionamento. De acordo com Santos (2012 [1994], p. 114), "[...] a cidade é um grande meio de produção material e imaterial, lugar de consumo, nó de comunicação".

Em segundo lugar, para organizar sua operação nesses locais de referência, a Uber estabelece a sua própria regionalização. Esse conceito diz sobre

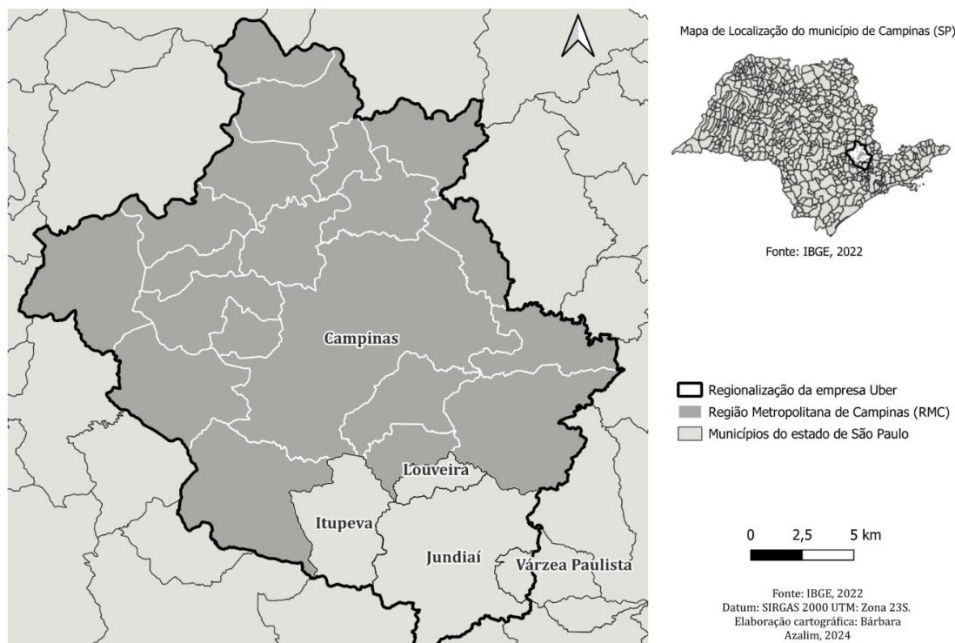
a divisão do espaço em compartimentos que possuem nexos, podendo ser um processo planejado ou espontâneo (Ribeiro, 2004). Para as empresas, a regionalização é um instrumento com o propósito de representar as estratégias econômicas e políticas da empresa, estabelecendo

limites que, não necessariamente, seguem as divisões político-administrativas convencionais. Esse fato impõe desafios à regulação e ao planejamento do território, cuja base normativa ainda se baseia nos princípios normativos advindos da modernidade.

Campinas (SP), uma Metrópole, de acordo com a REGIC - 2018, integra a Região Metropolitana de Campinas (RMC), composta por 20 municípios segundo dados do IBGE⁴. Esses municípios incluem Americana, Artur Nogueira, Campinas, Cosmópolis, Engenheiro Coelho, Holambra, Hortolândia, Indaiatuba, Itatiba, Jaguariúna, Monte Mor, Morungaba, Nova Odessa, Paulínia, Pedreira, Santa Bárbara d'Oeste, Santo Antônio de Posse, Sumaré, Valinhos e Vinhedo.

Pela proposta de regionalização da plataforma, Campinas (SP) é uma cidade cuja influência se estende para além dos limites dos municípios que compõem a RMC. A empresa inclui também os municípios de Itupeva, Louveira, Jundiaí e Várzea Paulista. Esse conjunto, somados a Campo Limpo Paulista, Cabreúva e Jarinu, constitui, por sua vez, a Região Metropolitana de Jundiaí, isto é, outro recorte administrativo

Figura 2: Comparação entre a Região Metropolitana de Campinas (SP) e regionalização da Uber da (2024)



⁴ <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/campinas.html>. Acesso em: 23 de julho de 2024.

