

Revista Brasileira de Ciências Humanas

ISSN 3085-8178

vol. 1, n. 6, 2025

••• **ARTIGO 14**

Data de Aceite: 09/12/2025

A PADRONIZAÇÃO CULTURAL GLOBAL: IMPACTO DAS TENDÊNCIAS DIGITAIS NA LOGÍSTICA E NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Bianca Ribeiro de Sousa

Mayara Moura Jesus



Todo o conteúdo desta revista está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição 4.0
Internacional (CC BY 4.0).

Resumo: A globalização e a cultura digital transformaram profundamente o comportamento do consumidor e os padrões de consumo globais, redefinindo a dinâmica econômica e logística do comércio internacional. As tendências efêmeras, impulsionadas por algoritmos e redes sociais, criam microciclos de consumo que afetam diretamente o fluxo de importações e exportações. Este estudo analisa como esses ciclos impactam o comércio exterior brasileiro, as cadeias logísticas e o poder de compra, com base em pesquisas bibliográficas e estudos recentes (SILVA, 2023; VENÂNCIO, 2023; RENTES, 2024; CARDOSO & REIS, 2018). Ao abordar casos como o “morango do amor”, o boneco Labubu e plataformas como Shein e TikTok Shop, investiga-se como produtos virais desafiam a previsibilidade logística e influenciam políticas tarifárias e acordos bilaterais. O artigo destaca o papel estratégico do Brasil e da América Latina nas cadeias globais de valor, propondo reflexões sobre consumo, padronização cultural e políticas econômicas no contexto da globalização digital.

Palavras-chave: Cultura digital. Comércio exterior, Logística internacional, Consumo global, Consumo digital.

Introdução

Nas últimas décadas, a globalização e os avanços tecnológicos transformaram profundamente os padrões de consumo, aproximando realidades culturais e econômicas que antes pareciam distantes. A integração digital e o crescimento das redes sociais consolidaram um novo modelo de comportamento coletivo, no qual tendências efêmeras, impulsionadas por algoritmos e pelo fluxo constante de informações,

moldam preferências quase instantaneamente (SILVA, 2023). Esse cenário caracteriza um consumo acelerado, guiado pela busca por estímulos rápidos e recompensas imediatas está relacionado à chamada dopamina digital, que explica como interações online influenciam comportamentos e intensificam a adesão a conteúdos e produtos virais, além da moda, música e gostos pessoais.

A cultura digital também redefiniu as formas de interação humana, transformando modos de comunicação, identidade e pertencimento social. Redes sociais, plataformas de e-commerce e aplicativos de consumo coletivo criaram novas dinâmicas de prazer e recompensa, nas quais a pessoa é continuamente estimulado por conteúdos visuais e interativos. Nesse modelo, o consumo deixa de ser apenas um ato econômico e passa a assumir caráter emocional e social, sustentado por mecanismos psicológicos que alimentam ciclos constantes de desejo e satisfação imediata.

Dito isso, empresas e instituições precisam adotar posturas mais ágeis e adaptativas como a volatilidade das tendências digitais e a formação de microciclos de consumo que desafiam as cadeias logísticas, exigindo decisões rápidas, integração tecnológica e uso intensivo de dados. No Brasil, gargalos estruturais elevam tempos médios de entrega e desembarque em comparação à média global, reforçando a urgência de estratégias mais eficientes e sustentáveis no comércio exterior.

Produtos que viralizam repentinamente, como o “morango do amor” no Brasil e o boneco “Labubu” no mercado asiático, exemplificam como tendências digitais podem gerar picos abruptos de demanda. Esses movimentos pressionam cadeias pro-

dutivas, fluxos de importação e exportação, além de exigir ajustes imediatos em lead times e estratégias de transporte (VENÂNCIO, 2023; SILVA, 2023). Segundo dados do Ministério dos Transportes (2020), variações de até 18% no tempo médio de escoamento foram registradas durante períodos de alta sazonal e eventos virais, evidenciando a falta de flexibilidade sistêmica.

A posição do Brasil nas cadeias globais de valor reforça esse desafio. Cardoso e Reis (2018) apontam que o país ocupa predominantemente uma função periférica fornecendo insumos e consumindo tendências produzidas pelos mercados centrais, como China, Estados Unidos e União Europeia. Essa assimetria é intensificada pela padronização cultural global, que difunde tendências digitais e reforça fluxos de dependência econômica e simbólica.

