



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA -
PPGG/UEPA**



Jeanny Farias Costa

**Redes nacionais e internacionais de atacarejos e implicações socioespaciais
na cidade média de Castanhal, Pará**

Belém – PA
2022

Jeanny Farias Costa

**Redes nacionais e internacionais de atacarejos e implicações socioespaciais
na cidade média de Castanhal, Pará**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade do Estado do Pará, como requisito para obtenção do título de Mestre em Geografia. Orientador: Prof. Dr. Willame de Oliveira Ribeiro.

Belém – PA
2022

FICHA CATALOGRÁFICA

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP) Biblioteca do CCSE/UEPA, Belém - PA

Costa, Jeanny Farias

Redes nacionais e internacionais de atacarejos e implicações socioespaciais na cidade média de Castanhal, Pará / Jeanny Farias Costa; orientador Willame de Oliveira Ribeiro. – Belém, 2022.

Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade do Estado do Pará. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Belém, 2022.

1.Comércio-Castanhal-PA.2.Hipermercados-Castanhal-PA.3.Castanhal-PA -
Condições sociais.I. Ribeiro, Willame de Oliveira (orient.). II. Título.

CDD. 23° ed. 338

Elaborada por Regina Coeli A. Ribeiro – CRB-2/739

Jeanny Farias Costa

**Redes nacionais e internacionais de atacarejos e implicações socioespaciais
na cidade média de Castanhal, Pará**

RESULTADO _____.

DATA: ____ / _____ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Willame de Oliveira Ribeiro – orientador

Prof. Dr. Aiala Colares de Oliveira Couto – Examinador Interno

Prof. Dr. José Queiroz de Miranda Neto – Examinador Externo

Belém – PA
2022

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a você, leitor, que assim como eu possui sonhos.

AGRADECIMENTOS

O término de um trabalho é sempre gratificante, sentimento de gratidão, podendo até parecer redundante, mas é exatamente esta a sensação, tanto para com aqueles que participaram diretamente do processo de desenvolvimento da pesquisa, quanto àqueles que de uma forma ou de outra também contribuíram.

Agradeço, primeiramente, a força maior da vida, o Deus que tudo sabe, tudo ver e tudo ouve. Ao Deus que é essência da vida e esperança. Obrigada, senhor, pela saúde, persistência e força sempre que achei que não ia conseguir.

Sou muito grata ao meu orientador, Professor Dr. Willame Ribeiro, que mesmo diante de uma demanda exaustiva de ocupações que um professor universitário está fadado a cumprir, conduziu a orientação da nossa pesquisa de forma substancial e plausível, ajudando-me a definir os caminhos a trilhar. Obrigada por ter conseguido de forma brilhante ser presente e ao mesmo tempo dando-me autonomia na produção da dissertação.

Gratidão ainda, a minha maior fonte de inspiração de vida e meu maior estímulo de continuar sendo uma sonhadora: a família. Minha mãe (Edvania), pai (Jaime), irmãos e ao meu querido esposo, Mauro Emilio que sempre esteve comigo nesse trajeto, acreditando que eu seria capaz e fazendo eu acreditar também, sempre fez tudo para o meu bem estar nos momentos de estudos.

Agradeço a todos os docentes que fazem parte do programa de Pós-Graduação em Geografia da UEPA que atuaram como professores, são eles: Fabiano Bringel, Cátia Macedo, Willame Ribeiro, Antônio de Pádua, Francisco Emerson, Carlos Bordalo, Aiala Couto e Benedito Valente. Obrigada pelo acolhimento e por todo aprendizado oferecido pela instituição.

Agradeço a todos os informantes da pesquisa, principalmente os pequenos comerciantes varejistas do bairro Jaderlândia que disponibilizaram tempo para entrevistas, mesmo durante o atendimento aos clientes. Forneceram informações essenciais para pesquisa.

Agradeço também aos amigos da turma do mestrado 2020 do PPGG, pelas trocas de conversas e conhecimentos, apesar da convivência ter sido branda e passageira devido à pandemia.

E, por fim, meus agradecimentos a Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisa (FAPESPA) pelos quase dois anos de bolsa, que foi muito importante para o desenvolvimento da pesquisa.

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu,
mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre
aquilo que todo mundo vê.”

Arthur Schopenhauer

RESUMO

A presente pesquisa abrange as implicações socioespaciais na atuação do comércio de redes nacionais e globais de atacarejos (Assaí, Atacadão e Mix atacarejo) na cidade de Castanhal, localizada na região nordeste do Pará. Esse segmento tem gerado transformações importantes nos espaços urbanos e na rede urbana, como evidencia a análise da realidade brasileira e paraense e atravessa um período de transformações frente ao papel desempenhado pelo grande capital. Verificou-se que os atacarejos se caracterizam por reunir características do varejo e do atacado, reduzindo preços mediante a diminuição de custos. Nesse sentido, o trabalho objetivou analisar as implicações socioespaciais das atividades de atacarejos, integrantes de redes de atuação nacional e internacional, para a cidade média de Castanhal. Debruçou-se sobre as principais características de funcionamento dessas atividades, bem como suas estratégias econômicas e espaciais, realçando os efeitos da instalação das redes no centro de bairro do Jaderlândia, marcado por atividades do circuito inferior da economia urbana na cidade. Os pequenos comércios varejistas caracterizados como lojas do circuito inferior da economia urbana reafirmam novas facetas e revelam mudanças e permanências nas suas novas formas de atuação. Realizaram-se estudos bibliográficos, documentais e pesquisa de campo, com aplicação de entrevistas juntos aos consumidores das redes de atacarejos, aos moradores do entorno dessas redes e proprietários do circuito inferior no bairro Jaderlândia. Com a introdução das redes de atacarejos a partir de 2016 em Castanhal, estas desempenham um significativo papel na cidade de ampliação de bens e serviços em escala regional e local com importantes transformações na organização interna da cidade. Criaram-se novas espacialidades ao entorno das redes, melhoramentos na infraestrutura, de serviços, emprego, renda e de segurança. O atacarejo surgiu da necessidade de mudança do mercado varejista em virtude das necessidades diferenciadas dos consumidores atuais, com isso, o funcionamento é organizado de forma híbrida. No entanto, utiliza dois tipos de mercados: o autosserviço e o pague leve, assim, atendem tantos comerciantes como consumidores familiares. Tal mudanças do mercado varejista, implica saber a relação com o circuito inferior da economia urbana, ou seja, os pequenos comércios varejistas, que veem-se sob a necessidade de inovar-se, adotando estratégias de mudanças para permanecer no mercado. O cenário atual do segmento comercial de atacarejos na cidade de Castanhal é marcado pela resistência dos pequenos varejistas diante do grande capital e, ao mesmo tempo em que as novas relações concorrenciais demonstram que, no bojo do avanço técnico e da modernização dos segmentos econômicos, formas antigas e novas de comércio convivem e se relacionam, (re)configurando e (re)definindo a dinâmica espacial das cidades.

Palavras-chave: Hipermercado, atacarejo, comércio, Castanhal, implicações socioespaciais.

ABSTRACT

The present research covers the socio-spatial implications in the performance of the commerce of national and global atacarejos (Assaí, Atacadão and Mix atacarejo) in the city of Castanhal, located in the northeast region of Pará. This segment has generated important transformations in urban spaces and in the urban network, as evidenced by the analysis of the Brazilian and Pará reality and is going through a period of transformations in the face of the role played by big capital. It was found that the atacarejos are characterized by bringing together characteristics of retail and wholesale, reducing prices by reducing costs. In this sense, the work aimed to analyze the socio-spatial implications of the activities of the atacarejos, members of national and international networks, for the medium-sized city of Castanhal. It focused on the main operating characteristics of these activities, as well their economic and spatial strategies, highlighting the effects of the installation of networks in the center of the Jaderlândia neighborhood, marked by activities of the lower circuit of the urban economy in the city. Small retail stores characterized as stores in the lower circuit of the urban economy reaffirm new facets and reveal changes and continuities in their new ways of acting. Bibliographic, documentary studies and field research were carried out, with the application of interviews with consumers of the atacarejos chains, the residents of the surroundings of these networks and owners of the circuit in the Jaderlândia neighborhood. With the introduction of atacarejos chains from 2016 in Castanhal, these play a significant role in the city of expanding goods and services on a regional and local scale with important changes in the internal organization of the city. New spatialities were created around the networks, improvements in infrastructure, services, employment, income and security were created. The atacarejo market emerged from the need to change the retail market due to the differentiated needs of current consumers, with this, the operation is organized in a hybrid way. However, it uses two types of markets: self-service and pay and take, thus serving both merchants and family consumers. Such changes in the retail market imply knowing the relationship with the lower circuit of the urban economy, that is, small retailers find themselves under the need to innovate, adopting change strategies to stay in the Market. The current scenario of the atacarejos commercial segment in the city of Castanhal is marked by the resistance of small retailers in the face of big capital and, at the same time, the new competitive relations demonstrate that, in the midst of technical advances and the modernization of economic segments, forms old and new commerce coexist and relate, (re)configuring and (re)defining the spatial dynamics of cities.

Keywords: Hypermarket, atacarejos, commerce, socio-spatial implications.

Lista de Quadros

QUADRO 1– Empreendimento, grupo e capital de origem do objeto.....	24
QUADRO 2- Identificação das principais literaturas utilizadas.....	29
QUADRO 3- órgãos e dados secundários da pesquisa.....	31
QUADRO 4- Classificação das atividades do circuito inferior (formais e informais)	44
QUADRO 5- Brasil. Primeiros Supermercados implantados nas Unidades Federativas.....	51
QUADRO 6 - características das modalidades de comércio.....	55
QUADRO 7- Pará. Todas as lojas distribuídas pelas cidades do Pará.....	63
QUADRO 8- Castanhal. Periodização da formação do espaço urbano. 2022.....	71
QUADRO 9 – Castanhal. Evolução populacional.....	74
QUADRO 10 – Castanhal. Características específicas de funcionamento de cada empreendimento.....	86
QUADRO 11- Castanhal. Mudanças ao entorno dos empreendimento de acordo com moradores, 2022.....	89
QUADRO 12- Síntese das implicações socioespaciais em Castanhal.....	122

Lista de mapas

MAPA 1 - Município de Castanhal. Localização. 2016.....	23
MAPA 2- Brasil. Localização de todas as lojas (Assaí, Atacadão e Mateus) nas cidades do Brasil. 2021.....	58
MAPA 3 - Pará. Hierarquia urbana. 2018.....	65
MAPA 4- Pará. Localização das lojas de hipermercados e atacarejos pertencentes a redes nacionais e internacionais. 2021.....	66
MAPA 5- Castanhal. Expansão do espaço urbano, 1984-2021.....	76
MAPA 6- Castanhal. Região imediata de articulação urbana. 2013.....	82
MAPA 7- Castanhal. Localização das lojas de atacarejos.....	84
MAPA 8- Castanhal. Localização do Jaderlândia III e as lojas de atacarejos estudadas, 2022.....	101

Lista de figuras

FIGURA 1- Castanhal. Fase de funcionamento da ferrovia EFB.....	72
FIGURA 2- Castanhal. Demolição da Estação da ferrovia EFB. 1966.....	73
FIGURA 3- Castanhal. Fase da rodovia antes e depois da EFB.....	74
FIGURA 4- Castanhal. As imediações do Atacadão, 2022.....	88
FIGURA 5- Castanhal. As imediações do Assaí Atacadista, 2022.....	91
FIGURA 6- Castanhal. O açougue mais próximo ao Assaí, 2022.....	92
FIGURA 7- Castanhal. Frutaria próximo ao Assaí, 2022.....	93
FIGURA 8- Castanhal. Restaurante mais próximo ao Assaí, 2022.....	94
FIGURA 9- Castanhal. As imediações do Mix Atacarejo, 2022.....	96
FIGURA 10- Castanhal. Calçamento ao entorno do Mix Atacarejo Castanhal, 2022.....	98
FIGURA 11 - Jaderlândia III. Perspectiva da rua Dr. Adailson da Silva Rodrigues. 2022....	105
FIGURA 12- Castanhal. Estruturação dos estabelecimentos do circuito inferior no Jaderlândia, 2022.....	110
FIGURA 13- Castanhal. O maior empreendimento próximo ao Assaí, 2022.....	116

Lista de gráficos

GRÁFICO 01- Clientes entrevistados que residem ou não em Castanhal e que compram nos Atacarejos, 2022.....	85
GRÁFICO 02- Castanhal. Opinião dos clientes sobre as instalações dos atacarejos em Castanhal, 2022.....	87
GRÁFICO 03- Motivos pelo qual os clientes compram no Atacadão, 2022.....	90
GRÁFICO 04- Motivos pelo qual clientes compram no Assaí Atacadista, 2022.....	95
GRÁFICO 05- Motivos pelo qual clientes compram no Mix Atacarejo, 2022.....	99
GRÁFICO 06- Castanhal. Tipos de mão de obra representada pelo circuito inferior no Jaderlândia, 2022.....	107
GRÁFICO 07- Castanhal. Formas modernas de compras no circuito inferior no Jaderlândia, 2022.....	109

GRÁFICO 08- Castanhal. Estratégias utilizadas para se manter na forte presença dos atacarejos na cidade, 2022.....	112
GRÁFICO 09- Castanhal. A relação do Assaí no desempenho das atividades do circuito inferior, 2022.....	115
GRÁFICO 10- Castanhal. A relação de compras do circuito inferior com os atacarejos, 2022.....	117
GRÁFICO 11- Castanhal. Relatos dos pequenos comerciantes sobre o processo de modernização do bairro, 2022.....	119
GRÁFICO 12- Castanhal. Mudanças percebidas a partir da instalação do Assaí no bairro, 2022.....	120