Com base na conceituação de Ribeiro (2004), a plataforma emprega a *regionalização como ferramenta*. A análise da autora reconhece que a regionalização pode ser uma construção que possui uma intencionalidade e uma estratégia visando alcançar vantagens políticas, econômicas ou sociais. Esse processo conforma novos recortes regionais, podendo se apropriar de recortes já estabelecidos, para garantir a viabilidade de suas ações. Observa-se que a Uber se apoia em uma compreensão precisa do fato urbano ao se estabelecer inicialmente nas metrópoles e capitais regionais para, em seguida, expandir-se para as cidades sob suas zonas de influência, priorizando o nexo econômico para a criação de formas regionais.

3. OS "QUATRO BRASIS" E A UBER: A REGIONALIZAÇÃO A PARTIR DO MEIO TÉCNICO-CIENTÍFICO-INFORMACIONAL

Com o objetivo de expandir o debate sobre a regionalização como ferramenta corporativa no Brasil contemporâneo, propõe-se uma análise considerando o número de locais de referência atendidas pela Uber a partir da regionalização do Brasil proposto por Santos e Silveira (2001): "*Os Quatro Brasis*" (Figura 3). O critério de regionalização dos autores foi elaborado a partir da difusão do meio técnico-científico-informacional, resultado da integração da técnica, ciência e informação. Portanto, trata-se de tema correlato às demandas da corporação para sua operação.

Para Santos e Silveira (2001, p. 140), o processo de modernização brasileiro não foi banalizado, ou seja, as inovações não foram completamente disseminadas em toda a extensão territorial. Apesar dos objetos técnicos-informacionais se propagarem rapidamente, eles estão concentrados em determinadas regiões. Soma-se a isso, as disparidades históricas regionais que contribuíram para a formação de uma Região Concentrada, enquanto outras áreas apresentam apenas manchas e pontos desse meio geográfico contemporâneo. Os autores sugerem regionalizar o território em quatro Grandes Regiões: Região Concentrada, Região Nordeste, Região Amazônica e Região Centro-Oeste.

Figura 3: Cidades de atuação da Uber segundo a regionalização dos "Quatro Brasis"



Ao plotar os locais de referência da ação regional da Uber sob a regionalização dos "Quatros Brasis", observa-se a presença da empresa nos municípios da Região Concentrada. A Tabela 2 ilustra a porcentagem do número de locais de referência atendidas pela Uber por Região:

Tabela 2: Número de locais de referência atendidas pela Uber a partir da regionalização dos "Quatros Brasis"

4 BRASIS	Nº de locais de referência atendidas pela Uber	% em relação ao total
Região Concentrada	81	61,36%
Região Nordeste	31	23,48%
Região Amazônica	11	8,33%
Região Centro-Oeste	9	6,82%
TOTAL	132	100,0%

Elaboração Bárbara Azalim, a partir dos dados da Uber, 2023 e IBGE, 2020.

Analisando este conjunto de dados (Tabela 1, Tabela 2 e Figura 3), destaca-se que os anos iniciais de suas operações se concentram em oito Metrôpoles e duas Capitais Regionais na Região Concentrada; em quatro Metrôpoles e uma Capital Regional no Nordeste; e em duas

Metrópoles e uma Capital na Regional no Centro-Oeste. Essa distribuição se repete na terceira fase, porém inclui as cidades da Região Amazônica, sendo Belém (PA)⁵ a primeira Metrópole desta região a receber a Uber, em 2017.

