Entre virtualidade e materialidade, presença e ausência: a seletividade logística e territorial do Mercado Livre no Brasil

DOI: 10.54446/bcg.v15i1.3866

Gustavo Augusto Moreira[1],

Resumo

Este artigo examina a dinâmica logística e territorial do Mercado Livre no Brasil, com foco na construção de uma ubiquidade seletiva. A partir da análise de mapas da rede logística, entre 2022 e 2023, identifica-se que, apesar da expansão da rede, persistem desigualdades regionais nos tempos de entrega, favorecendo grandes centros urbanos e regiões de alta fluidez territorial. A pesquisa fundamenta-se em conceitos que buscam compreender como a imagem de instantaneidade e onipresença da plataforma se dissocia das limitações infraestruturais concretas. Os resultados apontam que a expansão logística reforça hierarquias espaciais pré-existentes, ao mesmo tempo em que amplia, de forma seletiva, o acesso ao consumo digital no território brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: logística, seletividade territorial, Mercado Livre, fluidez territorial, Brasil.

1 Graduado em Geografia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Mestrando em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: gustavo1997moreira@gmail.com. ORCID: https://orcid.org/0009-0006-2502-1379.

Introdução

O Mercado Livre consolidou-se como uma das principais plataformas digitais de comércio eletrônico na América Latina, articulando um sistema complexo que combina a digitalização do comércio com a materialidade da distribuição física. Fundada em 1999, sua trajetória no Brasil evidencia um processo contínuo de adaptação às condições territoriais e infraestruturais do país, reorganizando práticas de consumo e estabelecendo-se como um dos principais agentes da plataformização na região (MOREIRA, 2024).

Essa consolidação não ocorreu apenas pela inovação tecnológica, mas pela capacidade da empresa em articular uma rede logística que conecta centros de distribuição (CDs), unidades terceirizadas e *service centers*, isto é, materialidade, combinando-os com algoritmos de gestão de fluxos e estratégias de captação de consumidores, virtualidade. O discurso da empresa apoia-se na promessa de entregas rápidas e acessibilidade irrestrita – especialmente com o serviço *full*, que garante prazos de até um dia. No entanto, essa promessa não se realiza de forma homogênea, revelando um padrão seletivo de territorialização. É essa complexidade que paira essa empresa-plataforma, a logística que o atende e a interação desses elementos com o território que elencam o Mercado Livre como objeto dessa investigação.

A seletividade territorial é determinante na organização da malha logística do Mercado Livre. Essa lógica se ancora sobretudo na Região Concentrada (SANTOS; SILVEIRA, 2001), onde a densidade técnica, informacional e econômica garante maior fluidez e confiabilidade operacional. A duplicação do número de CDs entre 2022 e 2023 (MOREIRA, 2024) ampliou a abrangência do atendimento rápido, mas não eliminou os gradientes logísticos: áreas metropolitanas e eixos de grande consumo permanecem privilegiados, enquanto porções do Norte e do Nordeste ainda enfrentam prazos superiores a dez dias.

Diante disso, este artigo tem como objetivo analisar a ubiquidade seletiva do Mercado Livre no Brasil, mostrando como a tecnosfera — constituída pelos fixos e fluxos materiais da logística — é sustentada por uma psicosfera que difunde representações sociais de ubiquidade e instantaneidade (SANTOS, 2012 [1996]; BOURDIEU, 1989). Pretende-se, assim, demonstrar que a capilaridade anunciada pela empresa encontra limites territoriais concretos, produzindo uma fluidez desigual e hierarquizada.

Metodologicamente, a pesquisa fundamentou-se em três eixos: análise bibliográfica sobre plataformas digitais, logística e seletividade territorial; análise espacial da malha logística do Mercado Livre, realizada na dissertação de mestrado defendida em 2024 (MOREIRA, 2024), com base em levantamentos da localização dos CDs e prazos de entrega fornecidos pela própria plataforma a partir do CEP do consumidor (coleta realizada em maio de 2023 e em maio de 2024). E, por último, a construção e interpretação de mapas temáticos. Os primeiros mapas foram elaborados com o MyMaps (Google) e processados no QGIS, enquanto os mapas

finais utilizaram o método de Kernel, permitindo mensurar a fluidez territorial a partir da concentração de CDs e de um raio de 200 km — estimado como distância viável para entregas em até um dia.

A metodologia incluiu ainda a análise da rede urbana brasileira por meio da REGIC (IBGE, 2020), de modo a relacionar a hierarquia urbana com a localização estratégica dos fixos logísticos. Essa combinação metodológica permite interpretar o Mercado Livre como ator territorial, cuja atuação reconfigura fluxos e reforça centralidades urbanas.

A abordagem teórica apoia-se nos debates sobre a logística enquanto um conjunto de competências infraestruturais, institucionais e estratégicas (CASTILLO, 2017), Neste artigo, adota-se a noção de fluidez territorial (SANTOS, 2008 [1994]; ARROYO, 2001), compreendendo-a como a capacidade diferencial de circulação no território. Já o termo fluidez logística será utilizado em referência às estratégias empresariais específicas do setor de distribuição e transporte. Também são mobilizados os conceitos de tecnosfera e psicosfera (SANTOS, 2012 [1996]; VENCESLAU, 2024), articulados com a noção de representações sociais e capital simbólico de Bourdieu (1997), para compreender como a materialidade da logística é sustentada por discursos que naturalizam a promessa de ubiquidade.

Dessa forma, o artigo organiza-se em dois itens, além da introdução e das considerações finais. O primeiro item, "A virtualização do consumo e a materialização territorial do comércio eletrônico através do Mercado Livre", chama para a análise da localização estratégica dos fixos logísticos e sua relação com o território. O segundo item, "A instantaneidade e a ubiquidade seletiva do Mercado Livre no Brasil", aprofunda o debate sobre a articulação entre tecnosfera e psicosfera, evidenciando como a empresa difunde representações sociais de ubiquidade enquanto materializa, de forma desigual, sua rede logística. Por fim, o texto se encerra com as considerações finais, que sintetizam os resultados e o debate. Boa leitura!