Lista de siglas

ABRAS- Associação dos supermercados brasileiro
EFB- Estrada de ferro de Bragança
GT- Grupo de trabalho
GPA- Grupo pão de açúcar
IFPA- Instituto federal de educação, ciência e tecnologia do Pará
IDH- Índice de desenvolvimento humano
IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JUCEPA- Junta comercial do Pará
MTCI- Meio técnico científico informacional
PMC- Prefeitura municipal de Castanhal
PNUD- Programa das nações unidas para o desenvolvimento
PMCMV- Programa minha casa minha vida
REGIC- Região de influência das cidades
RMB- Região metropolitana de Belém
SEBRAE- Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas
UEPA- Universidade do Estado do Pará
INPE- Instituto nacional de pesquisas espaciais
PIB- Produto interno bruto
EUA- Estados Unidos da América

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1: ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA	22
1.1 OBJETO, LOCUS E SUJEITOS DA PESQUISA	22
1.2 TIPO E CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	25
1.3 ETAPAS E PROCEDIMENTOS DA PESQUISA	29
1.4 FORMA DE ANÁLISE DOS DADOS E MÉTODO DA PESQUISA	32
CAPÍTULO 2: ATIVIDADES COMERCIAIS DE HIPERMERCADOS E ATACAREJOS: DOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS A SUA RELEVÂNCIA NO BRASIL E NO ESTADO DO PARÁ	36
2.1 HIPERMERCADOS E ATACAREJOS: GLOBALIZAÇÃO E MEIO TÉCNICO-CIENTÍFICO-INFORMACIONAL.....	36
2.2 OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA E O SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS.....	42
2.3 A INSERÇÃO DAS EMPRESAS TRANSNACIONAIS DE ATACAREJOS NO BRASIL.....	48
2.4 A REPRODUÇÃO DOS HIPERMERCADOS E ATACAREJOS NO ESTADO DO PARÁ.....	59
CAPÍTULO 3: A PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL E SUA DINÂMICA REGIONAL ATUAL	68
3.1 A FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL.....	68
3.2 CASTANHAL E SEU PAPEL NA REDE URBANA DO NORDESTE PARAENSE.....	78
3.3 GRANDES REDES DE ATACAREJOS: DESCENTRALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES COMERCIAIS EM CASTANHAL?	83
CAPÍTULO 4: O BAIRRO JADERLÂNDIA III EM CASTANHAL: O CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DIANTE DA EXPANSÃO DOS ATACAREJOS	100
4.1 O JADERLÂNDIA III NO CONTEXTO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL.....	100
4.2 PRECARIIDADE E CENTRALIDADE: A EXPRESSÃO DO CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DO JADERLÂNDIA.....	103
4.3 OS IMPACTOS AO CIRCUITO INFERIOR COM A INSERÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DE ATACAREJOS.....	113
CONSIDERAÇÕES FINAIS	121
REFERÊNCIAS	126
APÊNDICE	133

INTRODUÇÃO

Essa pesquisa trata das consequências socioespaciais de empreendimentos de atacarejos, de capital nacional e internacional, na cidade média de Castanhal, sobre atividades do circuito inferior da economia urbana precedente na cidade, com vista a desvelar a dinâmica do processo de reprodução do espaço nessas áreas.

Apresentação e problematização da pesquisa

Com seus avanços históricos, especialmente, com o impulso do comércio e da industrialização, a cidade passou a ser a concretização do processo e a materialização das relações sociais produtoras dos espaços urbanos, produto social e trabalho materializado. O modo de se ocupar determinado lugar da cidade se dá a partir da necessidade de realização de determinada atividade. Nesse sentido, os espaços urbanos, segundo Carlos (2007), transformam-se constantemente devido ao trabalho humano.

No âmbito do processo histórico, ao considerar o espaço urbano como meio, condição e produto para a reprodução das relações sociais (LEFEBVRE, 2013) que ocorrem entre os homens através do trabalho para apropriar-se da natureza, explica-se o estudo das relações entre a cidade e o comércio, uma vez que, com a globalização da economia, caracterizada pela internacionalização da produção e universalização da informação, percebe-se o aumento de produtos e serviços, visto que, alteram hábitos, costumes, gostos e preferências.

Modifica-se o modo de vida e a própria visão de mundo das pessoas. As formas de comercialização evoluíram e vão se adequando de acordo com as relações sociais existentes. Desde o escambo até as compras virtuais, o ser humano procura adaptar seu modo de vida ao meio sobre o qual se insere. O que realmente necessita ou aquilo que é criado para sua sobrevivência, podem ser encontrados próximo ou distante de sua residência.

Atualmente, os grandes empreendimentos econômicos buscam estratégias de ocupação e localização para seus negócios. Os centros urbanos de cidades grandes e médias (escalas regionais e territoriais), dificultaram acessos devido aos grandes fluxos e congestionamentos, dessa forma, segundo Silva e Cleps (2005), para organizar as novas formas de comércio, começaram a pretender vastas áreas, normalmente afastadas das antigas áreas centrais da cidade.

Alguns fundamentos econômicos são fortalecidos perante a importância do comércio tendo como resposta a expansão do tecido urbano e a concentração populacional em determinadas áreas. A descentralização da função comercial é comum nas grandes e médias cidades, devido à mobilidade de pessoas e o desenvolvimento de outras formas comerciais e de valorização do espaço urbano. Tem como objetivo ampliar a centralidade que um ponto ou área já exerce na cidade em escala bem menor em relação ao centro, ou na maioria das vezes, a escolha de áreas de preço baixo no mercado, para valorizá-la, em função da centralidade que ele exercerá (SPOSITO, 2013).

As centralidades surgem a partir do processo de produção e re-valorização do espaço urbano, na medida em que a atração exercida por essas novas áreas implica em alteração no preço e na forma de obter a terra urbana, principalmente, no entorno às centralidades. Diante disso, entende-se a centralidade como um processo que exprime a existência de vários pontos ou áreas de forte concentração de atividades como condição variante, associadas a elevados graus de competição, tendo o centro como uma representação espacial.

As centralidades também estão articuladas às necessidades de reprodução, acumulação do capital e das novas relações de trabalho, “é desvelada pelo o que se movimenta no território” (SPOSITO, 2013, p. 73) que se determina e se expressam muitas vezes na saturação do centro principal pelas necessidades impostas pelas novas formas contemporâneas de reprodução do capital.

A centralidade também manifesta o intuito de fragmentar o tecido urbano em parcelas definidas por agentes que se apropriam de decisões, realizam ações e fazem suas escolhas que contemplam a produção imobiliária da cidade, centralizada no modo de produção capitalista, seguindo quase sempre os interesses políticos e/ou econômicos de vários agentes, (CORREA, 1989).

A partir da década de 1950, o mundo passa por grandes transformações, advindas do crescente processo de globalização. Conforme Santos (2008b), a globalização constitui o estágio supremo da internacionalização, à amplificação em “sistema-mundo”, ou seja, a globalização envolve todas as instâncias da produção e também a realidade social e política. Desta maneira, as transformações em nível mundial se intensificam, o capital passa a estar mais concentrado nas mãos de grandes empreendimentos e bancos, iniciando o processo de mundialização das empresas, passando a atuar além de suas fronteiras nacionais, a partir da introdução de técnicas inovadoras.

Desse modo, esse é o período de surgimento das redes supermercadistas fora dos Estados Unidos da América (EUA). Países da América Latina e da Europa passam a adotar o autosserviço¹ como uma forma de ampliar o lucro e satisfazer as necessidades de consumo da sociedade, Silva (2003, p. 92). Quanto aos hipermercados e atacarejos, (Pellegrini *apud* Silva, 2000, p.53), afirma que são todos os estabelecimentos de autosserviço com diversos produtos tanto de base alimentar como não alimentar em uma superfície maior de 2.500 m² podendo alcançar até 15.000 m² de área de venda.

A partir dessas definições, percebe-se a grandiosidade dessa forma comercial, tanto em estrutura física, como de consolidação de elementos de consumo da sociedade. Sua localização depende de uma maior quantidade de movimentação do capital, isto implica em atender uma grande clientela de várias classes sociais, por isso precisam localizar-se nos maiores eixos de circulação urbana das cidades.

O município de Castanhal, situado no nordeste paraense, com uma área de influência de 12.050,98 km² de extensão, população urbana de 304.534 habitantes, sendo 60,5% da população total e uma população, em 2010, segundo o IBGE, de 173.149 habitantes e uma estimativa em 2019 de 200.793 habitantes (IBGE, 2020). Teve seu processo de urbanização deslanchado, principalmente, a partir da Estrada de Ferro de Bragança - EFB (final do séc. XIX a meados da década de 1960), logo, percebe-se as grandes alterações de sua dinâmica urbana e comercial, em meio ao papel de grande complexidade na rede urbana regional, já que está inserida em uma realidade tanto metropolitana quanto na condição de centralidade de cidade média exercido no nordeste paraense.

Castanhal, antes mesmo da construção da via férrea, já possuía um comércio tradicional estabelecido (MIRANDA, 2009). A situação geográfica privilegiada da cidade reforçou sua posição de centro regional, transformando-se num grande polo comercial entre os municípios de Curuçá, Marapanim, Inhangapí e Santa Maria do Pará, entre outros.

Com a desativação da ferrovia (década de 1960), desenvolve-se um novo cenário de organização socioespacial mesmo ainda com elementos herdados do passado. Esta nova organização estava associada ao projeto de integração nacional do governo federal, implantado a partir da construção das rodovias, e trouxe mudanças importantes para Castanhal, com a constituição de novas formas na paisagem, conferindo-lhes novos conteúdos. Como resultado desse processo e de elementos mais recentes, o comércio castanhalense tornou-se bastante diversificado, vários estabelecimentos comercializam desde

¹ “[...] descreve a prática de serviços de estabelecimentos comerciais que não são prestados por empregados, mas sim, efetuados em partes ou completo pelos próprios clientes ou consumidores [...]” (SILVA, 2011, p.15).

gêneros alimentícios até produtos de alta tecnologia, como as do setor da eletrônica e informática.

De acordo com Fontes (2006), a rodovia Belém-Brasília é de fundamental importância para a dinâmica econômica de Castanhal, uma vez que, o município se encontra nas confluências de rodovias federais e estaduais, além da BR-316/BR-010, o município é cortado pelas PA-320, PA-136 e PA-140, o que permite uma dinâmica de fluxos de mercadorias e pessoas e favorece o crescimento urbano e comercial da cidade.

A partir do ano de 2016², Castanhal passou a receber grandes empreendimentos comerciais do ramo de atacarejos³, que são eles: Atacadão, do grupo Carrefour; Assaí Atacadista, do grupo Pão de Açúcar e o Grupo Mateus, que atua como supermercado e Mix Atacarejo. Com o surgimento desses empreendimentos e também de outros já existentes na cidade, questiona-se que pode estar havendo uma intensificação do deslocamento e a concentração de pessoas em um dos bairros localizados na periferia da cidade, inclusive onde está situado um desses empreendimentos citados anteriormente, o bairro Jaderlândia.

No âmbito dos espaços urbanos, em escala mundial, a economia é um vetor que promove grandes transformações espaciais na medida em que o capital se expressa em investimentos produtivos travestidos em empresas atuantes em escalas internacionais e nacionais demarcadoras de fortes símbolos reconhecíveis.

Entre as empresas interescares, destacam-se os atacarejos, suas atuações direcionam-se para as metrópoles, cidades grandes e médias, detentoras de grande vantagem comparativa locacional. Neste contexto, insere-se a cidade de Castanhal como um nó de articulação regional, cujo espaço urbano vem sendo reproduzido com seus corolários socioespaciais pela inserção dos atacarejos.

Diante disso, a discussão da pesquisa alinha-se mediante sua indagação principal: Quais as implicações socioespaciais das atividades de atacarejos, integrantes de redes de atuação nacional e internacional, sobre Castanhal, enquanto cidade média no Estado do Pará?

O processo de produção espacial e urbana de Castanhal lhe atribuiu à condição de capital regional C, segundo o estudo Regiões de Influência das cidades - REGIC 2018 (IBGE, 2020), refletindo a importância do seu comércio e serviços, assim, gerando dualidades epistêmicas, quanto à relação espacial e econômica com a metrópole, conforme demonstra Ribeiro (2016), essas relações “não resultam da dinâmica metropolitana e sim, da sua

² Foi o ano de chegada do primeiro empreendimento na cidade de Castanhal (grupo Mateus)

³ Atacarejo é um neologismo que se refere a uma forma de comércio, na qual se reúne características de duas formas tradicionais de comercialização, o atacado e o varejo.

centralidade regional, no entanto, não anula a participação da metrópole”. Tal discussão permite pensar no papel exercido pelos circuitos da economia urbana em especial o circuito inferior, Santos (2008a) que tem se expandido no bairro Jaderlândia a partir do processo de crescimento urbano, econômico e mesmo político.

Outros questionamentos, imersos na indagação anterior, auxiliam para um melhor esclarecimento da pesquisa e adequada condução de seus procedimentos: a) Quais as principais características concernentes ao funcionamento das atividades de atacarejos, bem como suas estratégias econômicas e espaciais? b) Quais os rebatimentos da situação geográfica de Castanhal e de seus papéis regionais na atração dos empreendimentos em questão? c) Quais os efeitos da instalação das redes de atacarejos no centro de bairros do Jaderlândia, em Castanhal, marcado por atividades do circuito inferior da economia urbana?

Objetivos

O objetivo geral da pesquisa consiste em analisar as implicações socioespaciais das atividades de atacarejos, integrantes de redes de atuação nacional e internacional, para a cidade média de Castanhal, no Estado do Pará.

Assim sendo, como objetivos assessórios, pretende-se: a) Analisar as principais características de funcionamento das atividades de atacarejos, bem como suas estratégias econômicas e espaciais; b) Entender os rebatimentos da situação geográfica de Castanhal e de seus papéis regionais na atração dos empreendimentos em questão; c) Compreender os efeitos da instalação das redes de atacarejos no centro de bairros do Jaderlândia, marcado por atividades do circuito inferior da economia urbana em Castanhal.