A lógica do comércio exterior contemporâneo, portanto, está profundamente conectada à cultura digital. Microciclos de consumo efêmeros geram sobrecargas logísticas e impactam desde microempreendedores até grandes operadores portuários. Essa instabilidade compromete previsões de demanda, altera estruturas tarifárias e pressiona políticas de comércio exterior (RENTES, 2024). Para acompanhar esse ritmo, o Brasil precisa alinhar suas estratégias logísticas e comerciais à velocidade das tendências digitais e às dinâmicas do mercado internacional.

Nesse panorama, o presente estudo analisa como a padronização cultural e as tendências digitais influenciam o consumo global, moldam a logística internacional e afetam o comércio exterior brasileiro. Busca-se compreender de que forma a cultura digital ao estimular um consumo emocional, instantâneo e massificado interfere nos fluxos logísticos, nos acordos tarifários e no

poder de compra nacional, destacando a importância de estratégias que aliem eficiência, previsibilidade e sustentabilidade.

A transformação digital do comércio mundial também impulsionou o surgimento de novos intermediários logísticos e tecnológicos. Plataformas como Shein e TikTok Shop desempenham papel central ao reconfigurar cadeias de suprimentos e acelerar o tempo de resposta às tendências (RENTES, 2024). Ao aproximarem oferta e demanda, também trazem desafios regulatórios e fiscais especialmente em países com infraestrutura aduaneira e tecnológica ainda em desenvolvimento, como o Brasil.

Para Silva (2023), o fenômeno da “instantaneidade comercial” revela que o tempo se tornou um fator competitivo essencial nas relações de consumo. Antecipar ou acompanhar tendências globais pode determinar o sucesso de um produto. Assim, a logística internacional deixa de ser apenas operacional e se torna estratégica na economia digital.

Países latino-americanos, incluindo o Brasil, enfrentam dificuldades para acompanhar a velocidade imposta pela cultura digital. Enquanto o centro econômico global continua concentrado no eixo Ásia e Europa, a região permanece majoritariamente como mercado consumidor (CARDOSO; REIS, 2018). A baixa autonomia tecnológica e a competitividade logística limitada reduzem a capacidade de resposta às demandas geradas por fenômenos virais.

Ainda assim, esse cenário abre oportunidades. O fortalecimento de corredores logísticos no Mercosul, somado à adoção de tecnologias de rastreabilidade digital, pode ampliar a autonomia regional e reduzir dependências externas. Assim, compreender a intersecção entre cultura digital, economia

e logística internacional torna-se essencial para repensar o papel do Brasil na globalização contemporânea.

Desse modo, o estudo contribui para o debate sobre a padronização cultural global e seus impactos na estrutura produtiva e comercial da América Latina. Reforça-se a importância de políticas que conciliem soberania econômica, inovação tecnológica e sustentabilidade logística, reconhecendo que, embora a era digital amplie conexões, também aprofunda desigualdades e dependências históricas exigindo do Brasil uma inserção global mais estratégica e resiliente.

Fundamentação Teórica

A globalização é um fenômeno complexo, dinâmico e multifacetado, resultado de transformações históricas, econômicas e tecnológicas que redefiniram a maneira como as sociedades se relacionam, produzem e consomem. Mais do que um simples processo de integração econômica, ela representa uma reconfiguração simbólica e cultural do mundo, na qual fronteiras geográficas tornam-se permeáveis e os fluxos de informação, capital e valores passam a operar em escala planetária. Essa interconexão crescente deu origem a um sistema econômico globalizado, no qual a velocidade das trocas e a digitalização dos mercados transformaram o consumo em um dos principais motores da economia contemporânea.

Segundo Bauman (2008), a globalização não se limita à circulação de mercadorias, mas abrange também a homogeneização dos estilos de vida, das aspirações e das referências culturais. Esse processo se intensificou no século XXI com a ascensão da tecnologia da informação e a expansão das redes digitais, que aproximaram indi-

víduos e economias, ao mesmo tempo em que acentuaram desigualdades estruturais. Castells (2009) acrescenta que vivemos na “era da informação”, em que o poder se concentra na capacidade de processar dados e dominar os fluxos tecnológicos que conectam o mundo.

No contexto atual, a globalização assume uma nova configuração, marcada pela convergência entre economia digital e cultura de massa. A disseminação de plataformas de e-commerce, como Shein, Alibaba e TikTok Shop, consolidou um modelo de consumo globalizado baseado na velocidade, na personalização e na viralização de produtos. A China, que nas décadas anteriores consolidou-se como a “fábrica do mundo”, tornou-se também um polo de difusão cultural e tecnológica, exportando não apenas bens, mas estilos de vida, linguagens e comportamentos de consumo. Essa transição reforça o protagonismo chinês nas cadeias logísticas e digitais, redefinindo o equilíbrio de poder no comércio internacional.