A virtualização do consumo e a materialização territorial do comércio eletrônico através do Mercado Livre

O avanço da plataformização constitui uma das marcas centrais do capitalismo contemporâneo. Diversos autores vêm qualificando esse fenômeno, seja como economia de plataformas (KENNEY; ZYSMAN, 2016), capitalismo de plataformas (SRNICEK, 2017), sociedade de plataformas (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018) ou ainda capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019). No contexto latino-americano, Silveira (2021) e Ciccolella (2024) ressaltam como a consolidação do capitalismo digital (SILVEIRA, 2021) depende da expansão de infraestruturas materiais e imateriais, que permitem a coleta, circulação e mercantilização de dados em escala cotidiana, cognitiva e ampliada.

As plataformas digitais operam como redes centralmente geridas (NETO; CHIARINI; RIBEIRO, 2024), assumindo papel de "orquestradoras" (PARKER; VAN ALSTYNE; CHOUDARY, 2016), capazes de conectar múltiplos agentes econômicos e sociais em uma gestão algorítmica do território (TOZI, 2022). Nessa configuração,

emergem duas posições fundamentais: os controladores, que concentram os ganhos de segunda ordem e detêm poder de decisão; e os participantes, submetidos às regras impostas pela empresa-plataforma (LEHDONVIRTA, 2022). A centralidade das plataformas se dá justamente pela capacidade de apropriação de valor dos fluxos que intermedeiam (TEECE, 2018), sustentada por *big data*, inteligência artificial e computação em nuvem.

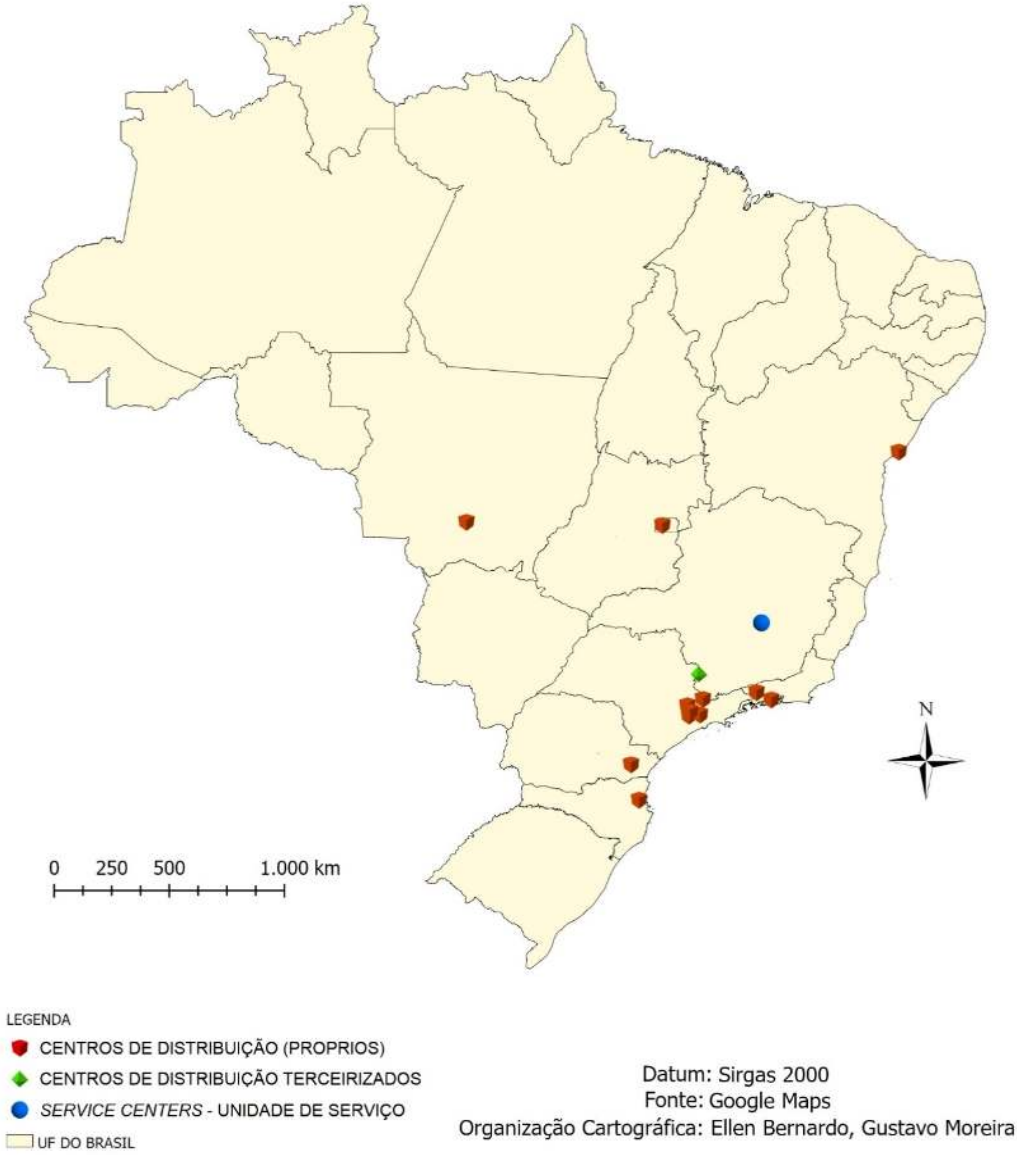
No Brasil, o Mercado Livre emerge como um dos principais agentes desse processo. Sua trajetória revela a transição da sociedade em rede (CASTELLS, 1999) para a sociedade de plataformas, na medida em que a empresa articula uma rede digital que reorganiza práticas de consumo, mas cuja materialização só é possível por meio da incorporação de fixos logísticos ao território. A virtualização do consumo promovida pela plataforma está intrinsecamente vinculada à sua materialização territorial, através de centros de distribuição (CDs), centros terceirizados e *service centers*, que estruturam uma malha nacional de circulação.