Justificativa

O trabalho justifica-se pela necessidade de realização deste debate diante dos acelerados processos de transformação que tem experimentado não somente a cidade de Castanhal, como também inúmeras cidades ao redor do mundo que têm vivenciado rápidos processos de urbanização e transformação de seus espaços urbanos. Assim, a análise aqui desenvolvida é importante para compreensão da produção do espaço urbano brasileiro, essencialmente, marcado pela ocorrência de dinâmicas reforçadoras de desigualdades socioespaciais, onde os atacarejos, nos últimos anos, têm desempenhado papel importante.

a) Ademais, este trabalho também pode contribuir com o debate sobre a diversidade dos processos urbanos brasileiros, ao explorar os efeitos das redes de atacarejos em uma cidade amazônica. Defende-se a ideia de que os empreendimentos citados têm acentuado o processo de expansão urbana da cidade de Castanhal, redefinindo as formas de uso e ocupação do espaço, especialmente, nas suas bordas.

b) A Geografia como a ciência que se ocupa em observar, analisar e inferir os processos sociais no espaço, tendo a cidade onde a dinamicidade da morfologia social (LEFEBVRE, 2008) são mais instáveis devido aos contextos econômicos, sociais e políticos que se justapõe, o que, necessariamente, promove tempos espaciais urbanos distintos na cidade.

A sociedade é um ente que se metamorfoseia no tempo-espaço, a Geografia tem como parte de seu escopo epistemológico descrever, comparar, relacionar, mas, sobretudo, desvelar os fenômenos responsáveis por tal mudança, logo, tanto para o caráter epistêmico quanto para a consciência coletiva, o estudo da inserção e consequências dos atacarejos na cidade de Castanhal se tornam relevante.

Por isso, acredita-se que estudar o comércio, suas formas e suas escolhas de situação geográfica das cidades, significa compreender a organização do espaço urbano e suas complexidades, analisar as mudanças sociais e o avanço dos valores em sentido *lato* e da estrutura urbana, visto que, para o comércio a situação geográfica é uma condição estratégica de desenvolvimento, em outros termos um atributo das vantagens comparativas.

c) A pesquisa no que concerne à trajetória acadêmica vincula-se ao trabalho de conclusão de curso, cujo tema se debruçou numa investigação de caráter menos social e mais econômica, menos regional e mais local, porém não distante do atual objeto de estudo. Versou-se sobre as empresas incluídas na teoria do circuito superior e superior marginal da economia urbana no centro comercial da cidade. A pesquisa atual foi motivada pela condição de antiga cidadina residente de Castanhal ao observar a dinâmica das empresas do seguimento de atacarejo.

Nesse sentido, é premente um estudo aprofundado das teorias do circuito superior, incluindo o inferior de modo a exaltar outro circuito central, que por possuir características pertencentes a ambos que se denominou de circuito superior marginal, definido por Santos (2008a).

O setor de comércio e de serviços tem grande importância para a economia da região do nordeste do estado e, mais especificamente, para a cidade de Castanhal, que a partir da implantação da Estrada de Ferro de Bragança (RIBEIRO, 2016) promoveu tanto a expansão

da malha urbana quanto a diversificação das atividades econômicas, intensificado com a abertura das rodovias, no período de 1960.

Dessa maneira, torna-se necessária a compreensão da dinâmica socioespacial da cidade devido ela exercer um papel de grande complexidade na rede urbana regional como uma cidade média, ao passo que no ano de 2011 foi inserida na região metropolitana de Belém. Para tanto, propõe-se uma discussão teórica-conceitual acerca dos circuitos da economia urbana proposto por Santos (2008a), em que o autor trata dos circuitos superior e inferior da economia urbana, ambos responsáveis não só pelo processo econômico, mas também pelo processo de produção do espaço urbano.

E, para um maior entendimento do fenômeno econômico-urbano em referência, torna-se necessário resgatar o processo de urbanização do Brasil e da Amazônia discutidos por Santos (1993) e Trindade Jr. (2000, 2006) entre outros. Com vista, alcançar a escala da cidade de Castanhal.

As formas de análise através dos circuitos supracitados não são apenas úteis para se compreender a dinâmica socioespacial intra-urbana da cidade de Castanhal em si, mas também para explicar, as relações externas, sejam com outros municípios, sejam com outras regiões, suscitando as possibilidades de estudo Inter escalar. Para se compreender a análise, encontra-se no circuito superior uma diferença de atividades, divididas em três momentos: “as puras, impuras e mistas”, no entanto, é nas atividades mistas que se encontra a essência do trabalho, pois ela é responsável por ligar os dois circuitos; nesse ramo, encontram-se os atacadistas e os transportadores pelos seus laços funcionais com os dois circuitos, levando produtos do circuito superior ao inferior.

O trabalho está dividido em quatro capítulos e seus respectivos subtópicos. O primeiro é composto pelos aspectos metodológicos da pesquisa, abordando desde o objeto, lócus, sujeitos da pesquisa até o método análise. O segundo abrange a relevância das atividades de atacarejos em escala nacional e local, juntamente, com a vinculação da teoria do circuito da economia urbana, alinhando o conceito e objeto. O terceiro capítulo, trata do lócus da pesquisa, ou seja, do percurso, história, o papel e os elementos de formação de Castanhal. O quarto e último capítulo, abrange a análise dos impactos da expansão dos atacarejos sobre o circuito inferior da economia urbana em Castanhal.

1. ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

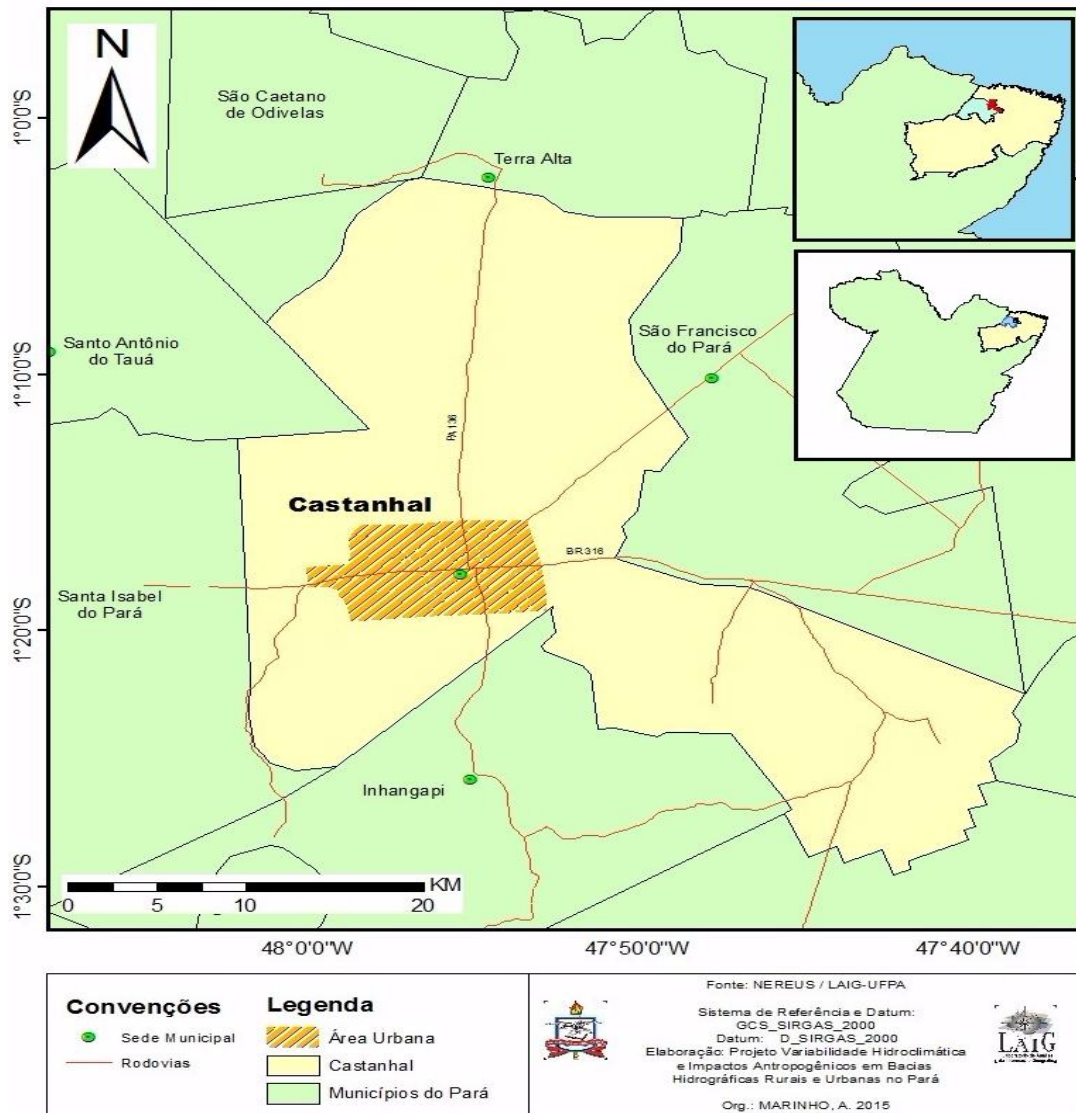
A metodologia analítica e operacional é uma etapa essencial na pesquisa por ajustar e direcionar os “caminhos” a serem percorridos vislumbrando obter as respostas mais depuradas possíveis, que possam confirmar as deduções ou refutá-las. Esta seção, encontra-se dividida em quatro tópicos indicando os caminhos percorridos na elaboração e realização desta pesquisa.

Inicialmente, o primeiro tópico caracteriza o objeto, *locus* e os sujeitos da pesquisa. O tópico dois faz abordagem do tipo e caracterização da pesquisa, destacando a qualitativa, delineando a pesquisa de campo. Em seguida, discorre-se sobre as etapas e procedimentos adotados desenvolvidos. E o quarto e último tópico trata da forma de análise dos dados e o método da pesquisa.

1.1. OBJETO, LOCUS E SUJEITOS DA PESQUISA

O *locus* da pesquisa é a cidade de Castanhal, que está localizada a 69 Km de Belém do Pará (mapa 1). O crescimento expressivo da cidade dentro de uma dupla dinâmica regional - cidade média e cidade integrante da Região Metropolitana de Belém – RMB, reflete na organização intraurbana. Castanhal representa, então, características de uma Capital Regional C segundo IBGE (2020), desde meados do século XX desempenha papéis regional e que vem reforçando com o tempo, porém a cidade sempre perpetuou fortes relações com a capital. Atualmente, sua forte relação com Belém, fornece particularidades à cidade, já que ela possui forte centralidade ao mesmo tempo em que se articula com a metrópole.

Mapa 1 - Município de Castanhal. Localização. 2016



Fonte: LAIG, 2016.

Castanhal é uma importante cidade do Pará e a de maior porte e centralidade do nordeste do estado, preenche o papel de cidade média na rede urbana regional. Por meio de sua grande expansão da malha urbana, conseqüentemente, houve o processo de urbanização da população (RIBEIRO, 2017). E como resultado disso apresenta, atualmente, a ampliação de seu espaço urbano para as áreas mais periféricas, resultando assim, novas dinâmicas no contexto socioespacial da cidade.

A cidade destaca-se nas atividades ligadas ao setor terciário da economia, em seguida a produção industrial. De acordo com entendimentos de Raimundo Jr. (2011) com a expansão urbana que Castanhal apresenta se forma o bairro do Jaderlândia, o maior geograficamente e

populacional da cidade e, o segundo do Estado do Pará. Está situado na porção sudeste da cidade com sua estruturação surgindo em meados de 1980. A princípio parecia ser apenas mais uma ocupação de terras por pequenas famílias oriundas de várias localidades, no entanto, passou a constituir como a maior ocupação de terra na periferia de Castanhal.

Este bairro destaca-se também, em relação a variada presença de comércios e serviços, na qual são encontrados, geralmente nas áreas centrais das cidades, podendo expressar em sua paisagem urbana atividades tradicionais e modernas. Neste caso, emerge os atacarejos que exercem uma distribuição no espaço castanhalense disperso, os referidos empreendimentos atendem uma lógica preestabelecida de rearranjo espacial própria deste seguimento, cujo binômio acesso e mercado consumidor são privilegiados.

O **objeto da pesquisa** são exatamente, as implicações socioespaciais das atividades de atacarejos para a cidade média de Castanhal.

Os **sujeitos da investigação** são: redes de atacarejos (Atacadão, Assaí Atacadista e mix atacarejo), agentes do circuito inferior da economia urbana do bairro Jaderlândia.

A pesquisa foi desenvolvida em três redes de atacarejos em Castanhal pertencentes a grupos distintos e origem de capital também. Assim, por meio da pesquisa de campo, foi possível fazer a demarcação do *locus*, o detalhamento da pesquisa de campo e um quadro das diferentes redes e suas características (quadro 01).

Quadro 1 – Empreendimento, grupo e capital de origem do objeto

Redes/empreendimentos	Grupo pertencente	Origem do capital
Atacadão	Carrefour	Capital aberto
Assaí atacadista	Pão de açúcar (GPA)	Nacional
Mix atacarejo	Grupo Mateus	100% Nacional

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Desse modo, entende-se que, para um empreendimento perpetuar num mercado extremamente concorrido, ele tem que buscar novas alternativas de crescimento. Uma dessas alternativas é a expansão calculada e planejada de seu fluxo de caixa, onde a origem dos recursos é formada por capital próprio e/ou capital de terceiros.

1.2. TIPO E CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Entende-se que um caminho metodológico representa um desafio para o pesquisador, pois a pesquisa científica exige criatividade, disciplina, organização e discricção, baseando-se no embate permanente entre o contingente e o incontingente, entre o conhecimento e a ignorância. “Nenhuma pesquisa é totalmente controlável, com início, meio e fim previsível” (GOLDENBERG, 2004, p.13).