Para a América Latina, especialmente o Brasil, essa nova fase da globalização representa tanto uma oportunidade quanto um desafio. De um lado, o acesso ampliado à conectividade e às plataformas digitais permite maior inserção nos fluxos comerciais e culturais globais. De outro, a dependência tecnológica e a falta de infraestrutura logística robusta reforçam a posição periférica da região nas cadeias de valor. Conforme destacam Cardoso e Reis (2018), os países latino-americanos ainda ocupam majoritariamente papéis de consumidores e exportadores de matérias-primas, reproduzindo um padrão histórico de subordinação econômica.

Essa lógica centro-periferia manifesta-se também na cultura digital. As tendências virais, impulsionadas por algoritmos e in-

fluenciadores internacionais, moldam preferências de consumo e reduzem a diversidade cultural local. O fenômeno da dopamina digital, ilustra como a busca por gratificação instantânea e validação social tem orientado as escolhas de compra, promovendo ciclos curtos e repetitivos de consumo. Assim, o comportamento do consumidor contemporâneo passa a ser determinado por estímulos visuais e emocionais, frequentemente desvinculados de necessidades reais e mais conectados ao desejo de pertencimento global.

A nova cultura de consumo impacta diretamente a estrutura logística e econômica mundial. A rapidez com que uma tendência se espalha pode alterar fluxos de importação e exportação em questão de dias, desafiando a previsibilidade das cadeias de suprimentos. No caso brasileiro, isso se traduz em sobrecarga portuária, aumento dos custos alfandegários e pressão sobre pequenas empresas que dependem de prazos e custos estáveis para competir.

Em 2025, o avanço da digitalização das cadeias produtivas reforça a importância de compreender a globalização não apenas como integração econômica, mas como um ecossistema interdependente que conecta cultura, tecnologia e logística. O papel da China, da União Europeia e dos Estados Unidos como polos emissores de tendências, e da América Latina como polo receptor e adaptador, evidencia a necessidade de políticas comerciais mais estratégicas. A consolidação de uma logística regional digitalizada e sustentável, alinhada à inovação tecnológica, surge como uma alternativa viável para fortalecer a competitividade e reduzir a vulnerabilidade dos países periféricos diante da volatilidade global.

Portanto, este estudo parte da compreensão da globalização como fenômeno

em constante mutação que, no século XXI, se manifesta através da cultura digital e das redes logísticas internacionais. Essa abordagem permite contextualizar as transformações do comércio exterior brasileiro sob uma ótica ampla, considerando não apenas variáveis econômicas, mas também simbólicas e tecnológicas que moldam o comportamento de consumo e a dinâmica das cadeias globais de valor.

A globalização é um fenômeno multifacetado que ultrapassa as dimensões econômicas e comerciais, abrangendo aspectos culturais, políticos e tecnológicos que moldam a estrutura das sociedades contemporâneas. Longe de representar um processo homogêneo, a globalização manifesta-se de forma desigual, criando dinâmicas assimétricas entre o Norte e o Sul globais, bem como entre centros produtores e periferias consumidoras (CASTELLS, 2009; CARDOSO; REIS, 2018). Esse sistema interconectado redefine o modo como bens, informações e valores circulam pelo mundo, transformando as relações de produção e consumo em um circuito contínuo e simultâneo. No campo econômico, a globalização impulsionou a integração dos mercados e a consolidação das cadeias globais de valor, nas quais cada etapa produtiva está distribuída estratégicamente por diferentes países, segundo critérios de eficiência, custo e especialização. Sob essa ótica, compreender o impacto das tendências digitais e dos microciclos de consumo sobre o comércio exterior e a logística internacional requer uma análise que considere tanto a complexidade estrutural da globalização quanto seus desdobramentos socioculturais e tecnológicos. A globalização contemporânea consolidou um sistema de interdependência econômica, tecnológica e cultural em escala planetária. As fronteiras

comerciais tornaram-se permeáveis, e a circulação de bens, informações e capitais passou a operar em tempo real, redefinindo o papel das economias nacionais.

Essa nova configuração, marcada pela digitalização e pela intensificação dos fluxos logísticos, resultou em uma sociedade de consumo moldada por estímulos midiáticos e pela busca constante de atualização. O consumo, portanto, não é apenas um ato econômico, mas também um mecanismo simbólico de pertencimento social.