Essa dinâmica é típica do meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2012 [1996]), espaço tomado pela tecnologia intensiva, pelas redes, pelas decisões e poder. Nesse contexto, o Mercado Livre atualiza-o ao integrar infraestruturas de transporte, telecomunicações e logística com sistemas algorítmicos de gerenciamento de estoque, distribuição e *marketplace*. A empresa opera sobre uma tecnosfera em constante expansão, isto é, o conjunto de objetos técnicos e infraestruturas materiais que sustentam a circulação de mercadorias. Entretanto, ela se apoia numa psicosfera difusa, constituída pela produção de imaginários e representações sociais que naturalizam o consumo imediato e a onipresença da plataforma.

O par tecnosfera–psicosfera é, portanto, central para compreender a territorialização do comércio eletrônico. Enquanto a tecnosfera se concretiza em objetos geográficos, como os CDs, *hubs*, *service centers,* distribuídos seletivamente pelo território; a psicosfera atua como vetor de convencimento, sustentando a adesão social ao *e*-consumo, forjando expectativas de rapidez, disponibilidade e confiabilidade. Nesse sentido, a experiência cotidiana do consumidor – navegar, clicar e comprar – depende de um aparato logístico-informacional altamente estruturado, que produz não apenas uma fluidez logística, mas também uma fluidez territorial, marcada pelo adensamento seletivo das infraestruturas (ARROYO, 2001).

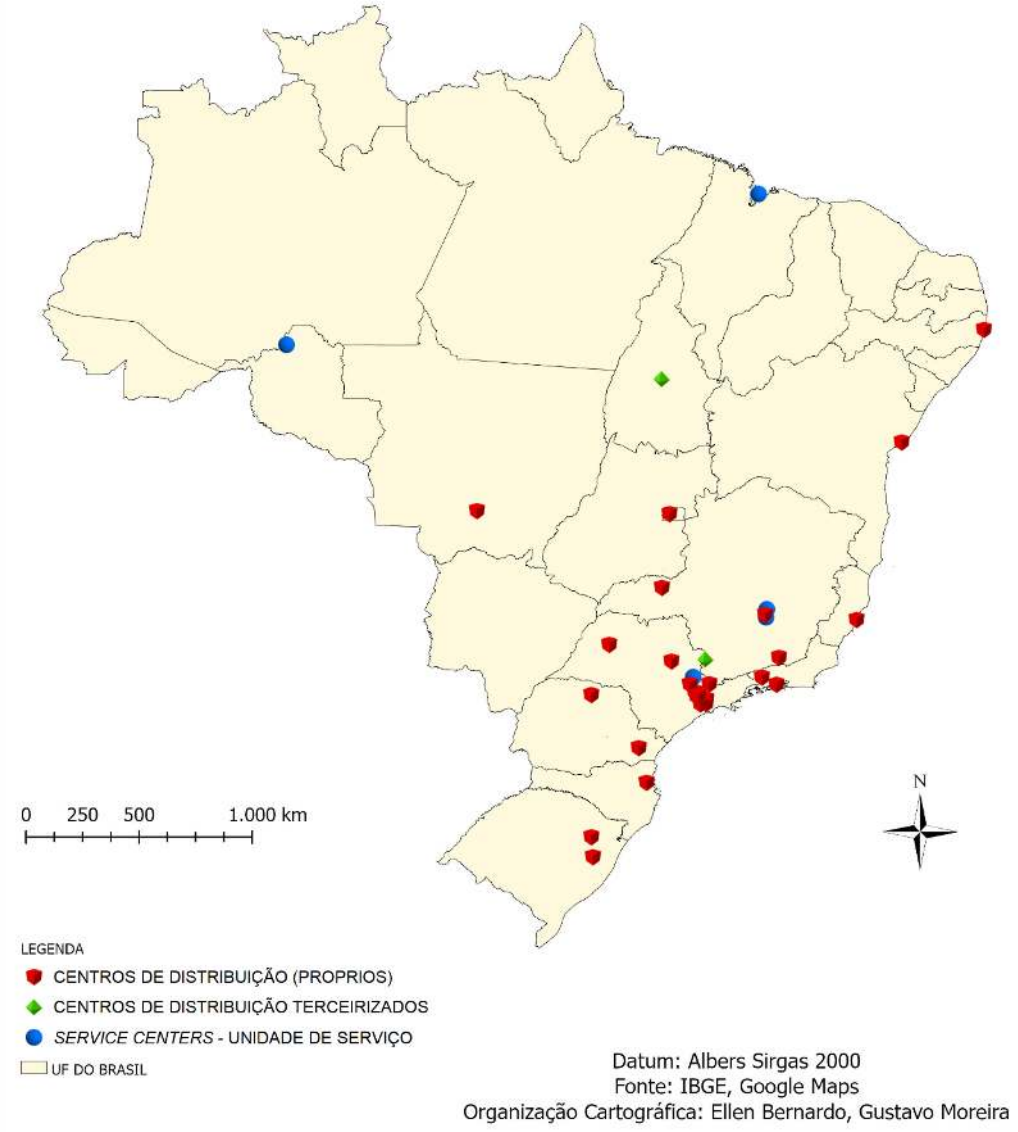
Com mais de duas décadas no Brasil, o Mercado Livre intensificou, sobretudo nos últimos anos, a implantação de ações territoriais privadas que ampliam seu controle sobre a circulação. Os mapas de 2022 e 2023 (Mapa 1 e Mapa 2) evidenciam a rápida expansão de sua rede logística, com a duplicação de CDs próprios e incremento de unidades terceirizadas e de apoio. Essa expansão territorial reflete não apenas a busca por eficiência logística, mas também a estratégia de verticalização operacional, que integra armazenamento, transporte, distribuição e informação.