Na tentativa árdua de cumprir com o desafio dessa pesquisa, a metodologia proposta é de caráter qualitativo, porém não anulando a presença de procedimentos de cunho quantitativo. A opção teórico-metodológica e o tipo de pesquisa, qualitativa ou quantitativa, refletem a postura filosófica do pesquisador (PESSÔA, 2012). Com isso, tanto a pesquisa quantitativa quanto a qualitativa têm sido recursos muito importantes para esse cenário. E uma não anula a outra, e, sim se complementam. O mais importante é a definição do pesquisador dos meios a serem utilizados para responder os questionamentos propostos em convergência com o seu método de interpretação.

Dessa maneira, o aporte teórico somado ao domínio do uso dos instrumentos possibilitará a confiabilidade e a aplicabilidade desse conhecimento construído para interpretação da empiria, sua organização e comunicação precisa dos resultados permitindo a validade científica.

Ao destacar a importância da pesquisa qualitativa, Goldenberg (2004) mostra que a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo a ser pesquisado, todavia, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória, e outros.

Com isso, Godoy (1995) destaca que, atualmente a pesquisa qualitativa ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar fenômenos na qual envolvem os seres humanos e suas difíceis relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes. Para tanto, o pesquisador vai a campo buscando absorver o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista importantes.

Portanto, a escolha entre a pesquisa quantitativa e qualitativa deve ser feita a partir dos objetivos que se deseja alcançar, isto é, em benefício da pesquisa e não do pesquisador. Com efeito, para algumas pesquisas os dados numéricos são apenas bases interpretativas:

Busca a compreensão dos fenômenos e o modo de interpretá-los, não utilizando instrumentos estatísticos para o processo de análise de um problema de pesquisa. Não pretendendo numerar ou medir as variáveis do problema, mas deseja-se entender, de modo bem mais descritivo, o fenômeno social. A pesquisa qualitativa é sempre descritiva, pois as informações que forem obtidas não são quantificadas necessariamente, mas interpretadas. Nesse ato de interpretar, o autor atribui significados aos fenômenos observados e coletados em campo, apoiando-se em teóricos que já estudaram a temática. (LIRA, 2014, p. 26).

Outro aspecto importante na pesquisa qualitativa é a problemática do tema, pois ela é o eixo fundamental e norteador da pesquisa. O problema é a base empírica e alimenta a busca de um corpo teórico que deve orientar e contextualizar o objeto em estudo no tempo e no espaço (MATOS; PESSÔA, 2009). Desse modo, no desenvolver de um estudo de pesquisa qualitativa, são importantes à delimitação temporal e espacial. O recorte espacial alude-se “aos limites do espaço a ser estudado e onde se localiza o tema selecionado (...). O recorte temporal cita-se ao momento do tempo no qual situa-se nosso tema especialmente recortado.” (CORRÊA, 2003, pp. 11-12).

Considera-se importante entender brevemente a contribuição da pesquisa qualitativa nos trabalhos de geografia, por isso torna-se necessário destacar o cenário mundial da década de 1960 e 1970. Dois acontecimentos começaram a intrigar os geógrafos: o crescimento desordenado e os custos sociais e políticos do capitalismo, foi diante desse cenário que o instrumento de pesquisa da geografia tornou-se defasado resultando em uma crise das técnicas tradicionais de análise. De acordo com Moraes (2007), estas técnicas não respondiam mais nem a descrição, nem a representação dos fenômenos da superfície terrestre. Devido isso, surgiu também uma crise de linguagem, ou seja, de metodologia de pesquisa.

Dessa forma, de acordo com Pessôa (2012), novos instrumentos como sensoriamento remoto, as imagens de satélite, o computador substituíram os trabalhos de campo, característica forte da geografia tradicional. Logo, havia uma “crise” tanto no método de interpretação quanto no método de pesquisa. Portanto, para essa crise teria que ter uma solução, a geografia precisava com emergência de uma nova referência.

A solução como resposta a essa “crise” científica foi o movimento de renovação da geografia, onde a procura por “novos caminhos” teórico-metodológicos levou geógrafos a redefinirem o método de pesquisa. Em seus trabalhos, eles retomaram as técnicas de pesquisa já utilizadas, a saber: o trabalho de campo e a observação e acrescentaram outras como a entrevista, a história oral, a pesquisa participante, a pesquisa-ação, o estudo de caso, a análise do discurso, o diário de campo. “Novas trilhas” surgiram para a investigação geográfica (PESSÔA, 2012).

Outra opinião importante sobre a pesquisa qualitativa é da socióloga Minayo (2003) que explica que essa modalidade de pesquisa responde a questões que são muito específicas. Para ela, a pesquisa qualitativa, nas ciências sociais, trabalha com uma realidade que não pode ser apenas quantificada, porque essa realidade possui um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Contudo, isso responde a relações, processos e fenômenos que não podem ser reduzidos apenas a operações variáveis.

A diferença entre qualitativo-quantitativo é de natureza. Enquanto cientistas sociais que trabalham com estatística apreendem dos fenômenos apenas a região visível, ecologia, morfologia e concreta, a abordagem qualitativa aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas. (MINAYO, 2003, p. 22).

A autora afirma também que o conjunto de dados quantitativos e qualitativos não se opõe, ao contrário, esses dados se complementam, pois a realidade abrangida por eles, exclui essa divisão e interage dinamicamente. De acordo com essa concepção, pode-se perceber que a pesquisa qualitativa não exclui a utilização de dados quantitativos, que podem complementá-la.

A pesquisa qualitativa também é abordada por Triviños (1987), onde ele apresenta cinco características:

1º) A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave; 2º) A pesquisa qualitativa é descritiva; 3º) Os pesquisadores qualitativos estão preocupados com o processo e não simplesmente com os resultados e o produto; 4º) Os pesquisadores qualitativos tendem analisar seus dados indutivamente; 5º) O significado é a preocupação essencial na abordagem qualitativa (...) (TRIVIÑOS, 1987, p. 130).

Dentre as características anteriormente citadas atém-se para a presente pesquisa a parcialidade do rigor teórico-metodológico das abordagens supracitadas, o ambiente natural como um fator singular do espaço, a descrição dos elementos constituintes do lugar. Com atenção ao processo como um fio condutor dos agentes, com projeções indutivas espaciais com o significante, sendo constantemente tencionado para o significado.

Considera-se que o objeto de investigação é constituinte de especificidades próprias de cada rede de atacarejos, portanto, a pesquisa será desenvolvida por meio de pesquisa de campo, ao considerar que a pesquisa de campo estabelece para o pesquisador um ato de observação da realidade do objeto estudado, interpretada pelo olhar do sujeito com o outro

sujeito, por isso, neste caso, o geógrafo (pesquisador) concebe o mundo como uma totalidade complexa e dialética (SUERTEGARAY,2002).

O trabalho em campo deve ser compreendido como um dos procedimentos metodológicos existente, na qual pode ser utilizado na pesquisa científica no geral, como um meio para atingir determinado objetivo ilustrado pela investigação. Sendo assim, em linhas gerais o trabalho de campo deve ser assimilado como uma atividade de pesquisa empírica que objetiva a coleta seletiva de dados de fonte primárias *in loco* (HESPANHOL, 2015).

Serpa (2006) defende quatro ideias sobre a importância do trabalho de campo para produção da pesquisa: a primeira é a compreensão da especificidade do trabalho de campo frente a outras áreas do conhecimento além da geografia, a segunda ideia, é a necessidade de revelar através do trabalho de campo as diversas possibilidades de recortar, analisar e conceituar o espaço, conforme as metas e objetivos dos sujeitos, a terceira advém da superação das dicotomias e ambiguidades, características da geografia, por isso, o trabalho de campo não pode priorizar a análise dos fatores naturais e nem dos fatores humanos, deve permanecer na neutralidade e se basear na totalidade do espaço, sem deixar de considerar as especificidades de cada lugar.

A quarta e última discussão do autor, é a não separação entre teoria e metodologia que diz respeito ao “fantasma” do empirismo na qual norteia a produção do conhecimento que leva o pesquisador a reflexões teóricas elaboradas, no entanto, sem fundamentação empírica necessária à demonstração da realidade. Ou então se tem o oposto.

De certo modo, há diversas possibilidades, através do trabalho de campo, de recortar, analisar e conceituar o espaço de acordo com as metas e objetivos definidos pelo sujeito que pesquisa. É necessário recortar adequadamente os espaços de conceituação para que sejam revelados e tornados visíveis os fenômenos que se deseja pesquisar e analisar na realidade. O espaço não pode ser estudado como uma categoria independente, uma vez que ele, nada mais é que um dos elementos do sistema social.

O desenrolar desta pesquisa exigiu adentrar na pesquisa explicativa, que é quando o pesquisador procura explicar a causa dos fenômenos, através do registro, da análise, da classificação e da interpretação dos fatos observados. Logo, tende a identificar os fatores que determinam ou contribuem para ocorrência dos acontecimentos, “aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas.” (GIL, 2010, p. 28).

1.3. ETAPAS E PROCEDIMENTOS DA PESQUISA

Para responder os problemas propostos, bem como alcançar os objetivos da pesquisa torna-se necessário elucidar as técnicas de investigação com suas etapas operacionais, para tanto, se dividiu esta etapa em dois momentos, sendo o primeiro, a obtenção de dados secundários em fontes diversas, entre as quais:

Levantamento bibliográfico

Este significa o levantamento referente ao assunto que se almeja estudar. De acordo com Lara; Molina (2011) a pesquisa bibliográfica constitui-se em fonte secundária, buscando levantamentos em livros, revistas, dissertações e teses de relevante interesse para a pesquisa que será realizada. O seu objetivo é situar o autor da nova pesquisa diante de informações sobre o assunto de seu interesse. Portanto, é um passo decisivo em qualquer pesquisa científica, uma vez que elimina a possibilidade de trabalho desperdiçado.

Diante disso, o pesquisador então inicia o amplo levantamento das fontes teóricas, onde Prodanov; Freitas (2013) ressaltam que objetiva elaborar a contextualização da pesquisa e seu embasamento teórico, o qual fará parte do referencial da pesquisa na forma de uma revisão bibliográfica ou da literatura. Convém também organizar um marco teórico de referência, ou seja, um corte epistemológico, o estabelecimento dos níveis de reflexão e de objetividade do conhecimento referentes aos modos de observação e experimentação e sua abrangência em termos temporais.

Para o melhor entendimento do tema proposto neste trabalho, consultaram-se diversos autores e suas obras, sendo que optou-se em organizar as mais relevantes em um (quadro 02), com os nomes, autores, os conceitos centrais da contribuição de cada uma para o trabalho e seus respectivos anos de publicação.

Quadro 2- Identificação das principais literaturas utilizadas

NOME	AUTORES	CONCEITOS CENTRAIS	ANO DAS OBRAS
A cidade	Ana Fani Alexandre Carlos	Cidade mercadoria	2007
O espaço Urbano	Roberto Lobato Corrêa	Produção do Espaço Urbano	1989
Como elaborar projeto de pesquisa	Antônio Carlos Gil	A base para elaboração de projeto	2002

A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais	Mirian Goldenberg	Base para elaboração de pesquisa qualitativa	2004
O direito à cidade. La producción del espacio. Lógica formal, lógica dialética.	Henri Lefebvre		2008 2013 1991
Entre a metrópole e a cidade média: a complexidade das interações espaciais e das dinâmicas de centralidade da cidade de Castanhal.	Willame de Oliveira Ribeiro	Crescimento urbano de Castanhal	2016
O espaço dividido. Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional. Espaço e método. O trabalho do geógrafo no terceiro mundo.	Milton Santos	Circuitos da Economia Urbana Globalização e meio técnico científico-informacional	2008 a 2008 b 2012 2013
A dialética materialista: categorias e leis da dialética.	Alexandre Cheptulin	Concepções da dialética	1982
As grandes superfícies comerciais: os hipermercados Carrefour no Brasil.	Carlos Henrique Costa da Silva	Hipermercados e Atacarejos	2003
A dinâmica do comércio de autosserviço do varejo alimentar e expansão das lojas de vizinhanças na cidade de Uberaba.	Mauro Beirigo da Silva	Hipermercados e Atacarejos	2011
Geografia e filosofia: contribuição para o ensino do pensamento geográfico	Eliseu Saveiro Sposito	Concepções da dialética	2004
Estratégias de reprodução do capital e as novas especialidades urbanas: o comércio de autosserviço em Uberlândia-MG	Geisa Daise Cleps	Estratégias do comércio de autosserviço no Brasil	2005
Estratégia competitiva do varejo supermercadista da região metropolitana de Belém: 1990 a 2004	Rosana Kitabayashi	Estratégias de competição do setor supermercadista paraense	2005
Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana	Maria Laura Silveira	Pensar os Circuitos da economia urbana	2013
Segregação socioespacial e centralidade urbana: a cidade contemporânea; segregação espacial. Capitalismo e urbanização.	Maria Encarnação Sposito. Et al: P A Vasconcelos Maria E. Sposito	Cidade contemporânea; Centralidade urbana	2013 2008

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Levantamento documental

De acordo com Sá-silva; Almeida; Guindani (2009) o uso de documentos em pesquisa deve ser apreciado e valorizado. A riqueza que deles pode-se extrair e resgatar justifica o seu uso em várias áreas das ciências humanas e sociais porque possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural, como exemplo, na reconstrução de uma história vivida.

Ainda de acordo com os autores supracitados, a pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica. O elemento diferenciador é que a pesquisa bibliográfica remete para as contribuições de diferentes autores sobre o tema, enquanto a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico pelo pesquisador, isto é, as fontes secundárias.