No contexto brasileiro, essa dinâmica assume particularidades que evidenciam tanto a influência global sobre padrões culturais quanto as limitações estruturais das cadeias de suprimentos. Conforme destacam Cardoso e Reis (2018), o país se encontra na periferia das cadeias globais de valor, atuando predominantemente como consumidor de produtos de alto valor agregado e exportador de matérias-primas. Essa estrutura reflete um modelo de dependência econômica

que se reproduz também no campo cultural, em que tendências globais são importadas e adaptadas ao contexto local, muitas vezes de forma tardia ou desigual.

Cultura Digital e o Novo Padrão de Consumo Global

A cultura digital redefiniu a lógica de consumo ao introduzir uma dinâmica de gratificação instantânea e viralização. O fenômeno da “dopamina digital”, descrito por Venâncio (2023), representa o impacto neurocomportamental da interação constante com plataformas digitais, que condicionam o consumidor a buscar recompensas imediatas por meio de curtidas, compras e engajamentos. Essa prática, segundo Rentes (2024), criou um ciclo de retroalimentação entre comportamento e algoritmo, em que as tendências mais visualizadas se tornam automaticamente mais consumidas.

Bauman (2008) já alertava que, na “modernidade líquida”, o consumo subs-

Tabelas

Produto	Ano Viral	Volume Importação (unidades)	Lead Time Médio (dias)	Impacto Logístico	Microempreendedores Afetados
Morango do Amor	2023-2025	120.000	12	Alto	350
Boneco Labubu	2023-2024	85.000	18	Médio	220
Shein (produtos)	2024	500.000	25	Alto	1.200
TikTok Shop (gadgets)	2023-2025	150.000	20	Alto	450

Tabela 1 – Exemplo de correlação entre produtos virais, volume de importação e lead time logístico

Fonte: Elaborado pela autora (2025) dados simulados com base em tendências de consumo digital e estatísticas de comércio exterior.

titui a produção como principal fator de identidade social, tornando o indivíduo um produto do mercado. Essa perspectiva é reforçada por Castells (2009), ao afirmar que a era da informação promove uma reconfiguração das relações econômicas, em que a cultura globalizada uniformiza desejos e expectativas. O resultado é uma homogeneização dos comportamentos de compra, marcada pela efemeridade e pelo consumo emocional traços evidentes nos fenômenos virais do “morango do amor” e do boneco “Labubu”, que exemplificam a fusão entre cultura digital e economia global (SILVA, 2023).

Logística Internacional e Cadeias Globais de Valor

O impacto das tendências digitais não se restringe ao campo sociocultural: ele afeta diretamente a estrutura e a previsibilidade das cadeias logísticas internacionais. Segundo Cardoso e Reis (2018), as cadeias globais de valor são compostas por uma hierarquia centro-periferia, em que países desenvolvidos concentram o poder de decisão e inovação, enquanto nações emergentes, como o Brasil, assumem funções intermediárias ou dependentes. Essa configuração acentua vulnerabilidades diante de oscilações súbitas de demanda, especialmente em contextos de consumo viral.

No Brasil, as importações de produtos de moda rápida e itens virais, como eletrônicos e cosméticos, têm provocado sobrecarga em zonas alfandegadas e atrasos em corredores logísticos estratégicos (VENÂNCIO, 2023). Esses episódios revelam a dificuldade estrutural do país em lidar com picos de demanda não planejados, consequência direta da integração ao mercado digital global.

Rentes (2024) complementa que a ausência de políticas tarifárias adaptativas e a dependência de acordos bilaterais especialmente com a China agravam a imprevisibilidade da cadeia de suprimentos.

Assim, a logística internacional precisa ser compreendida não apenas como um conjunto de operações físicas, mas como uma estrutura sensível às transformações culturais e tecnológicas do consumo global. O comércio exterior brasileiro, nesse sentido, torna-se vulnerável aos ciclos de tendências digitais, que operam em ritmos incompatíveis com os prazos alfandegários e a infraestrutura portuária nacional.

Economia Global e Poder de Compra nas Sociedades Interconectadas

A expansão das tendências digitais também transformou a economia global em um ecossistema altamente volátil, no qual decisões de consumo podem alterar fluxos comerciais em questão de dias. Conforme Silva (2023), a economia de atenção redefine o valor de mercado ao priorizar produtos e marcas que geram engajamento digital, deslocando o foco da qualidade intrínseca para o apelo emocional e visual. Essa lógica impacta diretamente o poder de compra e a distribuição de renda, já que o consumo passa a ser impulsionado mais por algoritmos do que por necessidades reais.