Mapa 1. Tipos de centro de distribuição do Mercado Livre e sua localização em 2022.



Fonte: MOREIRA, 2024

Mapa 2. Tipos de centro de distribuição do Mercado Livre e sua localização em 2023.



Fonte: MOREIRA, 2024.

Essa rede não se distribui aleatoriamente, ela segue a lógica da hierarquia urbana, conforme a REGIC, e da seletividade espacial. A concentração de CDs na Megalópole São Paulo-Rio de Janeiro evidencia a primazia da Grande Metrópole Nacional (IBGE, 2022), dotada de infraestrutura logística, digital e de consumo consolidado. Entretanto, a incorporação de cidades como Jaboatão dos Guararapes (PE), Cuiabá (MT) e Porto Velho (RO) demonstra o esforço da empresa em mitigar barreiras infraestruturais e avançar sobre áreas de menor densidade logística, aproximando-se de novos mercados consumidores.

Ao mesmo tempo, essas infraestruturas assumem diferentes escalas de atuação. Os *service centers* em Porto Velho (RO) e São Luís (MA) operam regionalmente, cobrindo grandes áreas, enquanto a unidade da região metropolitana de Belo Horizonte atua mais em escala local. Essa rede evidencia um modo "de analisar e intervir de modo transescalar" (VAINER, 2006, p. 28), pois age

simultaneamente em múltiplas escalas espaciais, políticas e econômicas. A logística, nesse sentido, envolve não apenas infraestruturas, mas institucionalidades e estratégias, que combinadas conferem fluidez e competitividade aos agentes ou circuitos produtivos (CASTILLO, 2017). Exemplos claros dessa racionalidade são os CDs em Caxias do Sul (RS), Gaspar (SC) e Extrema (MG), cidades que, embora não sejam metrópoles, oferecem vantagens locacionais e tributárias para o escoamento de mercadorias.

Portanto, a territorialização do consumo eletrônico pelo Mercado Livre deve ser entendida como a ocupação do espaço geográfico enquanto híbrido de ações e objetos (SANTOS, 2012 [1996]). As ações (algoritmos, softwares de roteamento, estratégias de *last-mile* e *city logistics*) articulam-se com os objetos (rodovias, CDs, *hubs* urbanos, sistemas de telecomunicação) para viabilizar o consumo digital em escala nacional. Concomitantemente, adota modalidades contemporâneas como *crowdshipping*, *dark stores* e *pick-up points* (LIMA, 2024), estratégias típicas de uma logística algorítmica e adaptativa. Dessa forma, ela conta com multiplicidade de fixos que permitem a minimização do "tempo de entrega pela vantagem da proximidade" (RODRIGUE, 2020, p. 4).

Esse processo de multilocalização no território combina grandes centros de distribuição em metrópoles com pontos de apoio em cidades menores, como visto. Contudo, também se combina com a presença de agências Mercado Livre, que podem ser desde "assistências técnicas, lojas de roupa ou papelarias que, além de funcionarem como lojas, entregam e recebem pacotes" (MERCADO LIVRE, 2025). Logo, elas funcionam como pontos de hiper descentralização, garantindo maior capilaridade logística e redução dos prazos de entrega. Esses elementos garantem a materialização da tecnosfera e difusão da psicosfera do consumo imediato.

Essa leitura, no entanto, exige ir além da descrição empírica da localização dos fixos. A tecnosfera, expressão da artificialização do meio ambiente (SANTOS, 2008 [1994], p. 30), só pode ser compreendida articulada ao MTCI, em um espaço com objetos e ações indissociáveis (SANTOS, 2012 [1996], p. 63). A rede logística do Mercado Livre depende da racionalidade informacional, sustentada pelo uso intensivo de algoritmos, *softwares* e plataformas de gestão em tempo real, que organizam fluxos e antecipam as práticas de consumo (SILVEIRA, 2019 *apud* VENCESLAU, 2024, p. 203).

Mas vai além, o ciberespaço amplia e intensifica a dimensão psicosférica, produzindo sentidos e acelerando a formação de novos hábitos de consumo. Trata-se de uma forma de capitalismo que articula o acúmulo informacional aos algoritmos online, apoiado em uma base infraestrutural logística. O Mercado Livre, nesse sentido, é exemplar: ao mesmo tempo em que implanta fixos estratégicos, captura e processa informações em larga escala, verticalizando sua operação e subordinando o território à lógica algorítmica do capital informacional.

A instantaneidade e a ubiquidade seletiva do Mercado Livre no Brasil

A análise da instantaneidade das entregas no comércio eletrônico exige compreender a articulação entre tecnosfera e psicosfera no atual período técnico-científico-informacional. A psicosfera, definida por Santos (2012 [1996], p. 256) como o conjunto de ideias, crenças e valores que orientam o imaginário social, frequentemente antecipa a chegada da técnica, criando consensos que legitimam sua implementação (VENCESLAU, 2024). Contudo, mais do que imaginários difusos, trata-se de representações sociais (BOURDIEU, 1989), que operam como construções simbólicas capazes de naturalizar desigualdades territoriais e legitimar práticas espaciais desiguais

No caso do Mercado Livre, a promessa de entregas rápidas e a difusão da ideia de uma rede logística nacionalmente capilarizada constituem um exemplo claro desse mecanismo. A empresa mobiliza poder simbólico (BOURDIEU, 1998) ao projetar uma imagem de onipresença, sustentada por campanhas publicitárias de grande alcance e por sua forte presença em meios de comunicação de massa. Trata-se de um discurso sustentado pela publicidade massiva, com patrocínios em eventos de audiência nacional, como o *Big Brother* Brasil (EXAME, 2025), e campeonatos futebolísticos, como a Conmebol (CONMEBOL, 2025) e o Campeonato Brasileiro de Futebol na Rede Record (MERCADOPAGO, 2025), transformam a marca em elemento familiar do cotidiano, consolidando uma representação social de ubiquidade que transcende a materialidade da rede logística.