Como uma das principais técnicas, a análise documental é importante aliada considerando o objeto de estudo e buscando alcançar os objetivos desta pesquisa. Assim, foram coletados dados dos órgãos a seguir, a fim de responder as questões de investigação julgadas relevantes.

Quadro 3- órgãos e dados secundários da pesquisa.

Prefeitura	→	obtenção de dados públicos referentes as informações do objeto da pesquisa, plano diretor e leis municipais.
IBGE	→	dados censitários, REGIC, malha urbana, taxa de ocupação, cartografia, setores econômicos, etc.
JUCEPA	→	dados financeiros das empresas, processo de instalação e obrigações estatais.
SEBRAE	→	obtenção de dados aos pequenos e médios empreendedores, MEI-Micro-empendedor individual.
SITE DAS EMPRESAS	→	origem do capital, perfil empresarial, faturamento, filiais, marketing, mercado consumidor, projetos socioambientais.
SITE DA ABRAS	→	índices de vendas nacionais, avaliação de consumo nacional, variação de preços, fusões, lucratividade líquida, eficiência, mão-de-obra, varejo e atacado, investimentos, etc.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Trabalho de campo

A pesquisa se desdobrou quanto à obtenção dos dados primários, isto é, a busca pela inteligibilidade do objeto, por meio da metodologia operacional através das seguintes técnicas: a entrevista semiestruturada de forma a enriquecer a análise de documentos “(...)

apesar de que esse instrumento por si só é mais aberto, pois a partir das respostas do entrevistado, o entrevistador vai elaborando suas indagações em construção conjunta.” (LIRA, 2014, p. 27).

Sobre a entrevista semiestruturada, Lakatos e Marconi (2006) afirmam que, ao contrário do que ocorre com a estruturada, o entrevistador fica mais à vontade para prosseguir em qualquer situação a variados destinos que julgar necessário, isto consiste em uma maneira de analisar um maior horizonte de uma dada questão. Normalmente as perguntas são abertas e possibilitam respostas que se encaixam dentro de um diálogo informal e são perfeitamente aceitáveis partindo deste princípio.

Sendo assim, optou-se por este tipo de entrevista pela possibilidade de extrair o máximo de informações detalhadas, de maneira mais natural com finalidade de alcançar através da fala e escuta com os entrevistados novos elementos que fundamentem empiricamente a análise de dados.

Diante disso, foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturada com questões abertas prontas, porém, com adaptações, na qual possibilitaram uma melhor compreensão sobre os processos e características dos empreendimentos em questão, para melhor auxiliar na análise empírica da pesquisa.

Com o roteiro das entrevistas pronto, elas foram aplicadas com clientes dos atacarejos (Atacadão, Assaí e Mix atacarejo), agentes do circuito inferior do bairro Jaderlândia, além de moradores ao entorno. Assim, algumas entrevistas foram previamente agendadas e com gravação de áudio, com a permissão dos entrevistados. Também foi aplicado um termo de consentimento livre e esclarecido para os mesmos. Os áudios das entrevistas foram transcritas com a veracidade dos dados coletados.

1.4. FORMA DE ANÁLISE DOS DADOS E MÉTODO DA PESQUISA

Para tanto, um primeiro passo é a escolha do método analítico para nortear o pensamento desde a elaboração da proposição analítica passando pela interpretação dos dados primários e secundários até a discussão dos resultados finais.

O método não se estabelece em unanimidade na ciência. Se é preciso compreender sua gênese, suas características e as diferentes formas como ele se apresenta, é preciso também verificar como ele é abordado por pessoas com tendências doutrinárias distintas Sposito

(2004, p. 48) afirma que, o método não existe como uma entidade simples e desconectada da realidade científica (p. 55).

Optou-se pelo método dialético devido as suas categorias, a saber: matéria e consciência; singular, particular e universal; qualidade e quantidade; causa e efeito; necessário e contingente; conteúdo e forma; essência e fenômeno; espaço e tempo (SPOSITO, 2004). Entendendo que o objeto da pesquisa, a inserção dos segmentos capitalistas em tela e seus corolários socioespaciais ao circuito inferior da economia no bairro do Jaderlândia, foi interpretado de modo crítico sob uma totalidade que se extrai a contradição imersa na essência do fenômeno a ser pesquisado.

Ademais, tais categorias dialéticas permitem confrontar os dados primários e secundários visando chegar numa síntese sempre temporária pela própria natureza do objeto como pela dinâmica do movimento do espaço urbano, sobretudo, numa cidade como Castanhal que exerce uma influência regional e se vincula a realidade metropolitana.

Ao discutir método, Santos (2012) afirma que categorias do método são estrutura, processo, função e forma. Ademais, as categorias do método estão em constante interação, afirmação e negação, esclarecendo e permeando a produção científica, no qual o objetivo final é a interpretação da realidade.

Para Gamboa (2000), as abordagens dialéticas consideram a semelhança da hermenêutica e a diferença entre o fenômeno e a essência, na qual se relacionam formando uma lógica interna ou estrutura, a pesar que, para a dialética essa formação lógica interna nada mais é que a gênese ou a história do fenômeno.

Ainda de acordo com o mesmo autor, as abordagens dialéticas também não abdicam a origem empírica objetiva do conhecimento, nem renuncia a interpretação e compreensão fenomenológica, na qual as considera como elementos abstratos necessários para a construção do conhecimento. É em função disso que, na concepção da dialética, as outras concepções são constantemente retomadas, criticadas e reintegradas, almejando a sua superação.

A contradição em sentido *lato* é a “chave-mestra” da abstração que abre o debate para os estudos críticos sobre a sociedade, defendido por Japiassu & Marcondes (1990, p. 167) “procede pela refutação das opiniões do senso comum, levando-as à contradição, para chegar então à verdade, fruto da razão”.

A ideia anterior permite falar de “verdade” fruto da “razão”, porém, nunca absoluta, pois as temporalidades das relações sociais na interpretação geográfica por meio do espaço são datadas e, de certo modo, o tempo prescreve as ditas verdades defendidas por estudos

acerca de processos socioespaciais. No entanto, prescinde-se dos esboços anteriores (teses, dissertações etc.), como referenciais, para substanciar o pesquisador a criar abstrações e, por conseguinte, sua própria produção e assegurar sua verdade, mesmo que temporal.

Ocorre, porém, que o concreto ou a verdade não são mais que o concreto e a verdade de cada um. Um passo mais e compreenderemos que o concreto e o abstrato se confundem, e isso desde a hipótese de trabalho, que é o encontro silencioso do pesquisador com seu tema, até a conclusão, que é a apresentação mais segura da verdade encontrada pelo pesquisador”. (SANTOS, 2013, p. 20)

Na confrontação dialética entre o ponto de partida de um raciocínio acerca de se atingir a realidade promove o avanço científico por meio da operação do princípio dialético *negação da negação*, significativo do ciclo da teoria do *contínua* espiral da tese, antítese e síntese.

Em contribuição para o pensamento dialético, Lefebvre (1991) ressalta que o princípio essencial da contradição é projetado de forma otimista, ou seja, como inspirador ao progresso do pensamento. A medida que a contradição pode ser constatada enquanto erro, se pensar em uma verdade sólida e intocável, a dialética observa a própria contradição, na qual é também uma negação como caminho de análise. Por tanto, negar algo é promover movimento e isso que foi negado incluirá todo o princípio que fundamentava a existência da coisa anterior, no entanto, o resultado disso é a coisa pensada, refletida e avançada.

Outro autor que se destaca no pensamento dialético é Cheptulin (1982) exalta que a dialética é o exemplo dos “contrários” no caso o singular e o geral, nas formações materiais têm tendências opostas. O singular não se repete, já o geral sempre se repete. Possuindo tendências opostas em seu funcionamento, sua mudança, e seu desenvolvimento, os contrários excluem-se reciprocamente e encontram-se em estado de luta permanente, no entanto, não se destroem fazem parte da unidade dos contrários.

A contradição não existiria sem a unidade dos contrários (singular e o geral) eles também têm coincidências. A unidade dos contrários possui uma essência, considerada a origem e onde tecem relações, “são aspectos diferentes de uma única e mesma essência” (CHEPTULIN, 1982, p. 287).

No contexto do método dialético, esta pesquisa fará uso da análise de conteúdo enquanto técnica de análise e interpretação dos dados, conforme advoga Gil (2010, p. 134) “a categorização consiste na organização dos dados de forma que o pesquisador consiga tomar decisões e tirar conclusões a partir dele”.

Conforme Costa e Costa (2012) dados são Algarismos, palavras, sinais, gestos, silêncios, entre outros, ou suas combinações. Geralmente não possui significado próprio, apenas quando são contextualizados, ou seja, transformados em informação. Assim, a análise é desenvolvida através da interação dos temas com os dados que ocasionam a inclusão da coletânea da pesquisa.

De acordo com a observação de Bardin (1977) sobre análise de conteúdo divide em três etapas básicas, a saber: pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados e interpretações. Na etapa de pré-análise acontece à escolha de documentos, a formulação das hipóteses e dos objetivos, dimensão e direção de análise, entre outros. De acordo com o mesmo autor, essa primeira etapa também, deve-se realizar uma leitura *flutuante*, nela é estabelecido o primeiro contato com os documentos de análise.

2. ATIVIDADES COMERCIAIS DE HIPERMERCADOS E ATACAREJOS: DOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS A SUA RELEVÂNCIA NO BRASIL E NO ESTADO DO PARÁ

Este segundo capítulo da dissertação é constituído por quatro tópicos. O primeiro aborda os elementos teóricos concernentes ao processo de globalização, destacando a viabilidade comercial para a circulação do capital financeiro e produtivo. O segundo tópico trata da dinâmica dos circuitos da economia urbana, visando elencar prepostos teóricos que possam substanciar a análise da realidade empírica de Castanhal, no tocante às atividades que vinculam a teoria miltoniana, a qual justifica a imanência entre o conceito e o objeto.

O terceiro tópico consiste em compreender os fatores sociais, econômicos, políticos e espaciais em escala mundial que contribuíram para a inserção dos atacarejos no contexto brasileiro, especialmente nas principais cidades do país. O quarto e último tópico se preocupa em analisar as referidas empresas nos processos que contribuíram para o alcance no espaço, conquista do mercado paraense e a consumidor, inicialmente na capital.

2.1. HIPERMERCADOS E ATACAREJOS: GLOBALIZAÇÃO E MEIO TÉCNICO-CIENTÍFICO-INFORMACIONAL

As empresas de atacarejos são produtos da expansão do capitalismo contemporâneo, marcado pelo processo de globalização, aprofundado, principalmente, a partir dos anos de 1970, após a crise do petróleo, quando o capitalismo foi reformulado para sair da crise e se apoiou nas ideias relativas ao neoliberalismo, que apregoava, entre outras premissas, a abertura das fronteiras nacionais. Diante deste cenário, o padrão de consumo imposto pelos setores supermercadistas é internacionalizado e se transforma em uma cultura do consumismo em escala mundial, característica marcante da globalização.

Conquanto, um pouco antes a partir de 1950 é que as transformações em nível mundial já se intensificam. O capital concentra-se no poder das grandes empresas e bancos, dando início ao processo de mundialização, passando a atuar além das suas fronteiras, conforme assevera Samir (1977):

O projeto europeu, tal como nasceu após a segunda guerra mundial mudou de conteúdo, uma vez arruinados os países europeus, suas burguesias economicamente e politicamente enfraquecidas já sabiam que só reencontrariam a prosperidade criando um vasto conjunto econômico, nas condições de então, a guerra fria entre o leste e o oeste, a potência dos partidos comunistas na Europa, o peso superior dos Estados Unidos no “campo ocidental”. A Europa não podia deixar de ser atlantista,

em virtude do vasto mercado consumidor nesta área do ecúmeno (SAMIR, 1977, p. 93).

No caso do comércio varejista, é o período em que aparece as redes supermercadistas fora dos Estados Unidos e mesmo Europeus. Países da América Latina passam adotar o autosserviço como uma forma de ampliar o lucro, sendo uma nova tendência tecnológica, com a utilização de seu maquinário importado dos países com grande destaque científico-tecnológico, para que possa agilizar o atendimento ao cliente.

A globalização, em sua expressão espacial, tem como aporte a condição técnico-científica como maneira de viabilizar as redes técnicas, que permitem a fluidez do capital produtivo e financeiro, ao passo que, aumentam a importância dos “capitais fixos e dos capitais constantes” (SANTOS, 2017, p. 240). As redes aumentam também a necessidade de movimento como, a importância dos fluxos monetário no qual, representa o dinheiro que circula como renda para as famílias e receitas para as empresas.

Com ela introduz-se uma nova perspectiva gerencial. À multiplicação de empresas globais acrescentam-se suas estratégias de investimento, gestão de produção, estrutura logística não mais apenas nas fronteiras nacionais e sim, nas análises de fatores como, disputa, concorrência de acordo com variados modelos de organização setorial. No atual *status* da competição internacional, as empresas não se restringem mais ao seu território, o que destaca a importância da elaboração estratégica para adentrar novos mercados em busca de vantagens competitivas.

A necessidade de capitalização encaminha adotar como modelo a necessidade de competir em todos os planos. Afirma-se que as empresas precisam competir entre si. Porém, isso é duvidoso, pois certamente as empresas competem sempre por parte maior do mercado. Mas a permanência de uma empresa pode depender de uma pequena ação desse mercado. Santos (2003) ressalta que:

Num mundo globalizado, regiões e cidades são chamadas a competir e, diante das regras atuais da produção e dos imperativos atuais do consumo, a competitividade se torna também uma regra da convivência entre as pessoas. A necessidade de competir é, aliás, legitimada por uma ideologia largamente aceita e difundida, na medida em que a desobediência às suas regras implica perder posições e, até mesmo, desaparecer do cenário econômico. Criam-se, desse modo, novos “valores” em todos os planos, uma nova “ética” perversa e operacional face aos mecanismos da globalização (SANTOS, 2003, p. 57).