O estudo das regiões para identificar pontos estratégicos, para a operação de empresas como a Uber, está alinhada à diferenciação que Santos já expressava em 1979 [2018], principalmente a produção industrial:

Do ponto de vista das condições espaciais de realização das grandes firmas, pode-se falar, nos países desenvolvidos, de uma *especialização vertical* do território. A fricção do espaço é relativamente nula e sua fluidez assegura a complementaridade funcional entre pontos diferentes em que as produções complementares se realizam. Nos **países subdesenvolvidos, só se pode falar em especialização horizontal**, com uma **seletividade do espaço para os diferentes níveis de produção** [...] devido à **raridade dos pontos que dispõem de vantagens locais significativas**. Há uma **tendência para as concentrações com efeitos cumulativos** (Santos, 2018 [1979], p. 279 - grifos nossos).

Contudo, à medida que o capitalismo avança, ainda é possível debater sobre a seletividade do espaço, considerando a histórica formação socioespacial.

À vista disso, a dinâmica regional da Uber demonstra que, apesar de as plataformas digitais operarem globalmente, sua consolidação e expansão são impulsionadas pelos atributos oferecidos por cada Região, notadamente as que abrigam e irradiam o meio técnico-científico-informacional.

A espacialização da corporação possui diferentes níveis de cobertura, diminuindo gradualmente do "centro" para o "interior" do país? Alinhando-se com a tendência da economia digital no qual há "[...] maior concentração econômica e geográfica, centralização do capital e do comando remoto, ainda que desconcentrando algumas funções operacionais relativas à logística" (Venceslau, 2023, p. 142). Por consequência, contribui para a criação de novas densidades e escassezes, reforçando e ampliando as desigualdades socioespaciais (*ibid*).

4. A INÉRCIA DA HIERARQUIA URBANA EM FACE À APARENTE FLEXIBILIDADE DA UBER

Em razão da corporação operar, sobretudo nas Metrópoles e nas Capitais Regionais sugere que a lógica de localização obedece ao critério da hierarquia urbana. Desta forma,

⁵ <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2017/02/apos-polemica-uber-comeca-operar-em-belem-nesta-quinta-feira.html>. Acesso em: 21 de julho de 2024.

elaboramos um estudo desses locais de referência com base na classificação das Regiões de Influência das Cidades - REGIC (IBGE, 2020).

De acordo com o IBGE (2020, p. 11), a rede urbana brasileira é estruturada segundo a hierarquia dos centros urbanos e das regiões de influência, essas sendo identificadas pelas conexões das cidades de menor para as de maior hierarquia urbana. Para compreender a função de uma cidade, é feita uma análise da posição que esta ocupa na rede urbana, das suas funções econômicas, das interações estabelecidas e como influencia outras cidades. A REGIC - 2018 classifica as cidades em dois grupos: Arranjos Populacionais, formados por municípios integrados populacionalmente, devido a movimentos pendulares e conurbação, e Municípios Isolados, que não pertencem a nenhum Arranjo (*idem*).

Em 2024, a Uber opera nas Metrôpoles, nas Capitais Regionais, nas Capitais Sub-Regionais e em um único Centro de Zona, conforme definido pela REGIC - 2018 (IBGE, 2020, p. 11-12). O termo Metrôpole - que são as cidades que ocupam o mais alto nível na hierarquia territorial -, inclui a Grande Metrôpole Nacional, representada por São Paulo/SP e as Metrôpoles Nacionais, Brasília/DF e Rio de Janeiro/RJ. Em seguida, em uma posição hierárquica mais baixa, estão propriamente as Metrôpoles e as Capitais dos estados, sendo nove classificadas como nº 1 na centralidade de “gestão do território” e outras como Belém (PA), Campinas (SP) e Manaus (AM), classificadas como nº 2, devido ao seu contingente populacional superior a 2 milhões de habitantes.

Como havíamos observado na Tabela 1, a primeira etapa da empresa foi sua implantação em 13 das 15 Metrôpoles, pois essas possuem várias regiões de influência e ampla cobertura em todo o território nacional.