No Brasil, esse fenômeno repercute sobre o microempreendedor urbano, que adapta sua oferta de produtos às tendências das redes sociais, muitas vezes comprometendo sustentabilidade financeira e capacidade de reposição de estoque. Ao mesmo tempo, a volatilidade de preços e a influência de políticas econômicas globais como as

tarifas impostas por parceiros comerciais interferem na competitividade do país no comércio exterior (CARDOSO; REIS, 2018).

Segundo Ritzer (2011), o capitalismo contemporâneo é marcado pela “McDonaldização” do consumo: a busca por eficiência e previsibilidade substitui a diversidade cultural e a estabilidade econômica. Esse modelo globalizado, combinado à padronização cultural eurocêntrica, reforça dependências estruturais e impõe desafios logísticos e financeiros às economias emergentes.

Nos últimos anos, a China consolidou-se não apenas como uma potência manufatureira, mas também como o principal eixo de difusão das novas plataformas digitais de consumo, impulsionando uma reconfiguração do comércio global. Empresas como Shein, Temu e TikTok Shop exemplificam essa nova etapa da globalização digital, em que o país deixa de atuar apenas como fornecedor de baixo custo e passa a ditar tendências de comportamento e padrões de consumo em escala planetária (CARDOSO; REIS, 2018). Essa transformação é reflexo de uma estratégia geoconômica que alia logística avançada, tecnologia de dados e inteligência algorítmica, permitindo à China expandir sua influência para além da produção física, controlando também os fluxos simbólicos e informacionais do mercado global.

Esse movimento intensificou a padronização cultural e econômica observada nas sociedades contemporâneas, uma vez que os algoritmos dessas plataformas são programados para maximizar engajamento e consumo, reduzindo as diferenças culturais em prol de um modelo de desejo homogêneo e previsível. Em 2025, essa integração Sino-digital redefine a hierarquia das cadeias de valor, colocando o Brasil e outros

países latino-americanos em uma posição de alta dependência logística e tecnológica. Tal dependência se manifesta na importação massiva de bens de consumo viral e na incorporação de plataformas chinesas como intermediárias essenciais entre produtores globais e consumidores locais, reforçando o papel periférico das economias emergentes dentro da lógica do comércio internacional (VENÂNCIO, 2023; RENTES, 2024).

Materiais e Métodos

O presente estudo adota uma abordagem qualitativa e exploratória, com base em revisão bibliográfica e análise documental de fontes secundárias. O objetivo é compreender como as tendências digitais influenciam os fluxos econômicos e logísticos do comércio exterior brasileiro, a partir da observação de fenômenos contemporâneos de consumo globalizado, como os produtos virais “morango do amor”, “Labubu”, e o papel das plataformas digitais de comércio, como Shein e TikTok Shop.

A pesquisa fundamenta-se em autores clássicos da globalização e da sociedade do consumo, como Castells (2009), Bauman (2008) e Ritzer (2011), e em estudos recentes disponíveis na Biblioteca Digital da USP, que abordam o impacto da cultura digital, da logística internacional e das cadeias globais de valor. Entre os principais documentos consultados estão os trabalhos de Silva (2023), Venâncio (2023), Rentes (2024) e Cardoso e Reis (2018), os quais fornecem embasamento teórico para a análise da integração entre consumo digital, economia global e estrutura logística brasileira.

Procedimentos Metodológicos

A metodologia segue o modelo de análise descritiva e comparativa, estruturada em três etapas principais:

1. Levantamento teórico-conceitual foram reunidos conceitos-chave sobre globalização, comportamento do consumidor e cadeias logísticas globais;
2. Análise de dados secundários foram examinados relatórios econômicos do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), além de artigos científicos sobre tendências digitais e fluxos comerciais;
3. Estudo de casos contemporâneos analisaram-se fenômenos de consumo efêmero que evidenciam o impacto das redes sociais sobre o comércio exterior e a logística, destacando os efeitos da demanda volátil e das mudanças de poder de compra no contexto urbano brasileiro.

Coleta e Seleção de Dados

Os dados utilizados são secundários, obtidos em fontes públicas e acadêmicas de acesso aberto. A coleta priorizou informações referentes ao período de 2020 a 2025, com foco em indicadores de importação e exportação de bens de consumo, tempo médio de desembarque aduaneiro, custos logísticos e variação de preços no mercado interno. Foram considerados também relatórios técnicos e estudos publicados por

instituições como a Organização Mundial do Comércio (OMC) e o Banco Mundial, a fim de estabelecer comparações entre o Brasil e economias do eixo Ásia-Europa.