Com o modelo de desenvolvimento mantido no país, o qual beneficia as grandes empresas em detrimento das pequenas e médias, a partir da década de 1980, o Brasil passou a

receber um grande número de empresas estrangeiras que, em busca de um grande mercado consumidor, dirigiram-se para as regiões mais ricas do país, propiciando a instalação de grandes equipamentos comerciais nas maiores cidades. É um momento de ruptura e de consolidação nos âmbitos da economia e da política, onde se dirige um novo olhar para as metrópoles.

Assim, “(...) destacado o papel das finanças e dos serviços assumido no fim do século XX, redimensiona a importância dos grandes centros metropolitanos na dinâmica de acumulação que se desenrola cada vez mais na escala global” (CARLOS, 2018, p. 18). Com isso, ampliam-se as redes de transportes, as quais se tornam mais densas e mais modernas e com a modernização das comunicações, criam-se as condições de fluidez do território com grande potencial, representadas pela presença das infraestruturas.

O desenvolvimento dessas novas técnicas de comunicação e transporte deram maior liberdade para os investimentos de capital, em contrapartida, deve-se ser observado os seus efeitos negativos, os seus efeitos investidos a depender do segmento analisado.

As empresas que exercem atividades mais rotineiras (...) parecem estar cada vez mais livres para se mudarem ou instalarem suas matrizes fora das cidades. As empresas que se dedicam a atividades extremamente competitivas e inovadoras e/ou fortemente orientadas para o mercado mundial parecem beneficiar-se do fato de estarem localizadas na região central dos grandes centros do comércio internacional, por mais elevados que sejam os custos (UNODC, 2010 apud CARLOS, 2018, P.19).

Para Santos (2003), a globalização é o ponto mais alto do processo de internacionalização do mundo capitalista, possuindo como elementos de sua arquitetura: unicidade das técnicas, convergência de momentos, cognoscibilidade do planeta e a existência de um motor único na história representada pelo mais-valia globalizada. Portanto, a globalização é viabilizada por uma série de mundializações (da produção, do dinheiro, do crédito, da dívida, do consumo e da informação).

Sendo assim, a expressão globalização está relacionada à expansão dos fluxos comerciais e financeiros por todo o mundo. Entretanto, quando se faz uma análise mais detida da temática coloca-se o processo como multifacetado, ou seja, a globalização não é apenas um processo de difusão de novas peculiaridades que visam o desenvolvimento econômico, ela conduz uma série de elementos, os quais interferem na produção da sociedade, visto que, inclui tendências mundiais com características locais, induzindo a uma homogeneização, porém, de fato, produzindo uma fragmentação e diferenciação socioespacial em todas as escalas.

O uso do tempo e do espaço são proeminentemente diferenciados e diferenciadores. “A globalização tanto divide como une – e as causas da divisão são idênticas às que promove a uniformidade do globo” (BAUMAN, 1999, p. 7-8). Ainda de acordo com o mesmo autor, junto com essa movimentação planetária (negócios, finanças, comércio e informações) é posto em movimento um processo “localizador”, de fixação no espaço, isto é, conjuntamente, os dois processos relacionados diferenciam nitidamente as condições de existência da população inteira. Em vista disso, o que para uma parcela da população parece globalização, para outros significa apenas localização; e para alguns é sinalização de liberdade, para muitos outros é um destino indesejado e cruel.

O fenômeno trouxe diferentes organizações, que lhe conferem complexidade numa variedade de consequências, como a desintegração das organizações altamente verticalizadas (organizações em níveis hierárquicos) em detrimento às redes horizontais (organizações com estruturas menos rígidas) entre unidades econômicas, implicando na descentralização e flexibilidade gerenciais.

Contribuindo para o entendimento dessa complexidade de consequências da globalização, Santos (2005, p.27) ressalta que ela é “[...] um vasto e intenso campo de conflitos entre grupos sociais, Estados e interesses hegemônicos, por um lado, e grupos sociais, Estados e interesse subalternos, por outro; e mesmo no interior do campo hegemônico há divisões mais ou menos significativas”.

Assim, para Ianni (1996), trata-se de um processo de proporções bem amplas que envolve regime políticos, projetos nacionais, grupos e classes sociais, economias, culturas como uma totalidade complexa, contraditória e abrangente.

Quando Santos (2008b) analisa a questão da globalização certifica que devido a ampliação do desenvolvimento técnico e científico houve a formação de um meio técnico, científico e informacional, onde as técnicas, a ciência e a informação estão na base da produção socioespacial. Portanto, a modificação acelerada, a velocidade, a incorporação sempre crescente de novos capitais fixos ao território (estradas, ferrovias, portos, aeroportos, instalações fabris etc.), a chegada da dispersão das técnicas de comunicação e informação vão dar a este período uma forma nova que o diferencia dos demais. Isto causa o que ele denomina de instantaneidade dos momentos e dos lugares, universalidade e unicidade das técnicas.

Esta instantaneidade e universalidade na propagação de certas modernizações desmantela a organização do espaço anterior. Constitui, sobretudo um fator de

dispersão que se opõe de uma forma muito clara aos fatores de concentração conhecidos nos períodos anteriores (SANTOS, 1997, p. 29).

Assim, as técnicas, de um lado, dão a possibilidade de empiricização do tempo e, de outro lado, a possibilidade de uma qualificação precisa da materialidade sobre o que as sociedades humanas trabalham. Por isso, essa empiricização pode ser a base de uma sistematização humanitária com as características de cada época. As técnicas se dão como sistemas, diferentemente caracterizados. Os sistemas técnicos criados mais recentemente se tornam mundiais, mesmo que sua distribuição espacial seja irregular e o seu aproveitamento social seja, como antes, hierárquico (SANTOS, 1990).

Ainda assim, pela primeira vez na história da humanidade se encontra um único sistema técnico, presente mundialmente, superpondo-se aos sistemas técnicos anteriores, como um sistema técnico hegemônico, utilizado pelos atores hegemônicos da economia, da cultura, da política (SANTOS, 1990). Desse modo, esse é um dado do processo de globalização, processo que não seria possível se essa unicidade não existisse.

Através da localização das diversas etapas do processo produtivo (circulação, distribuição, consumo) que podem ser separadas e autônomas, aumentam a necessidade de complementação entre lugares, gerando os chamados circuitos produtivos e fluxos, nos quais, natureza, direção, intensidade e força variam segundo os produtos, as formas produtivas, a organização espacial e a vontade política. Para tanto:

O uso do território não é o mesmo para as diversas firmas. Os mesmos sistemas de engenharia são utilizados diferentemente e seletivamente. Na medida em que a força de mercado não é a mesma, a dimensão espacial de cada firma não é idêntica, variando com a capacidade de cada qual para transformar as massas produzidas em fluxos. Cada firma usa o território segundo a sua força. Criam-se, desse modo circuitos produtivos e círculos de cooperação, como forma de regular o processo produtivo e assegurar a realização do capital (SANTOS, 1990, p. 18).

Desse modo, os circuitos produtivos são definidos pela circulação de produtos, ou seja, em forma de matéria. E os circuitos de cooperação associam-se a esses fluxos de matérias e a outros fluxos não materiais: capital, informação, mensagens, ordens. Já as cidades são definidas como pontos nodais, onde estes círculos de valor desigual se encontram e se superpõem (SANTOS, 1990).

A globalização por meio dessa empiricização da universalidade, a qual ela mesma possibilitou, encontra-se mais perto de construir uma doutrina das técnicas e das ações correspondentes. As empresas, na busca do lucro excessivo desejado, valorizam

diferentemente os lugares. Não é qualquer localização que “enche os olhos” das tais firmas. A facilidade de compreensão do planeta constitui um dado essencial para a operação das empresas e a produção do sistema histórico.

E essas grandes firmas que estão inseridas no âmbito desse processo de globalização como condutoras, isto é, constroem esse processo através de novas relações sociais e de consumo promovendo as urbanidades e são também, produtos ao passo que são vetores de mudanças na cidade com rearranjos espaciais repletos das regras globais e, que por estar inserido no bojo da urbanização se realiza sutilmente.

Os hipermercados são para Baudrillard (1995) o ambiente capitalista da hiperfelicidade dissimulada em que a indústria da linha de montagem do passado (fordismo) ressurgue reinventando as práticas exploratórias do passado com meios modernos eficazes de alienação do trabalhador imerso na sociedade premida pelo movimento consumo no sentido de se reproduzir numa aparência de modernidade e numa essência da degradação capital X trabalho.

De acordo com mesmo autor, na qual já apontava um cenário de que, os hipermercados e atacarejos são para além das fabricas e das instituições tradicionais do capital, o modelo de todas as formas futuras de socialização num espaço-tempo e as funções dispersas do corpo e da vida social (trabalho, tempos livres, alimentação, higiene, cultura), ou seja, retransmissão de todos os fluxos contraditórios em circuitos integrados.

Estes segmentos modernos muito assemelha-se com a prática de consumo que Baudrillard (1995) chama de “drugstore,” que são os novos centros comerciais, na qual realiza síntese das atividades consumidoras modernas e que, nos grandes empreendimentos existe a centralização quantitativa dos produtos que não dão margens para exploração lúdica do ambiente e que, a justaposição das prateleiras (gôndolas) e dos produtos impõe um caráter mais necessário. Esta analogia deixa claro as modernas formas de consumo no âmbito da globalização.

Um dos principais anseios dos atacarejos, diz respeito à natureza das formas, isto é, o capital é comercial e significa a busca maximizada do lucro a partir da concentração territorial e financeira. Procuram atender aos consumidores de forma a oferecerem preços mais competitivos do que o comércio tradicional. Significam facilidades para o abastecimento urbano, pois oferecem sob o mesmo teto uma diversidade de produtos.

2.2. OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA E O SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

O comércio no contexto hodierno exerce significativa importância na produção do espaço urbano. Nesse sentido, tratar-se-á, nesse momento, da teoria dos circuitos da economia urbana de Santos (2008a) para, em capítulo posterior, poder se pensar particularidades da economia urbana de Castanhal.

A melhor compreensão dos papéis dos atacarejos na funcionalidade do espaço urbano é buscada, aqui, a partir da utilização dos circuitos da economia urbana (SANTOS, 2008a), como uma forma de mensurar esses empreendimentos de comércio e seu tangenciamento da realidade por meio de estratégias locacionais que incidem na produção do espaço.

Para Santos (2008a), os dois circuitos da economia urbana são úteis ao entendimento do comércio moderno que se realiza através de uma gama de estabelecimentos, incluindo “[...] grandes lojas, supermercados e mesmo hipermercados, englobando um número considerável de produtos e uma massa importante de consumidores” (SANTOS, 2008a, p. 86).

Existem o circuito superior e o circuito inferior da economia urbana. O primeiro é constituído pelo comércio e indústrias de exportações, indústria urbana moderna, bancos, serviços modernos, atacadistas e transportadores. O segundo, o circuito inferior, é formado pelas formas de fabricação não-capital intensivo, ligadas a atividades do setor popular da economia: pequeno comércio, bodegas, ambulantes e pequenos empreendimentos (Ibdem).

O circuito superior resulta direto da modernização tecnológica, havendo atividades funcionais aos progressos tecnológicos. O circuito inferior é igualmente resultado da mesma modernização, porém, um resultado demorado aos indivíduos que se beneficiam parcialmente, ou mesmo não se beneficiam, dos progressos técnicos recentes e das atividades a eles ligadas (SANTOS, 2008a).

As formas de análise através dos circuitos supracitados não são apenas úteis para se compreender a dinâmica socioespacial intra-urbana da cidade em si, mas também para explicar as relações externas, seja com outros municípios, ou com outras regiões, suscitando as possibilidades de estudo Inter escalar. Para se compreender a análise, encontra-se no circuito superior uma diferença de atividades, divididas em três momentos: “as puras, impuras e mistas” (SANTOS, 2008a, p. 41), no entanto, é nas atividades mistas que se encontra a essência do trabalho, pois ela é responsável por ligar os dois circuitos; nesse ramo, encontram-se os atacadistas e os transportadores pelos seus laços funcionais com os dois circuitos, levando produtos do circuito superior ao inferior.

Santos (2008a) ressalta que as grandes lojas, os supermercados e os hipermercados representam um fenômeno em expansão nos países subdesenvolvidos. As suas existências estão ligadas à possibilidade de uma demanda mais numerosa e mais diversificada, assim como as possibilidades de pagamento com dinheiro em espécie ou por meio de cartão de crédito instituído pelos bancos ou mesmo por um sistema particular do próprio empreendimento.

O circuito inferior é diferente do superior, no entanto, não é um setor antagônico. Eles se complementam, por um ser a base de reprodução do outro. Desse modo, o circuito inferior mantém laços funcionais com o superior, favoráveis as atividades executadas pelos atacadistas e transportadores como elo entre os circuitos. A tecnologia é “trabalho intensivo” característica crucial do circuito inferior e, se dá pela utilização de tecnologia local ou “localmente adaptada ou recriada” (SANTOS, 2008a, p. 43), o que caracteriza esse circuito como grande criador e regulador, baseado no crédito e no dinheiro, indispensável para o trabalhador, sendo que, este crédito é o pessoal direto, o que é essencial para o acervo nesse circuito.

Há também no circuito inferior a busca permanente pelo dinheiro em espécie, o que limita a sua ação, uma vez que se restringe a circulação do dinheiro como investimento, pois ocorre a necessidade de pagamento obrigatório de fornecedores e trabalhadores vinculados a pequenos volumes, tanto de dinheiro quanto de mercadorias, desta forma, dispensando uma organização burocrática, com a utilização de capitais reduzidos e trabalho intensivo.

Basicamente, este circuito é formado de atividades de pequena dimensão. Encaminhado principalmente às populações pobres, o circuito compreende as atividades de cunho tradicional, sendo por assim dizer, de domínio escalar local.