Segundo a REGIC - 2018 (IBGE, 2020, p. 11), no segundo nível estão as Capitais Regionais, com um total de 97 cidades em todo o país que também concentram atividades de gestão, embora tenham uma influência regional menor do que as Metrôpoles. O terceiro nível compreende os Centros Sub-Regionais, cidades com atividades de gestão de menor complexidade (classificadas como nível 3), e têm uma influência regional mais limitada comparada às Capitais Regionais (IBGE, 2020, p. 11).

Por fim, o quarto nível são os Centros de Zona. Essas cidades apresentam níveis reduzidos de atividades de gestão, atraindo um número menor de cidades vizinhas devido à sua influência direta na população em relação ao comércio e serviços locais.

A partir desses dados, elaborou-se a Tabela 3 que evidencia a presença da empresa em todas as metrópoles do Brasil (representando 12% em relação ao total), em 79 das 92 cidades classificadas como Capitais Regionais (60%), em 37 cidades denominadas como Capitais Sub-Regionais (28%) e em um Centro de Zona (0,8%).

Tabela 3: Locais de referência da ação regional da Uber a partir da REGIC – 2018

Hierarquia Urbana	Nº de municípios atendidos pela Uber	% em relação ao total
Metrópole	15	11,4%
Capitais Regionais	79	59,8%
Centros Sub-Regionais	37	28,0%
Centros de Zona	1	0,8%
TOTAL	132	100,0%

Elaboração Bárbara Azalim, a partir dos dados da Uber, 2023 e IBGE, 2020.

Observa-se, com base na Tabela 3 e nas fases de expansão da empresa (Tozi; Duarte; Gianasi, 2022), que, após estabelecer-se nas metrópoles, a Uber passa a se instalar nas cidades circunvizinhas, atuando na Região Metropolitana. Dessa forma, as cidades de médio porte tornam-se próximas a receberem o serviço, seguindo a hierarquia dos lugares (Duarte, 2018, p.73). Isso reflete o que Hägerstrand (2013 [1953]) denominou como efeito de vizinhança na difusão espacial da inovação, segundo a qual a adoção do serviço é mais intensa quanto mais próximo o local está do centro de origem, pois

A hierarquia urbana direciona o curso da difusão. Para além da influência de um centro sobre os municípios vizinhos, encontramos curtos-circuitos para os lugares mais importantes, mesmo que sejam mais distantes. Surgem os centros subordinados (Hägerstrand, 2013 [1953], p.353).

Destarte, como argumentado por Dória e Silva (2023), inicialmente, a Uber não se instalava em cidades com menos de 120 mil habitantes, concentrando-se nas metrópoles. Todavia, "o problema dos transportes urbanos vem se estendendo para as cidades não metropolitanas; dessa forma, empresas como a Uber se valem de uma carência de disponibilidade de transporte público coletivos públicos nas cidades brasileiras" (Dória; Silva, 2023, p. 264).

Levando em consideração a localização da plataforma por quantidade de população, conforme dados do Censo de 2022 (Tabela 4), a empresa se concentra em cidades que contém de 100 a 500 mil habitantes, a partir da classificação da REGIC - 2018, isso inclui principalmente as Capitais Regionais. As cidades com mais de 500 mil habitantes são as capitais dos estados e as Metrôpoles. Já as cidades com menos de 100 mil habitantes são classificadas como Centros Sub-Regionais, predominantemente nas regiões Sul e Sudeste.

Com base nos locais de atuação regional da Uber, a menor cidade atendida pela plataforma é Joaçaba, uma importante Capital Regional C em Santa Catarina, com 30.146 habitantes. Em seguida, tem-se Ivaiporã, classificada como Centro Sub-Regional B no Paraná, com 32.720 habitantes, e Cornélio Procópio, também um Centro Sub-Regional B no Paraná, com 45.206 habitantes.