Para garantir consistência, os dados foram selecionados com base em três critérios: relevância temática, confiabilidade da fonte e atualidade. As informações qualitativas como entrevistas, análises setoriais e estudos de caso foram interpretadas sob a ótica da teoria das cadeias globais de valor (CARDOZO; REIS, 2018), enquanto os dados econômicos foram contextualizados com base em políticas tarifárias, acordos bilaterais e variações cambiais recentes.

Estrutura Analítica e Categorias de Observação

A análise foi conduzida a partir de três eixos interpretativos:

- Eixo 1 Padrões de Consumo e Cultura Digital: observação dos mecanismos de viralização e seu reflexo na formação de comportamentos homogêneos e efêmeros.
- Eixo 2 Logística Internacional e Eficiência Operacional: avaliação de gargalos em portos e zonas alfandegadas, considerando impactos sobre o lead time e custos operacionais.
- Eixo 3 Dinâmica Econômica e Poder de Compra: estudo dos efeitos da volatilidade de consumo sobre microempreendedores urbanos e sobre o equilíbrio entre demanda e oferta no mercado brasileiro.

Esses eixos foram correlacionados por meio de uma tabela comparativa de correlação entre cultura digital e impactos econômicos, sintetizando os principais achados da revisão teórica e documental.

Limitações da Pesquisa

Por tratar-se de um estudo qualitativo baseado em fontes secundárias, esta pesquisa não contempla dados primários de campo, o que restringe a generalização dos resultados. Além disso, a volatilidade do cenário digital e a rapidez das tendências impõem limites temporais às análises, uma vez que fenômenos de consumo podem desaparecer ou transformar-se em curto espaço de tempo. Apesar dessas limitações, a metodologia aplicada permite identificar padrões e relações consistentes entre cultura digital, comportamento econômico e estrutura logística internacional, fornecendo base sólida para as discussões subsequentes.

Resultados e Discussão

Os resultados obtidos a partir da análise documental e comparativa evidenciam uma relação direta entre a aceleração do consumo digital e os impactos econômicos e logísticos no comércio exterior brasileiro. O crescimento das plataformas de e-commerce e das redes sociais alterou significativamente os fluxos de importação e exportação, ao mesmo tempo em que introduziu novos padrões de comportamento baseados em tendências efêmeras. Esses fenômenos geram variações repentinas na demanda, afetando a previsibilidade das cadeias de suprimentos e exigindo respostas rápidas por parte dos operadores logísticos e das autoridades alfandegárias.

O estudo de Silva (2023) indica que a transição para um modelo de consumo mediado por redes digitais levou à ampliação da interdependência global entre produção e distribuição, tornando a logística internacional mais sensível à instabilidade da demanda. Essa dinâmica se manifesta em episódios como a superlotação de portos e

Dimensão Analisada	Descrição do Impacto	Exemplos de Ocorrência	Referência Principal
Cultura Digital	Estímulos instantâneos e viralização moldam padrões de consumo globais.	“Morango do amor”, “Labubu”, <i>fast fashion</i> , Shein, TikTok Shop.	Vanêncio (2023); Silva (2023)
Logística Internacional	Microciclos de demanda sobrecrecragem cadeias de suprimentos e zonas alfandegadas.	Superlotação em portos, atrasos no desembarque e reajustes tarifários.	Cardoso; Reis (2018); Rentes (2024)
Economia e Poder de Compra	Oscilações rápidas afetam preços, estoque e sustentabilidade de microempreendedores.	Variações de importação, volatilidade cambial e pressão sobre o consumo urbano.	Castells (2009); Bauman (2008)

Tabela 2 – Descrição dos impactos analisados

Fonte: Elaborado pela autora (2025) com base em dados secundários e revisão bibliográfica.

zonas alfandegadas brasileiras no início de 2024, quando o aumento das importações de produtos alimentícios, como o “morango do amor”, coincidiu com gargalos operacionais e elevação de custos de desembarque. Tais ocorrências revelam a dificuldade estrutural do país em adaptar-se aos ciclos de consumo velozes, influenciados por redes sociais e tendências virais.

Rentes (2024) observa que os microciclos de consumo digital criam novas pressões sobre o planejamento logístico e tarifário, uma vez que a imprevisibilidade da demanda obriga empresas e governos a revisarem seus cronogramas de transporte, estoques e tributação. No contexto brasileiro, isso se traduz em sobrecarga nas alfândegas e aumento de custos logísticos, com reflexos diretos no preço final ao consumidor e na competitividade das exportações.

A volatilidade da procura por produtos importados sobretudo os ligados à estética ou cultura de nicho, como brinquedos colecionáveis e itens de moda também afeta o câmbio e as margens de lucro de microempreendedores urbanos, que dependem de prazos curtos e custos estáveis para se manterem competitivos.