Em estudos sobre o circuito inferior, Silva (2011) ressalta:

O circuito inferior é uma atividade não moderna para uma sociedade pouco moderna, ou melhor, uma sociedade que tem pouco acesso aos equipamentos modernos, que se reconhecem e se cooperam mutuamente, através das relações pautadas no valor de troca, e com o pano de fundo, um valor de uso nas interatividades socioeconômicas. (SILVA, 2011, p. 82).

O circuito inferior é constituído por atividades formais e informais. De acordo com Yázigi (2000), a classificação utilizada para as categorias vinculadas às atividades econômicas do comércio informal foi agrupada de acordo com os produtos comercializados nas barracas, bancas e tabuleiros, expostos no quadro subsequente.

Quadro 4- Classificação das atividades do circuito inferior (formais e informais)

COMÉRCIO VAREJISTA	SERVIÇOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alimentação: refeições, lanche, comida regional e churrasco; ▪ Bebidas: água mineral, refrigerante, cerveja e batidas; ▪ Frutas, legumes e verduras; ▪ Produtos alimentícios e naturais; ▪ Cigarros; ▪ Vestuário: masculino, feminino, infantil, roupa íntima; ▪ Calçados: adultos e infantil; ▪ Acessórios: bijuterias, boné, carteira, cinto, bolsa, guarda-chuvas, etc.; ▪ Cama, mesa e banho; ▪ Redes, relógios, presentes, artesanatos; ▪ Cd, fitas, brinquedos, cosméticos e perfumes; ▪ Produtos importados, artigos para o lar, ferramentas; ▪ Material elétrico e hidráulico, peças para eletrodomésticos, material escolar, material de higiene; ▪ Balas, chicletes e miudezas; ▪ Cartão telefônico; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpeza: engraxates e lavadores de carro; ▪ Reparadores: painéis, guarda-chuvas, facas, alicates, tesouras; ▪ Consertos: confecções, calçados, relógios e semijóias; ▪ Chaveiro; ▪ Fotografias: “lambe-lambe” e fotos instantâneas; ▪ Publicidade: distribuidores de folhetos e os “cavaletes humanos” ▪ Guardadores de carro; ▪ Banca de jogo de bicho;

Fonte: Elaboração própria a partir das informações fornecidas por Yázigi (2000).

Da interação entre os dois circuitos da economia urbana surge um outro, ao qual se denominou de circuito superior marginal (SANTOS, 2008), que possui características proporcionais aos circuitos superior e inferior. “Esse circuito superior marginal tem, portanto, ao mesmo tempo um caráter residual e um caráter emergente. Nas cidades intermediárias é o caráter emergente que domina” (SANTOS, 2008a, p. 103).

Silveira (2013) explica bem essa distinção de natureza emergente e natureza residual do circuito superior marginal.

Essa é natureza ora residual ora emergente do circuito superior marginal. É residual quando a oligopolização cerca a atividade não raro pela via da modernização tecnológica. É emergente quando o domínio dos objetos técnicos modernos ou de formas organizacionais contemporâneas lhe assegura a procura do circuito superior (SILVEIRA, 2013, p. 67).

Sendo assim, a origem do circuito superior marginal da economia está ligada à falta de um nível de tecnologia e organização, tornando-o incapaz de ser inserido totalmente no circuito superior, bem como também no circuito inferior.

O circuito superior marginal pode ser o resultado da sobrevivência de formas menos modernas de organização ou a resposta a uma demanda incapaz de produzir atividades totalmente modernas. Essa demanda pode ser tanto de atividades modernas quanto do circuito inferior, assim, como resultado dos elementos dos dois circuitos, seja de ausência ou de presença, o circuito superior marginal abrange clientes de todas as classes sociais, porém o lucro adquirido é de caráter intermediário, mesmo que a “sua produtividade chega a ser superior à das grandes firmas” (SANTOS, 2008a, p. 105).

É importante frisar como as empresas desse circuito criam vantagens e garantem sua permanência no mercado, “as suas despesas em publicidade são igualmente menores ou mesmo nulas” (SANTOS, 2008a, p.105). Os produtos, frequentemente de qualidade inferior, beneficiam-se indiretamente com a propaganda feita pelos produtos similares de nível mais elevado. Devido a essas vantagens, as firmas industriais do circuito superior marginal garantem sua permanência no mercado.

A organização deste circuito pode ser estabelecida por meio de alguns fatores como a utilização do capital intensivo, mas em contrapartida a existência do trabalho intensivo. A presença das tecnologias nas empresas desse circuito é de fundamental importância, devido ao sistema interligado com as empresas fornecedoras de mercadorias, agindo na realização dos pedidos dos produtos, e assim, caracterizando-as com o uso de uma tecnologia moderna.

Segundo Santos (2008a), as atividades inseridas nesse circuito são os de serviços atacadistas e os transportadores, por exercerem relações com os dois circuitos, superior e inferior da economia urbana e regional. O ramo atacadista tem relação direta com os feirantes e os vendedores ambulantes, ambos incluídos no circuito inferior. Elemento integrante do circuito superior, o atacadista é também o cume do circuito inferior. Desse modo:

O atacadista está no topo de uma cadeia decrescente de intermediários, que chega frequentemente ao nível do “feirante” ou do simples vendedor ambulante. Através desses intermediários e pelo crédito, o atacadista leva um grande número de produtos aos níveis inferiores da atividade comercial e fabril e, assim, a uma gama extensa de consumidores (SANTOS, 2008a, p. 41).

A caracterização do autor sobre as atividades inseridas no circuito superior marginal frisa a importância do mesmo para os níveis inferiores da atividade comercial, pois é através destes intermediários que a economia se desenvolve. A associação de formas “mistas” não afeta em nada a definição dos outros circuitos, porque o comportamento de cada uma dessas atividades é em qualquer caso correspondente ao conjunto de características de cada circuito.

Com relação a estrutura organizacional espacial dos hipermercados Metton (1987) acrescenta afirmando que os hipermercados atacadistas cumprem metodicamente a cobertura dos espaços periurbanos ainda mal servidos e se impõem como locomotivas (âncoras) dos centros comerciais de novos loteamentos.

A mais recente nomenclatura conhecida no Brasil por atacarejo é formato de negócio ou de loja com forma mista de atacado e varejo, cuja operações se destinam à atender prioritariamente as compras maiores das famílias, no entanto, pelas características observadas, acabam atendendo também os clientes de food service os donos de bares, restaurantes, hotéis, hospitais, pizzarias e outros grandes consumidores institucionais.

Entende-se que o atacarejo é uma nova modalidade, na qual surgiu com grande sucesso no Brasil e cresce a cada dia e atrai novos empresários disposto a investir neste gênero de serviço. É a venda de produtos em quantidade fracionada para o pequeno consumidor que não precisa de grande quantidade, e a venda de produtos em maior quantidade destinada aos donos de estabelecimentos comerciais.

Portanto, para o entendimento do importante papel do comércio na vida das cidades, dois pontos são primordiais. O primeiro é que se trata de uma atividade essencialmente urbana e o segundo é que, por exigir centralidade, o comércio e suas diversas estratégias locais acabam interferindo em toda a configuração espacial. Nesse sentido, essas relações entre a cidade e o comércio são dinâmicas e a cidade vai se tornando produto das decisões e das práticas de diversos atores, entre eles os comerciantes, os consumidores e os produtores/fabricantes (ORTIGOZA, 2007).

Ao longo do contexto histórico, vários novos conceitos comerciais, com lógica de localização e de funcionamento diferentes também foram sendo inseridos no sistema comercial. “Os hipermercados, os grandes centros comerciais e os parques temáticos merecem destaque neste vasto leque de inovações”. Este sobressalto é promovido pela localização, dimensão e complexidade funcional (ORTIGOZA, 2007, p. 105).

Sendo assim, essas novas estratégias comerciais como também os atacarejos representam novas polaridades chegando e contrapondo o modelo clássico de abastecimento das famílias, remodelando as áreas comerciais tradicionais da cidade.

Harvey (2012) analisa a implementação de alguns serviços que serviram de alicerce para as medidas econômicas impostas pela internacionalização dessa nova cultura internacional:

O novo internacionalismo também trouxe no seu rastro muitas outras atividades – bancos, seguros, hotéis, aeroportos, e, por fim, turismo. Ele trouxe consigo uma nova cultura internacional e se apoiou fortemente em capacidades recém descobertas de reunir, avaliar e distribuir informações (HARVEY, 2012, p. 131).

E ainda sobre o papel do comércio na produção do espaço da cidade, Salgueiro (1995), discorre que ele e alguns serviços contribuem fortemente para definir a estrutura dos núcleos de povoamento e para a integração funcional dos bairros periféricos. Pelas suas características, pela sensibilidade as acessibilidades e pela relação que estabelecem com os consumidores.

Atualmente, nos arranjos espaciais existem pontos descontínuos, porém interligados, definidores de um espaço de fluxos reguladores, onde se reconhece dois recortes segundo Santos (2017): as horizontalidades que são os processos diretos de produção e as verticalidades sendo os processos de circulação. As horizontalidades são pontos que se agregam sem descontinuidade, a fábrica da produção propriamente dita, o *locus* de uma cooperação mais limitada, o palco do cotidiano. As verticalidades são “[...] pontos no espaço que, separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia, dando conta dos outros momentos da produção (circulação, distribuição, consumo)” (SANTOS, 2017, p. 284).

Sendo assim, a teoria supracitada faz alusão as atividades de atacarejos e supermercados na medida em que a dinâmica de funcionamento, seja na escala local, seja na escala regional esquadriham no espaço pontos articulados por redes apropriadas que se integram horizontalmente e verticalmente sob o rito da acumulação de capital, com o exemplo dos ambientes criados, somente, para o estoque de mercadorias que abastecem tanto as lojas próximas quanto distantes fisicamente.

A teoria dos circuitos foi postulada no sentido de constituir as atividades econômicas como um componente principal na produção do espaço por meio de setores enquadrados em dois principais grupos distintos (superior e inferior), marcadamente, pela dimensão tecnológica e quantitativa de comercialização.

Assim, as atividades de atacarejos pertencentes ao circuito superior da economia, reforçam a teoria dos circuitos e, se destacam na produção e reprodução do espaço, o que tem fortes implicações na dinâmica da cidade no que tange aos desdobramentos do urbano, sobretudo, ao idealizar uma superfície de modernidade atribuída pela densidade de sofisticação tecnológica.

Há outro fator específico dos empreendimentos em referência, demandam de espaço compatível considerável entre o setor interno das compras e externo dos estacionamentos das lojas, o que, necessariamente, resulta em modificações na paisagem urbana e, certamente nas relações socioeconômicas pré-existentes na cidade, haja vista que, em certos casos, são empreendimentos inéditos em seu espaço urbano.

À medida que a globalização se intensifica, o jogo nestes setores também é cada vez maior. As unidades precisam ter escalas maiores para serem mais competitivas, mas para isso é preciso se expandirem. O capitalismo internacional usará o Brasil como “lugar privilegiado” para fazer o seu “porto seguro.” Sendo assim, tratar-se-á da intensificação e a inserção das empresas de hipermercados e atacarejos no Brasil no próximo tópico.

2.3. A INSERÇÃO DAS EMPRESAS TRANSNACIONAIS DE ATACAREJOS NO BRASIL

Conforme as particularidades que caracterizam determinados espaços, a conjuntura de distribuição do comércio varejista, em especial o alimentício, precisou adequar-se às exigências dos consumidores, ao padrão de consumo e às condições espaciais que cada lugar apresenta num determinado momento. Desse modo, observa-se que a distribuição de produtos, principalmente aquela realizada pelo comércio varejista, tem passado por grandes mudanças nos últimos tempos.

Para compreender a inserção das empresas nacionais e transnacionais de atacarejos no Brasil, torna-se necessário salientar o seu surgimento em uma escala mais ampla, ou seja, em escala global analisando os supermercados e os hipermercados a princípio, todavia, a essência do estudo são os atacarejos. Com isso, para compreensão de tal processo e suas transformações é importante compreender a introdução do autosserviço no varejo, que representa uma das maiores inovações ocorridas no comércio mundial e brasileiro. Desde o seu surgimento no ano de 1920, nos Estados Unidos, até os dias atuais ocorreram importantes transformações nos métodos e técnicas de comercialização.

A partir dos primeiros anos do século XX iniciou-se uma série de transformações nos sistemas industriais que passaram a produzir em grande escala com novos sistemas de produção, antes esses tipos de estabelecimentos eram pequenos e obtinham uma quantidade limitada de produtos alimentícios e não alimentícios. Desse modo, mercearias, padarias, frutarias, quitandas, peixarias e bazares eram estabelecimentos de forma de venda tradicional

com um intermediário no ato da compra, ou seja, não existia contato direto do consumidor com a mercadoria. Logo, a partir do processo de transformação, os grandes empreendimentos trouxeram o surgimento do autosserviço e a evolução da forma de comercialização para o atacarejo. De acordo com Silva (2011):

O autosserviço é uma manifestação do setor terciário. Descreve a prática que serviços de estabelecimentos comerciais não são prestados por empregados, mas sim efetuados em partes ou completo pelos próprios clientes ou consumidores com a intenção de baixar custos ou alcançar uma melhor disponibilidade no mercado (SILVA, 2011, p. 15).

Como autosserviço entende-se como uma modalidade comercial que surgiu na periferia das grandes cidades norte-americanas e suas características principais são: a utilização de carrinhos ou cestas para carregar as mercadorias, em um sistema de *self-service*, onde o próprio cliente escolhe o seu produto, possui um balcão na saída do empreendimento – *check-outs* (caixas), onde se encontram as máquinas registradoras; e as prateleiras (gôndolas) onde os produtos ficam a mostra de forma acessível para que os consumidores possam se servir.