Tabela 4: Presença da Uber por faixa de população e região (2024)

4 BRASIS	< 100 mil	100 - 500 mil	> 500 mil
Região Concentrada	9	58	14
Região Nordeste	1	20	10
Região Amazônica	1	7	3
Região Centro-Oeste	0	5	4
TOTAL	11	90	31

Elaboração Bárbara Azalim, a partir dos dados da Uber, 2023 e IBGE, 2020.

Ao examinar a distribuição na Região Concentrada, a plataforma está presente nas oitos Metrôpoles, em 46 Capitais Regionais, em 26 Centros Sub-Regionais e em Valença (RJ), o único Centro de Zona. Destaca-se, assim, a importância da Região Concentrada, especialmente para as plataformas digitais. Conforme observado por Venceslau (2023, p. 102), a expectativa de que as novas tecnologias digitais levariam a uma descentralização econômica e, consequentemente, a um maior desenvolvimento nas regiões periféricas, não se concretizou. Pelo contrário, a concentração geográfica, atualmente, é mais pronunciada do que em períodos anteriores e contribui para reforçar ainda mais as disparidades regionais (*ibid*).

Considerando que as regiões existem, neste período, devido à arranjos organizacionais que promovem uma coesão fundamentada em uma racionalidade externa e que isso se torna um dos pilares de sua existência e definição (Santos, 2017 [1996], p. 285). Na nova Geografia dos

fluxos, o novo sistema reticular promove uma coesão produtiva, por meio de redes-suporte seletivamente instaladas, uma interdependência que é hierárquica. Santos (2017 [1996]) alertava que:

A hierarquia se realiza através de ordens técnicas, financeiras e políticas, condições de funcionamento do sistema. A informação, sobretudo a serviço das forças econômicas hoje e a serviço do Estado, é o grande gerador das ações que definem as novas realidades espaciais (Santos, 2017 [1996], p. 285).

Assim, a Região Concentrada é praticamente a única onde os agentes podem operar em tempo real, pois as plataformas digitais exigem constante atualização dos objetos técnicos e de sucessivas modernizações. Como enfatizado por Venceslau (2023, p. 103), "[...] aqui se verifica que o valor de cada localização se amplia, tornando a seletividade espacial uma prática nas ações corporativas".

As regiões Sudeste e Sul – que juntas conformam a Região Concentrada – abrangem todos os níveis hierárquicos, formando as conexões regionais que polarizam esses centros. A REGIC - 2018 (IBGE, 2020), ainda, aponta que o maior conjunto metropolitano está na Região Sudeste, com cinco das 15 metrópoles, além da concentração das Capitais Regionais e dos Centros Sub-Regionais. Essa concentração reflete o papel dessa Região na gestão do território e na condensação da renda nacional.

A Região Nordeste apresenta, em termos de presença, a segunda maior concentração de locais de referência da ação regional da Uber. A empresa opera em importantes centros urbanos dessa região, como Recife (PE), Salvador (BA) e Fortaleza (CE). Estas são cidades reconhecidas, pela REGIC - 2018 (IBGE, 2020, p. 81), como centros de gestão do território, o que significa que possuem uma ampla diversidade de bens e serviços. Além disso, a Uber também está presente em outras 20 Capitais Regionais - que correspondem às capitais estaduais da Região Nordeste - e em 8 Centros Sub-Regionais.

Essa presença das plataformas nessas áreas urbanas estratégicas reflete não apenas a atender uma possível demanda por transporte existente, mas um esforço de estender seus serviços em locais com potencial econômico e demográfico significativo.

Ao analisar a Região Amazônica, observa-se que a presença da Uber está concentrada nas capitais estaduais e nas duas Metrópoles, reforçando a desigualdade regional mencionada. A modernização na Região Amazônica ocorre de maneira seletiva, priorizando as áreas que já desenvolveram um meio técnico-científico-informacional, como as metrópoles de Belém (PA) – e suas cidades que compõem sua rede de influência, como Marabá, Santarém e Parauapebas

– e Manaus (AM). A Uber adentrou cidades que possuem uma rede-suporte consolidada (conforme definido por Leila Dias, 2005) para ampliar as suas operações.