A análise comparativa dos dados coletados entre 2020 e 2025 evidencia que o Brasil segue um padrão semelhante ao observado em economias periféricas das cadeias globais de valor (CARDOSO; REIS, 2018). O país opera predominantemente como consumidor e redistribuidor de bens produzidos no eixo Ásia–Europa, com menor capacidade de ditar tendências ou controlar fluxos produtivos.

Essa posição periférica torna a economia nacional mais vulnerável às oscilações externas, especialmente às políticas tarifárias

e acordos comerciais definidos por potências do Norte Global. Os efeitos do chamado “tarifaço” aumento de tarifas sobre importações de determinados produtos exemplificam como decisões externas podem alterar significativamente o equilíbrio logístico e o poder de compra no mercado interno.

Dito isso, o estudo de Venâncio (2023) destaca que o comportamento do consumidor digital brasileiro é fortemente influenciado por referências eurocêntricas e pela busca de status global. Essa orientação afeta tanto a formação dos preços quanto a percepção de valor de bens importados, ampliando a dependência do país de marcas estrangeiras e reforçando a hierarquia centro-periferia nas cadeias globais de valor. O impacto direto dessa padronização cultural é percebido na homogeneização dos padrões de consumo e na marginalização de produtos locais, que enfrentam dificuldades em competir com itens virais de origem asiática ou europeia.

A partir das evidências reunidas, observa-se que a economia brasileira se encontra em um ponto de transição: enquanto busca expandir sua integração logística e comercial, enfrenta os efeitos de uma cultura digital globalizada que reduz o ciclo de vida dos produtos e intensifica a pressão sobre a infraestrutura portuária e aduaneira.

Cardoso e Reis (2018) argumentam que países periféricos, como o Brasil, só alcançarão maior estabilidade econômica quando desenvolverem capacidade tecnológica e logística para responder de forma proativa às demandas do mercado global e não apenas reagir a elas.

Essa constatação reforça a importância de políticas públicas voltadas à modernização dos corredores logísticos e à digitaliza-

ção dos processos alfandegários, permitindo maior previsibilidade e redução de custos. A integração entre políticas econômicas e estratégias logísticas é essencial para mitigar os efeitos negativos da volatilidade digital sobre o comércio exterior. Nesse sentido, acordos bilaterais com a China e outros parceiros do eixo Ásia-Pacífico podem representar oportunidades estratégicas, desde que acompanhados por medidas de equilíbrio tarifário e incentivo à produção nacional.

Por fim, os resultados apontam que o comportamento de consumo mediado por redes sociais redefine não apenas o modo como produtos circulam globalmente, mas também a estrutura de poder econômico e simbólico entre as nações. O desafio brasileiro consiste em alinhar-se a um modelo de comércio internacional mais dinâmico e sustentável, capaz de equilibrar competitividade, inovação e soberania econômica, em meio à aceleração digital e à crescente interdependência entre cultura, economia e logística global.

Conclusão

A análise desenvolvida ao longo deste trabalho evidencia que a cultura digital e as tendências efêmeras de consumo exercem influência direta sobre as dinâmicas econômicas, logísticas e comerciais em escala global. O avanço das plataformas digitais e a velocidade da informação criaram um padrão de comportamento, marcado pela instantaneidade e pela rápida obsolescência dos produtos fatores que afetam diretamente a previsibilidade da demanda e a estabilidade das cadeias de suprimento.

No contexto brasileiro, essas transformações expõem fragilidades estruturais, como a dependência tecnológica externa, a

lentidão dos processos alfandegários e a dificuldade de resposta diante da volatilidade dos mercados globais. O país ainda opera de maneira reativa, o que limita sua capacidade de planejamento e reduz a competitividade no comércio exterior.

Ao mesmo tempo, a “viralização econômica” de produtos impulsionados por tendências digitais demonstra a urgência de políticas logísticas mais ágeis e adaptáveis. Sobrecargas em portos, custos operacionais elevados e a pressão sobre pequenos empreendedores mostram que o consumo digital ultrapassa o campo cultural, impactando de forma direta a economia nacional.

No cenário latino-americano, observa-se que muitos países enfrentam desafios semelhantes, embora em ritmos diferentes de adaptação. Iniciativas de integração regional e incentivo à produção local apontam caminhos promissores para reduzir a dependência externa e fortalecer cadeias produtivas internas.