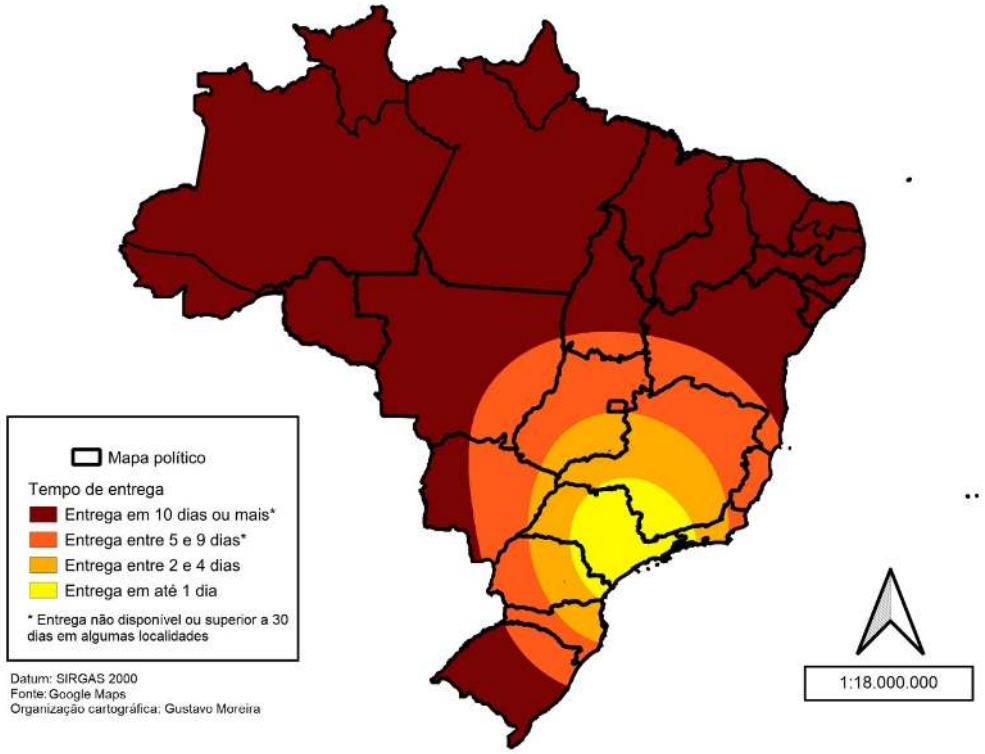
Essa estratégia, que se une à presença de publicidade em redes sociais, atua como produtora de representações que criam um consenso social em torno da instantaneidade e da acessibilidade irrestrita, mas que não corresponde de forma homogênea à materialidade do território. Os dados e mapas apresentados neste estudo revelam que essa suposta ubiquidade é, na prática, seletiva e hierarquizada: enquanto a tecnosfera se estrutura em torno de fixos estratégicos localizados em regiões de maior densidade técnica, informacional e de consumo (SANTOS; SILVEIRA, 2001), a psicosfera se difunde quase equanimemente, disseminando a percepção de que a plataforma atinge todos os lugares.

No entanto, como ressaltam Tozi, Duarte e Castanheira (2021), esse consenso simbólico não elimina as desigualdades, mas antes as mascara, reproduzindo no espaço geográfico uma lógica de precarização e seletividade típica das plataformas digitais. Assim como em outros setores da economia de plataforma (KENNEY; ZYSMAN, 2016), em que a promessa de flexibilidade e acessibilidade encobre práticas seletivas e excludentes, também no comércio eletrônico a difusão da ideia de entregas instantâneas esconde a persistência da viscosidade territorial e das barreiras logísticas estruturais.

Os mapas de velocidade de entrega evidenciam empiricamente esse processo. No Mapa 3 (2022), observa-se que a zona de entrega em até um dia concentrou-se sobretudo no Sudeste, com menor alcance no Sul e em partes do Centro-Oeste, enquanto grande parte do Norte e Nordeste permaneceu sujeita a prazos superiores a dez dias. Essa configuração expressa a seletividade da tecnosfera, que privilegia

áreas centrais do sistema urbano nacional, ao mesmo tempo em que marginaliza regiões periféricas.

Mapa 3. Velocidade de entrega de bens tangíveis pelo Mercado Livre no Brasil – 2022



Fonte: Moreira, 2024.