Com base na análise da Região Centro-Oeste, verifica-se que as redes urbanas nessa área são caracterizadas por poucos centros intermediários e uma alta centralidade na hierarquia urbana (IBGE, 2020). Apesar da intensa urbanização ocorrida no interior do país, a complexidade funcional urbana não se distribui de forma uniforme. Isso se deve, em certa medida, à especialização produtiva voltada para o agronegócio globalizado, juntamente com o papel de Brasília (DF) como centro político do território nacional. A presença da Uber em áreas como Brasília (DF) e Goiânia (GO), destaca-se como um exemplo de como a empresa se adapta aos diferentes contextos regionais. Assim, são espaços luminosos que se ajustam às necessidades operacionais da empresa.

Levando em conta o que foi exposto, a Uber não ignora as realidades inerentes à formação socioespacial; ao contrário, busca desenvolver uma lógica espacial que privilegie "espaços luminosos" (Santos, 1996), para a maximização de lucros e, também, para monitorar por meio de aparelhagem técnica, aumentando a sua escala de ação dentro no território. O espaço é reconhecido como um elemento produtivo, é o retorno do território e a valorização de seus recursos para gerar renda diferencial.

A escolha de localização da Uber reflete seu entendimento do espaço e da sociedade, destacando a importância da tecnosfera – o conjunto de objetos técnicos presentes no espaço (Santos, 2017 [1996]). Essa importância é, em parte, resultado da tríade do capitalismo atual: neoliberalismo, globalização e financeirização. Tais processos permitiram que os gestores públicos municipais e estatais adotassem um planejamento que incorporasse novas formas de capital, como o financeiro e o tecnológico, em termos de discurso, normas e condições objetivas para uma fluidez efetiva.

Ademais, estes gestores priorizam a implementação de tecnologias digitais, a fim de se adequar ao discurso das cidades inteligentes, no qual se destacam as parcerias entre esses entes federados e plataformas digitais. Entre os acordos estabelecidos, há o compartilhamento das informações municipais com as empresas. Como exemplo, em 2019, a Prefeitura de Belo Horizonte (PBH) firmou parceria com a Waze. Nesse contexto, a BHTrans, responsável pelo gerenciamento do trânsito na cidade, forneceu dados sobre interdições, bloqueios, fechamentos programados e mudanças de circulação, para que sejam facilmente acessadas e divulgadas pelo aplicativo Waze.

As atividades e serviços ofertados por meio de plataformas digitais concentram altos níveis de técnica, ciência e, notadamente, informação. No caso dos países latino-americanos esses serviços estão nas Metrôpoles, que seguem as tendências globais, mas com as suas particularidades: são metrôpoles completas e metrôpoles incompletas (Santos, 2018 [1979], p. 282).

Santos (2018 [1979]) argumentava que, nos países subdesenvolvidos a função metropolitana se dá em dois níveis: as metrôpoles completas, que são os centros econômicos capazes de se adaptarem às exigências do capital; e as metrôpoles incompletas, que não exercem influência sobre uma vasta área e, portanto, buscam complementaridade externa (p. 282). Levando em conta o que foi exposto em relação à Uber, a escolha das Metrôpoles como início da sua operação está relacionada à própria formação das metrôpoles brasileiras. Tanto as de caráter regional quanto as de âmbito nacional são fundamentais para manter a ação da empresa.

De forma concreta, no processo de expansão territorial, a estratégia de localização segue lógicas pretéritas, considerando tanto a escala da rede urbana nacional quanto a escala intraurbana. A análise da Tabela 4 e da REGIC - 2018, evidenciam que a rede urbana destaca centros urbanos com as melhores estruturas técnicas e capacidade para exercer centralidade. Procurou-se utilizar a regionalização dos "Quatro Brasis" para reforçar que a atuação não se limita às áreas de alta densidade populacional e mercado consumidor, que demandam por serviços de transporte.