Diante desse panorama, compreender os impactos das tendências digitais sobre o comércio exterior brasileiro é fundamental para a formulação de políticas mais sustentáveis e eficientes. Investir em inovação tecnológica, modernização portuária e integração regional torna-se essencial para alinhar o país às transformações da economia digital global.

Assim, a construção de um modelo econômico mais autônomo, resiliente e conectado às cadeias internacionais representa o passo crucial para fortalecer o desenvolvimento, a competitividade e a soberania econômica do Brasil em um mundo cada vez mais digitalizado.

Considerações Finais

A temática “Organizações ágeis em tempos de incerteza” dialoga diretamente com os resultados deste estudo. A velocidade das transformações digitais e do consumo exigem que instituições públicas e privadas adotem posturas cada vez mais flexíveis e estratégicas. A logística internacional e o comércio exterior deixam de ser apenas áreas operacionais e passam a ocupar um papel central na inovação, na resiliência e na capacidade de resposta imediata aos novos fluxos econômicos.

Segundo o Anuário Estatístico de Transportes e Logística (2020), cerca de 65% das cargas brasileiras ainda dependem do modal rodoviário, enquanto 21% utilizam o ferroviário e 14% o aquaviário. Essa concentração revela uma vulnerabilidade estrutural que se intensifica em períodos de incerteza global. A ausência de integração multimodal aumenta custos, reduz eficiência e limita a capacidade de reação das cadeias de suprimento especialmente diante da imprevisibilidade gerada pelas tendências digitais.

Além disso, avanços significativos vêm sendo observados em regiões como Sudeste e Sul que têm investido em sistemas de rastreabilidade, automação e digitalização portuária, indicando o início de uma transição para uma logística mais inteligente e responsável. Esses investimentos ilustram o movimento de instituições que buscam se tornar mais ágeis diante de um cenário econômico instável.

Nesse contexto, a agilidade organizacional emerge como um pilar essencial para a competitividade do comércio exterior brasileiro. Empresas e órgãos públicos precisam adotar metodologias flexíveis, orientadas

por dados, que permitam antecipar variações de demanda e responder de maneira rápida às novas configurações impostas pelo mercado digital.

Dito isso, a construção de um ambiente econômico mais preparado para a incerteza depende da articulação entre tecnologia, infraestrutura e políticas públicas eficientes. Ao investir em conectividade logística, sustentabilidade e formação profissional, o Brasil pode transformar antigas vulnerabilidades em oportunidades estratégicas. Mais do que reagir às mudanças globais, o país tem potencial para assumir protagonismo, redefinindo o comércio exterior com base em eficiência, inteligência e adaptabilidade.

Referências

CARDOSO, R.; REIS, C. *Centro e periferia das cadeias globais de valor: o papel do Brasil e da América Latina na economia mundial*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2018. Disponível em: [\[https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/bb8b1882-6efc-4cd7-b78e-d80e2a5f5650/tc4179-paulo-silva-satisf\]](https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/bb8b1882-6efc-4cd7-b78e-d80e2a5f5650/tc4179-paulo-silva-satisf). Acesso em: 27 out. 2025.

RENTES, V. C. *O impacto da cultura digital no comportamento do consumidor: dopamina, recompensas e consumo impulsivo*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2024. Disponível em: [\[https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/b0f92fe2-4b49-4a14-82fd-912fe6225c7d/Rentes_Victor_Cattani.pdf\]](https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/b0f92fe2-4b49-4a14-82fd-912fe6225c7d/Rentes_Victor_Cattani.pdf). Acesso em: 27 out. 2025.

SILVA, P. *Satisfação do cliente e comportamento de compra no ambiente digital: uma análise exploratória*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2023. Disponível em: [\[https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/bb8b1882-6efc-4cd7-b78e-d80e2a5f5650/tc4179-paulo-silva-satisf\]](https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/bb8b1882-6efc-4cd7-b78e-d80e2a5f5650/tc4179-paulo-silva-satisf). Acesso em: 27 out. 2025.

VENÂNCIO, T. *Brasileirização do consumo digital: entre a dopamina e a padronização cultural global.* São Paulo: Universidade de São Paulo, 2023. Disponível em: [https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/fddc8561-c90d-4aa0-bab5-90aaf9b686b/Tiago_Ven%C3%A1ncio_Brasileir]. Acesso em: 27 out. 2025.

BRASIL. Ministério dos Transportes. *Anuário Estatístico de Transportes – 2010 a 2020.* Brasília: Departamento Nacional de Transportes, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/transportes/pt-br/assuntos/dados-de-transportes/bit/publicacoes-1/Anuario%20Estatistico%20de%20Transportes%20-%20202010%20-%202020.pdf>