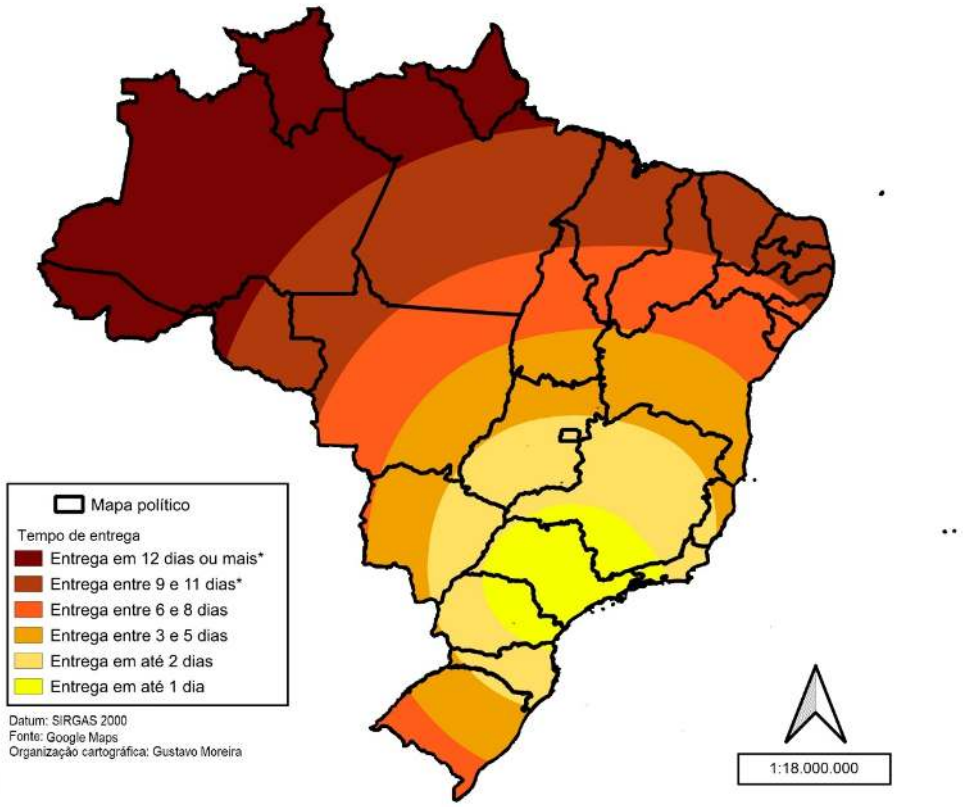
Nos mapas (Mapa 3 e 4), a velocidade de distribuição é representada por meio de círculos, que refletem a relação entre a presença dos Centros de Distribuição (CDs) e o tempo estimado de entrega informado pela própria plataforma a partir do CEP (Código de Endereçamento Postal) do cliente. Para gerar esse resultado, utilizou-se o método de Kernel no software QGIS, considerando a concentração dos CDs e uma distância de 200 quilômetros – um raio viável para que as entregas sejam realizadas em até um dia.

No Mapa 4 (2023), nota-se uma relativa ampliação da eficiência logística, com regiões do Nordeste e do Centro-Oeste incorporadas à faixa de até dois dias. Essa melhora se deve à expansão da rede de fixos logísticos do Mercado Livre e à diversificação de sua malha de distribuição, mas não elimina as desigualdades estruturais. A Amazônia Legal permanece marcada por prazos superiores a dez dias, revelando as barreiras técnicas e infraestruturais que mantêm a viscosidade do território. Esse contraste reforça a ideia de que a chamada ubiquidade é, na realidade, seletiva, reproduzindo hierarquias territoriais históricas.

Reconhece-se, contudo, que a metodologia de interpolação por Kernel, ainda que útil para ilustrar padrões gerais de fluidez, pode suavizar diferenças locais relevantes. Capitais como Manaus e Recife, por exemplo, apresentam maior fluidez de entregas do que municípios interioranos distantes centenas de quilômetros, o que

pode não aparecer plenamente representado nos mapas. Tais limitações não invalidam a análise, mas antes, reforçam a seletividade territorial do fenômeno e a ideia de ubiquidade seletiva (MOREIRA, 2024): uma representação simbólica de presença nacional que não encontra correspondência na distribuição desigual da tecnosfera. Em um território marcado por presenças concentradas e ausências efetivas, é essa a disposição seletiva da ubiquidade da empresa.

Mapa 4. Velocidade de entrega de bens tangíveis pelo Mercado Livre no Brasil – 2023



Fonte: Moreira, 2024.

Essa seletividade não resulta apenas da precariedade infraestrutural, mas também de estratégias empresariais que priorizam regiões economicamente mais dinâmicas e integradas. A lógica espacial do Mercado Livre é determinada por uma leitura hierárquica do território, que organiza sua malha logística em função da rentabilidade e da fluidez. Esse fenômeno se insere em uma lógica mais ampla do capitalismo neoliberal-digital, que promove compressão espaço-temporal, mas de forma desigual, concentrando vantagens em megarregiões e reforçando seletividades no interior do território latino-americano (CICCOLELLA, 2024).

Portanto, embora a psicosfera difunda homogeneamente a representação social da ubiquidade, a tecnosfera materializa essa promessa de forma desigual. A análise dos mapas comprova que a instantaneidade é localizada, concentrada nos principais polos urbanos e econômicos do país. A periferia territorial — em especial o

interior do Nordeste e a Amazônia Legal — permanece sujeita aos longos prazos de entrega, custos mais elevados e gargalos logísticos. Assim, a chamada ubiquidade seletiva não é uma contradição, mas o modo específico de funcionamento do capitalismo de plataformas no Brasil: ubiquidade no plano simbólico, seletividade no plano material.

A partir disso, torna-se possível qualificar o conceito de ubiquidade seletiva: longe de uma contradição, trata-se da própria lógica de funcionamento da plataformização, que tem, nesse caso, um gradiente de velocidade como expressão. No plano simbólico, a psicosfera produz representações sociais de entrega imediata e capilaridade plena; no plano material, a tecnosfera territorializa seletivamente essa promessa, privilegiando espaços densos em infraestrutura técnica e informacional. Como destaca Bourdieu (1989), as representações sociais não apenas descrevem, mas legitimam desigualdades — no caso do Mercado Livre, o discurso de ubiquidade sustenta uma prática empresarial que reforça a centralização logística e a fragmentação espacial.

Assim, a territorialização do comércio eletrônico no Brasil é marcada pela articulação entre uma psicosfera homogeneizante e uma tecnosfera seletiva, em que a ubiquidade se realiza apenas como representação social, enquanto a materialidade logística evidencia limites e hierarquias. A chamada "ubiquidade seletiva" não é um paradoxo, mas sim a síntese do modo como o comércio eletrônico reorganiza o território brasileiro: ubiquidade no plano simbólico, seletividade no plano material.