A importância das Metrôpoles não nega a presença de profundas desigualdades em seu espaço intraurbano. Na verdade, é neste que tais disparidades tornam-se mais evidentes. A Uber, no entanto, aproveita-se dos desafios resultantes de uma modernização incompleta para capitalizar, lucrando com a ineficiência do transporte público, o aumento do desemprego e a desigualdade socioespacial reforçada pelo planejamento neoliberal. São nos espaços urbanos densos e complexos que surgem os constantes desafios, nos quais as plataformas oferecem "soluções" para a vida na cidade, via algoritmos.

As cidades são um lócus central para as operações da corporação, é nesse espaço que ela coleta as informações e os dados para gerar valor a partir deles. Ampliando a sua oferta de serviços e atividades com o objetivo de

transformar recursos ociosos em ativos produtivos ao máximo e de mercantilizar o espaço latente em locais existentes. Ao seguir esta lógica, a própria cidade é remodelada como um sistema ineficiente e não otimizado; é uma rede de recursos que não foram suficientemente valorizados (Sadowski, 2020, p. 450 - tradução nossa).

Tozi (2023) argumenta que, dada a natureza corporativa da Uber, as desigualdades sócio-históricas são reavivadas, "[...] a partir do momento em que as empresas assumem um papel político na organização da mobilidade e no controle do território com base em informações estratégicas visando uma produtividade espacial diferencial" (Tozi, 2023, p. 23).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas reflexões apresentadas ao longo deste artigo, destaca-se que a plataforma Uber se revela como uma plataforma territorial (Tozi, 2021). A técnica é a materialização da sua ação global nos lugares, pois é a partir da concentração espacial de objetos técnicos, ações e normas que permite à plataforma efetivar sua ação enquanto um agente econômico e político. Para a Uber duas escalas são consideradas: a nacional, onde escolhem as cidades para operar, e a urbana, pois a cidade é um lócus de produção fundamental para elas.

O papel político da Uber se manifesta quando ela se apresenta como uma solução digital para a mobilidade dos países do terceiro mundo, mas suas estratégias locais revelam o desejo da hegemonia. A centralização de sua atuação nas 15 Metrôpoles, bem como suas regiões metropolitanas e nas 79 Capitais regionais, especialmente da Região Concentrada, reflete as modernizações pretéritas do território que centralizou a inovação e provocou uma seletividade territorial. E, por sua vez, cria novas densidades e escassezes que contribuem para ampliar um desenvolvimento geográfico desigual.

Tais aspectos são reforçados pela corporação quando esta obedece à rede e à hierarquia urbanas brasileira. Sua presença em cidades estratégicas revela que a demanda não está relacionada apenas à existência de áreas com problemas de transporte público, mas sim a um esforço para expandir seus serviços para regiões com potencial econômico e demográfico significativo.

A escolha das metrôpoles como ponto de partida para suas operações está ligada à própria formação destas no Brasil, em que seus centros urbanos possuem as melhores estruturas técnicas e capacidade para atender constantemente às demandas desses agentes. Isso reflete a dependência do meio técnico-científico-informacional, destacando a acentuada concentração das atividades na economia digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABÍLIO, L. C. Digital platforms and uberization: towards the globalization of an administrated South? **Contracampo** – Brazilian Journal of Communication, 39 (1), 12-26, 2020. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i1.38579>.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: O novo proletariado de serviço na era digital. São Paulo: Boitempo Editorial, 2018.

CASTILLO, R. Mobilidade geográfica e acessibilidade: uma proposição teórica. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, [S. l.], v. 21, n. 3, p. 644-649, 2017. DOI: 0.11606/issn.2179-0892.geosp.2017.140561. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geosp/article/view/140561>. Acesso em: 3 jul. 2023

DÓRIA, N. M.; SILVA, S. C. da. Digitalização e mobilidade urbana em uma cidade não metropolitana: a uberização em Campos dos Goytacazes/RJ. **Ateliê Geográfico, Goiânia**, v. 17, n. 2, p. 246 –, 2023. DOI: 10.5216/ag.v17i2.76652. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/atelie/article/view/76652>. Acesso em: 8 jul. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Coordenação de Geografia, Regiões de influência das cidades** 2018 – Rio de Janeiro, 2020. ISBN: 9786587201047.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Regiões de Influência das Cidades – Regic 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

ROSENBLAT, A. **UBERLAND**: how algorithms are rewriting the rules of work. Califórnia: University of California Press, 2018.

SADOWSKI, J. Cyberspace and cityscapes: on the emergence of platform urbanism. **Urban Geography**, 2020 – 448-452, DOI: 10.1080/02723638.2020.1721055. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/02723638.2020.1721055>. Acesso em: 19 jul 2024.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. -4. ed. 9. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2017.

SANTOS, M. **Espaço e método**. 5ª ed., 3. reimpr. -São Paulo: Edusp, 2020.

SANTOS, M. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2ª ed., 2. Reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2018.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: Território e sociedade no início do século XXI. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SPOSITO, M. E. B.; SPOSITO, E. S. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. **Geosp – Espaço e Tempo (Online)**, v. 21, n. 2, p. 462-479, agosto. 2017. ISSN 2179-0892. Disponível em:

<http://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/131655>. doi: 10.11606/issn.2179-0892. Geousp.2017.131655. Acesso em: 19 jul. 2024.

TOZI, F. Uso do território brasileiro por empresas globais de transporte por aplicativos: as estratégias de ação da Uber e as tensões advindas das resistências locais e regionais. **Anais do XII ENANPEGE**. Dourados: UFGD, 2017. v. 1. p. 10270-10281. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/36926>. Acesso em 02 ago. 2024.

TOZI, F. As novas tecnologias da informação como suporte à ação territorial das empresas de transporte por aplicativo no Brasil. In: ZAAR, Miriam; CAPEL, Horacio. (Org.). **Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista**. 195 ed. Barcelona: Universidad de Barcelona/Geocrítica, 2018, v. 1, p. 172-. Disponível em: www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/Programa-XV-Coloquio.htm. Acesso em: 20 jul. 2024.

TOZI, F. Plataformas digitais de transporte e uso algorítmico do território brasileiro. Anais do XIV ENANPEGE Campina Grande: **Realize Editora**, 2021. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/78693>. Acesso em: 27 nov. 2023 17:04

TOZI, F.; GIANASI, L. M.; DUARTE, L. Plataformas de Transporte por aplicativo, gestão algorítmica do território e os novos dilemas para o planejamento do território. **SIMPURB**, 2022. Disponível em: <https://www.sisgeenco.com.br/anais/simpurb/2022/trabalhos.html>. Acesso em: 25 jul. 2024.

UBER Uber Announces Results for Second Quarter 2020. **Uber**, 2020, August 06. <https://investor.uber.com/news-events/news/press-release-details/2020/Uber-Announces-Results-for-Second-Quarter-2020/default.aspx>. Acesso em 02 ago. 2024.

VENCESLAU, Igor. **Espaço geográfico e economia digital**: usos do território brasileiro para o comércio eletrônico. 2023. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023. doi:10.11606/T.8.2023.tde-15012024-112210. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-15012024-112210/pt-br.php>. Acesso em: 12 jul. 2024.

XAVIER, J. L S.; AZALIM, B. R. Depósitos de patentes pela Uber nos Estados Unidos e no Brasil: Instrumento sociotécnico da divisão territorial do trabalho. In: TOZI, Fábio (Org.). **Plataformas digitais e novas desigualdades socioespaciais**. – São Paulo: Editora Max Limonad, p. 305-320, 2023.