Considerações Finais

A análise da rede logística do Mercado Livre evidencia que sua expansão territorial não é aleatória, mas resulta de uma estratégia de otimização de fluxos, redução de custos e aumento da eficiência operacional. Essa seletividade espacial evidencia a centralidade do território enquanto recurso estratégico, no qual ações (algoritmos, softwares, publicidade) e objetos (centros de distribuição, hubs, agências, malhas rodoviárias e digitais) se articulam, formando um espaço híbrido de materialidade e virtualidade.

A seletividade territorial se expressa, sobretudo, pela concentração de centros de distribuição na Região Concentrada, espaço onde convergem as principais redes infraestruturais e informacionais do país (SANTOS; SILVEIRA, 2001). Essa estruturação confirma o imperativo de fluidez (MONIÉ, 2012), mas também explicita a coexistência de espaços de alta fluidez e regiões marcadas pela viscosidade. Enquanto regiões concentram entregas em até um dia, áreas periféricas permanecem sujeitas a prazos superiores a dez dias, o que reproduz desigualdades espaciais históricas e reforça a fragmentação do território (ARROYO, 2001; SANTOS, 2008 [1994]).

Os mapas de velocidade de entrega (2022 e 2023) comprovam essa assimetria: enquanto a psicosfera cria a representação de ubiquidade, a tecnosfera materializa prazos desiguais. Essa ubiquidade nacional da plataforma, portanto, é tensionada pela

realidade de uma ubiquidade seletiva, conceito que qualifica a contradição entre uma psicosfera homogeneizante e uma tecnosfera desigual.

Nesse sentido, é fundamental compreender que a difusão simbólica do Mercado Livre não opera apenas como um "imaginário difuso", mas como um conjunto de representações sociais (BOURDIEU, 1989; 1997), produzidas e legitimadas por meio de estratégias midiáticas e cibernéticas. A publicidade massiva, patrocínios e presença constante em mídias digitais e tradicionais atuam como capital simbólico (BOURDIEU, 2005 [1977]), transformando a marca em elemento cotidiano da vida social e projetando a percepção de onipresença. Assim, o discurso de ubiquidade cumpre um papel central: naturalizar desigualdades territoriais e legitimar a seletividade logística.

Essa articulação entre tecnosfera e psicosfera insere-se em um contexto mais amplo do capitalismo de plataformas (SRNICEK, 2017; VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018), no qual a fluidez é seletiva e dependente de fixos territoriais. A instantaneidade, apresentada como atributo universal, é na realidade restrita a determinadas áreas, sobretudo àquelas economicamente dinâmicas e densas em infraestrutura.

A partir disso, evidencia-se o uso corporativo mas também um uso algorítmico do território (TOZI, 2022) pelo Mercado Livre, isto é, elabora-se um uso mediado, e também estruturado, pelos algoritmos para as empresas-plataforma. Nesse processo, constitui-se um modelo de hinterlândia logística (MONIÉ, 2012), no qual os CDs funcionam como polos de articulação de fluxos e de definição das áreas de alcance. Essa estruturação não apenas reforça desigualdades, como também antecipa novas dinâmicas, sobretudo com a crescente demanda pelo comércio eletrônico digital em áreas antes marginalizadas, como a Amazônia Legal, em função da expansão da conectividade via satélite através da *Starlink*, presente em cerca de 90% dos municípios da Amazônia Legal (SARTORE, 2024). Ainda assim, a presença de fixos nessas áreas permanece incipiente e dependente de estruturas intermediárias.

Dessa forma, observa-se que a chamada ubiquidade seletiva não constitui uma contradição, mas a própria lógica do capitalismo de plataformas. No plano simbólico, a psicosfera difunde um consenso representacional de entrega imediata e capilaridade plena; no plano material, a tecnosfera territorializa seletivamente essa promessa, reforçando a centralização em regiões de alta densidade técnica e marginalizando áreas periféricas.

Portanto, a análise aqui desenvolvida contribui para compreender o Mercado Livre como um dos principais agentes do comércio eletrônico brasileiro. A empresa faz um uso do território que articula tecnosfera e psicosfera, criando um espaço de consumo marcado por fluidez seletiva e por representações sociais homogeneizantes. Ao mesmo tempo, confirma a necessidade de pensar o espaço geográfico como híbrido de ações e objetos, em que a publicidade e a logística, o algoritmo e a rodovia, o CEP e o CD se combinam para realizar o comércio eletrônico.

Bibliografia

ARROYO, Mónica. *Território nacional e mercado externo: uma leitura do Brasil na virada do século XXI*. 2001. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas linguísticas. In: ORTIZ, Renato (org.). *A sociologia de Pierre Bourdieu*. Rio de Janeiro: Olho D'Água, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

BOURDIEU, Pierre. *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Letra, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILLO, Ricardo. Agronegócio e logística em áreas de cerrado: expressão da agricultura científica globalizada. *Revista da Anpege*, [S. l.], v. 3, n. 3, p. 21-27, 2017. DOI: 10.5418/RA2007.0303.0003.

CICCOLELLA, Pablo. Capitalismo digital, modo de desarrollo informacional y territorio en América Latina. *Geo UERJ*, Rio de Janeiro, v. 46, 2024. DOI: 10.12957/geouerj.2024.87488.

CONMEBOL. Mercado Livre é o novo patrocinador oficial da CONMEBOL Copa América USA 2024. *CONMEBOL*, 2024. Disponível em: https://www.conmebol.com/pt-br/noticias-pt-br/mercado-livre-e-o-novo-patrocinador-oficial-da-conmebol-copa-america-usa-2024/. Acesso em: 28 ago. 2025.

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

KENNEY, Martin; ZYSMAN, John. The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, v. 32, n. 3, p. 61-69, 2016.

LEHDONVIRTA, Vili. *Cloud empires: how digital platforms are overtaking the state and how we can regain control*. Cambridge: MIT Press, 2022.

LIMA, Fernanda Laize Silva de. Meio técnico-científico-informacional e logística de última milha: estratégias de entregas nas favelas de São Paulo. *Boletim Campineiro de Geografia*, v. 14, n. 2, p. 323-342, 2024. DOI: 10.54446/bcg.v14i2.3551.

MERCADO LIVRE. Agências – Envio e retirada de produtos. *Mercado Livre*. Disponível em: https://envios.mercadolivre.com.br/agencias. Acesso em: 28 ago. 2025.

MERCADO PAGO. Mercado Pago patrocina a transmissão do Brasileirão 2025 na Record. *Mercado Pago*, 3 abr. 2025. Disponível em: https://conteudo.mercadopago.com.br/mercado-pago-patrocina-transmissao-brasileirao. Acesso em: 28 ago. 2025.

MONIÉ, Frédéric. As cidades portuárias diante do imperativo de fluidez. In: ARROYO, Mónica; CRUZ, Rita de Cássia Ariza (org.). *Território e circulação: a dinâmica contraditória da globalização*. São Paulo: Annablume, 2012. p. 103-128.

MOREIRA, Gustavo Augusto. *A rede técnica do Mercado Livre no Brasil: estratégias logísticas, territoriais e cibernéticas na realização do consumo*. 2024. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

NETO, V. J. S.; CHIARINI, T.; RIBEIRO, L. C. Economia de plataformas: a eclosão de empresas brasileiras controladoras de plataformas digitais. In: KUBOTA, L. C. (org.). *Digitalização e tecnologias da informação e comunicação: oportunidades e desafios para o Brasil*. Rio de Janeiro: IPEA, 2024. DOI: 10.38116/9786556350660.

PARKER, Geoffrey G.; VAN ALSTYNE, Marshall W.; CHOUDARY, Sangeet Paul. *Platform revolution: how networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. New York: Norton and Company, 2016.

PIO, Juliana. Mercado Livre aumenta em 30% investimentos em marketing para o Big Brother Brasil 2025. *Exame*, São Paulo, 13 jan. 2025. Disponível em: https://exame.com/marketing/mercado-livre-aumenta-em-30-investimentos-em-marketing-para-o-big-brother-brasil-2025/. Acesso em: 28 ago. 2025.

RODRIGUE, Jean-Paul. The distribution network of Amazon and the footprint of freight digitalization. *Journal of Transport Geography*, v. 88, out. 2020. Nova York.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2012 [1996].

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional*. 5. ed. São Paulo: Edusp, 2008 [1994].

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SARTORE, R. *Mineração na fronteira e as fronteiras da mineração: o avanço do neoextrativismo mineral para a Faixa de Fronteira da Amazônia Legal*. 2024. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (org.). *A sociedade do controle: manipulação e modulação nas redes digitais*. São Paulo: Hedra, 2019. p. 31-46.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Capitalismo digital. *Revista Ciências do Trabalho*, São Paulo, n. 20, out. 2021.

SRNICEK, Nick. *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

TEECE, David J. Profiting from innovation in the digital economy: enabling technologies, standards, and licensing models in the wireless world. *Research Policy*, v. 47, n. 8, p. 1367-1387, 2018.

TOZI, Fabio; DUARTE, L. R.; CASTANHEIRA, G. R. Trabalho precário, espaço precário: as plataformas digitais de transporte e os circuitos da economia urbana no Brasil. *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, Barcelona, jan. 2021.

TOZI, Fabio. Digitalização do espaço e uso algorítmico do território. In: ARROYO, Mónica; SILVA, Adriana M. Bernardes (org.). *Instabilidade dos territórios: por uma leitura crítica da conjuntura a partir de Milton Santos*. São Paulo: FFLCH/USP, 2022. p. 265-276.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. *The platform society: public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VAINER, Carlos B. Lugar, região, nação, mundo: explorações históricas do debate acerca das escalas da ação política. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 9-24, 2006. DOI: 10.22296/2317-1529.2006v8n2p9.

VENCESLAU, Igor. Psicosfera e técnica digital. *Boletim Campineiro de Geografia*, v. 13, n. 2, p. 197-214, 2024. DOI: 10.54446/bcg.v13i2.3241.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

Between virtuality and materiality, presence and absence: the logistical and territorial selectivity of Mercado Livre in Brazil

This article examines the logistical and territorial dynamics of Mercado Livre in Brazil, focusing on the construction of a selective ubiquity. Based on the analysis of maps from logistics network, between 2022 and 2023, it identifies that, despite the expansion of the logistics network, regional inequalities in delivery time persist, favoring major urban centers and regions with high territorial fluidity. The essay is grounded in concepts that search to comprehend how the platform's image of instantaneity and omnipresence dissociates front the concrete infrastructural limitations. The results demonstrate that the logistical expansion reinforce pre-existing spatial hierarchies while selectivity expanding access to digital consumption across Brazilian Territory.

KEYWORDS: logistics, territorial selectivity, Mercado Livre, territorial fluidity, Brazil.

Entre virtualidad y materialidad, presencia y ausencia: la seletividad logística y territorial de Mercado Libre em Brasil

Este artículo examina la dinámica logística y territorial de Mercado Libre en Brasil, con énfasis en la construcción de una ubiquidad selectiva. A partir del análisis de mapas de la red logística, entre 2022 y 2023, se identifica que, a pesar de la expansión de la red, persisten desigualdades regionales en los tiempos de entrega, favoreciendo a los grandes centros urbanos y las regiones con alta fluidez territorial. La investigación se fundamenta en conceptos que buscan comprender cómo la imagen de inmediatez y omnipresencia de la plataforma se disocia de las limitaciones infraestructurales concretas. Los resultados apuntan a que la expansión logística refuerza las jerarquías espaciales preexistentes, al mismo tiempo que amplía, de manera selectiva, el acceso al consumo digital en el territorio brasileño.

PALABRAS CLAVE: logística, selectividad territorial, Mercado Libre, fluidez territorial, Brasil.

Artigo recebido em abril de 2025. Aprovado em julho de 2025.