O livre acesso às mercadorias é, sem dúvida, um incentivo à compra. Permite rapidez, o que significa redução do tempo gasto com o abastecimento dos lares, e o contato existente entre o consumidor e a mercadoria a qual ele está adquirindo. Antes da existência desse livre serviço, os produtos alimentares eram comercializados a granel e pesados nas lojas de acordo com as necessidades do consumidor, no entanto, com o surgimento dos supermercados, essa prática não desapareceu por completo (BARATA SALGUEIRO, 1995, p. 56).

No seu surgimento, o autosserviço estava essencialmente ligado ao comércio de mercearias, surgiu entrelaçado com o varejo alimentar. Posteriormente, essa modalidade de distribuição estendeu-se para vários ramos e hoje aparece na comercialização de diversos produtos, como livros, brinquedos, restaurantes, vestuários, dentre outros. No entanto, é importante ressaltar que o comércio tradicional não desaparece nas cidades e bairros com a inserção das atividades de cunho moderno, haja vista que a sociedade é segmentada em classes, logo, é necessário a presença dos circuitos para atender as demandas potencialmente distintas de consumo.

O Brasil, nas últimas décadas, apresentou uma evolução na estruturação varejista de comercialização de alimentos. Apesar de, na década de 1920, a loja de departamento *Mappin*, na época considerada como extremamente inovadora no varejo brasileiro, ter se consolidado em São Paulo, o varejo moderno só se estabeleceu no Brasil na virada dos anos 1950, com a

implantação da *Sears*, situada em São Paulo, Rio de Janeiro e as filiais chamadas *Mesbla*, *Pirani*, *Eletroradiobraz* (CLEPS, 2005, p. 92).

De acordo com a mesma autora supracitada, a empresa *Sears* apresentava importantes características como o autosserviço, caixas registradoras modernas, assistência técnica da própria loja para os eletrodomésticos que comercializava, estacionamento próprio e um “centro automotivo”, que prestava serviços à nova clientela motorizada.

Como dito de outro modo, a partir da segunda metade do século XX significou um momento propício para a expansão dos seguimento em referência no Brasil, através de um “crescimento econômico” liberal/nacionalista, incentivado, principalmente, por investimentos estrangeiros e a implantação da indústria automobilística, segundo os impulsos fornecidos pelo governo brasileiro da época. Nesse mesmo período, vale ressaltar as mudanças que ocorreram no comportamento da sociedade com relação às compras e ao estilo de vida das mulheres brasileiras, que passaram a buscar inserção no mercado de trabalho, a partir do trabalho assalariado. Dessa forma, “há a redução da disponibilidade em casa, as mulheres e famílias buscam maiores bem-estar, como alimentos parcialmente preparados, criando assim, um novo estilo de mercado para as indústrias” (CLEPS, 2005, p. 93).

É diante deste cenário que surge então o primeiro supermercado brasileiro, implantado pela *Tecelagem Parayba*, em São Bernardo do Campo, em junho de 1952 (TAVARES, 1984, p. 53). Tal empreendimento utilizava o sistema de autosserviço e carrinhos para conduzir as compras, os quais eram produzidos pela própria tecelagem. É importante ressaltar que, mesmo inovando na forma de serviço, essa empresa possuía instalações muito simples, inclusive o piso era de “terra batida”. No ano de 1953, entrou em funcionamento o *Supermercado Americano Ltda*, o proprietário era um imigrante norte-americano. Este é considerado por muitos estudiosos do comércio como o primeiro estabelecimento do gênero inserido no Brasil.

Embora não se tenha um consenso entre autores sobre o primeiro empreendimento do gênero alimentício no Brasil, pode-se considerar, de acordo com Cleps (2005), que o primeiro supermercado brasileiro foi o *Dermerteco & Cia Ltda* que se instalou no Paraná, em 1951 – Conforme mostra o quadro 5. Sendo assim, a autora confirma essa informação a partir de estudos aprofundados do seguimento e atuação dos supermercados no Brasil.

Quadro 5- Brasil. Primeiros Supermercados implantados nas Unidades Federativas

ESTADO*	SUPERMERCADO	ANO DAS INSTALAÇÕES
Acre	Supermercado Dois Oceano	**
Alagoas	Ceia- Cia Exp. Imp. De Alagoas	**
Amapá	Supermercado Brunsulik	**
Amazonas	Supermercado Peg Lev	**
Bahia	Supermercado Paes Mendonça	1959
Ceará	Supermercado Sino	**
Distrito Federal	Supermercado Planalto e Serve bem	1960
Espirito Santo	Supermercado São José	**
Goiás	Supermercado Prático	1961
Maranhão	Autosserviço Lusitana	1960
Mato Grosso	Supermercado Seve bem	**
Minas Gerais	Supermercado Mercı	1959
Pará	Supermercado São João	**
Paraíba	Supermercado Compre Bem	1963
Paraná	Dermerteco & Cia Ltda	1951
Pernambuco	Supermercado Tudo Bem	1956
Piauí	Supermercado São Gotardo	**
Rio Grande do Norte	Supermercado Minipreço	**
Rio Grande do Sul	Supermercado Real	1958
Rio de Janeiro	Super. Copacabana o Disco e Nelson	1956
Rondônia	Supermercado Teixeira	**
Roraima	Supermercado Botecão	**
Santa Catarina	Supermercado Riachuelo	1962
São Paulo	Supermercado Sirva-se	1953
Sergipe	Supermercado Paes Mendonça	1959

* Na época não existia os estados do Mato Grosso do Sul e Tocantins

** Sem informação precisas sobre a data de instalação.

Fonte: Cleps (2004).

De acordo com a revista SuperHiper (2002), da Associação Brasileira dos Supermercados (ABRAS), o reconhecimento legal dos supermercados brasileiros ocorreu em 12 de novembro de 1968, com a criação da Lei Municipal nº 7.208, pelo prefeito de São Paulo na época, Sr. Faria Lima e a criação da ABRAS, em 11 de novembro de 1968.

Essas evoluções técnicas ocorridas no Brasil já existiam em vários países do mundo. Para os empresários brasileiros, a aquisição de equipamentos mais modernos, como balcões frigoríficos e carrinhos de compra, eram praticamente impossíveis, já que não existia uma indústria nacional que fornecesse tais produtos. Esse aprimoramento sofisticado dos equipamentos de refrigeração e prateleiras especiais foi aos poucos sendo implantado nos novos estabelecimentos de vendas e representaram um importante avanço, implicando na diversificação das mercadorias (CLEPS, 2005).

Em 1970, surge, no Brasil, o hipermercado, com a inauguração do hipermercado *Jumbo*, da rede *Pão de Açúcar*, no município de Santo André (SP), localizado em um terreno 1.400m² de superfície e com aproximadamente 10.000m² de área construída. Este possuía seções de vendas de utilidades para o lar, açougue, frios, peixaria, padaria, brinquedos, entre outros. O objetivo do hipermercado era oferecer uma maior diversidade e comodidade para os consumidores. Posteriormente, foram inaugurados o *Jumbo* Aeroporto, na capital paulista, *Jumbo* em Brasília, *Jumbo* em Belo Horizonte (CLEPS, 2005).

A Associação Brasileira de Supermercado (ABRAS) classifica um hipermercado a partir de 5.000m² de área de vendas, mais de 50 *check-outs*, e comercializando em média 45 mil itens, organizado em seções de mercearias, hortifrúti, açougue, frios, laticínios, peixaria, padaria, e também oferecendo uma grande quantidade de produtos não alimentícios como livrarias, eletroeletrônicos, produtos mais sofisticados para decoração de casa como plantas, móveis, produtos para veículos como óleo, pneus, peças e uma área complementar de pequenas lojas, oferecendo restaurantes, agências de viagens, caixas eletrônico, chaveiros, bancas de revistas, entre outros. Por essa razão, possuem área de vendas bem amplas.

Outra característica importante dos hipermercados é a sua localização. Diferente dos supermercados, que se encontram em áreas centrais, os hipermercados, por necessitarem de áreas bem amplas, alojam-se em vias rápidas de fácil acesso para escoar mercadorias, geralmente mais afastadas das áreas centrais que, na maioria das cidades, já se encontram totalmente ocupadas. Necessitam de áreas muito amplas também para a construção de estacionamentos com no mínimo 700 vagas. Além disso, possuem depósitos maiores, pois comercializam até 10 vezes mais itens do que os supermercados.

Nesse contexto, as redes presentes em Castanhal, provavelmente, não seguem a lógica da centralização da cidade, pois se aproximam da dinâmica de multicentralidade que, para Sposito (2013):

Multicentralidade se refere à conformação de mais de uma área de concentração comercial e de serviços nas cidades, influenciando a perda relativa do peso e da importância do centro “principal” em estruturas espaciais tipicamente monocêntricas até então. Assim, o aparecimento de subcentros e de eixos comerciais e de serviços especializados fora do centro tradicional; a implantação de galerias comerciais, reafirmando o centro ou fora dele; ou mesmo o crescimento dessas atividades em áreas pericentrais, antes estritamente residenciais, são formas de multiplicação dos setores que nas cidades concentram atividades, pessoas e fluxos, possibilitando se reconhecer “áreas centrais” (no plural, em função do número delas), ainda que o centro principal continue a exercer a multicentralidade. O prefixo multi, de origem latina, é tomado no sentido de muitos (SPÓSITO, 2013, p. 75).

Há perspectiva de que as referidas atividades possam exercer atração sobre todo o conjunto da cidade, polarizando moradores de outras cidades que estão próximas, desenvolvem uma centralidade acentuada na estrutura espacial, possuem conteúdo e forma consoante à modernidade econômica não, exclusivamente, numa área da cidade e, sim em vários pontos estabelecendo o caráter de múltiplo.

No contexto de implantação do hipermercado no Brasil, Cyrillo (1987) afirma que, as políticas públicas implementadas pelo Estado privilegiaram o grande capital comercial. A partir do momento que se criaram essas políticas em 1970, promoveu-se o desenvolvimento da distribuição de alimentos no país, ressaltando que, neste momento, o país apresentava um grande crescimento populacional concentrado nas áreas urbanas, por isso, havia necessidade de criar novas formas de abastecimento para o mercado consumidor urbano que crescia. Existia de fato a necessidade imediata de modernizar e reorganizar as formas de comercialização de alimentos na época. Cyrillo (1987).

Para Cleps (2005), a década de 1970 é o período de difusão do hipermercado no Brasil. Devido a disseminação do uso do automóvel no país e o novo papel desempenhado pela mulher na sociedade e na organização do cotidiano da família, essa nova espécie de comercialização encontrou um grande número de pessoas aptas a consumir o produto que estava sendo oferecido.

O varejo alimentício dispõe de múltiplos arranjos de lojas, aos quais, mais recentemente, acrescentou-se um novo formato, surgido no Brasil com essa nomenclatura e que se tornou referência até para o mundo, denominado de “Atacarejo”. Para Minadeo (2008, p. 297), esse novo formato que mescla as características do atacado de autosserviço com as do hipermercado, é uma “invenção nacional para exportação”. E complementa afirmando que, “apesar de se intitularem atacadistas, essas lojas visam o público formado pelas pessoas físicas” (MINADEO, 2008).

Em síntese, o atacarejo surge dos atributos de varejo e atacado, reunindo conceitos de sell-service (autosserviço) e de cash & carry (pague e leve). Basicamente, o atacarejo pode ser chamado de atacado “com loja” e o foco desse modelo de comércio é ter preços parecidos com o varejo (BAPTISTA et al, 2012).

O cash & carry surgiu na Europa e foi melhor desenvolvido nos Estados Unidos a partir de 1980. Conforme exalta Baptista et al (2012), a ideia era ter uma loja capaz de levar o produto desejado para pequenos varejistas ou consumidores jurídico de forma objetiva, sem oferecer qualquer serviço, porém, com um *mix* de produtos. Com o passar do tempo este modelo começou a chamar atenção não só dos clientes profissionais como dos consumidores finais.

No Brasil, não existe uma data precisa quanto ao início do atacarejo, por existir dúvidas se o que era praticado no Brasil de fato condizia com o exemplo de cash & carry americano. Todavia, compreende-se que a rede Makro, em 1972, foi a propulsora da ideia no Brasil, mas ainda atuando como atacadista (YAZBEK, 2009).

E para mais detalhes, segue um fragmento extraído da matéria “Brasileiros compram nos atacarejos em busca de mais economia”, produzida no programa “Bom dia Brasil”, da Rede Globo de Televisão, em 20 de janeiro de 2011, que retrata bem o formato atacarejo:

São atacadões que permitem também a compra em pequenas quantidades (...) esses atacados já vendem produtos por unidade, igual as lojas de varejo. Tanto que já ganharam esse apelido de atacarejo (...) preços de atacados nas compras a varejo, lojas antes consideradas exclusivas de comerciantes são agora as preferidas de muitos consumidores na hora de fazer as compras do mês para a casa. (...) Em média, os consumidores gastam 20% menos fazendo as compras nos atacadões. (...) só não espere ganhar sacolinhas de plástico para levar as compras para casa. (...). O preço mais atrativo dos produtos vendidos no atacarejo é resultado de vários fatores, entre eles a simplicidade das lojas, sem enfeites e com prateleiras básicas. (BRASILEIROS..., 2011).

Portanto, esse novo formato de distribuição no mercado abrange aqueles consumidores que procuram o melhor preço e não o conforto, pois ofertam o melhor preço, porém, não oferece o serviço de entrega, o próprio cliente escolhe a mercadoria e se responsabiliza pela retirada dos produtos, tudo isso sem um intermediador (funcionário) para realização da compra. Ao economizar com equipes menores e estruturas enxutas, as lojas desse formato ganham em escala, já que compram e vendem produtos em maior quantidade e, assim, conseguem oferecer preços mais baixos que outros mercados.

Um exemplo disso é que esses locais não têm estoques, a própria estrutura cumpre esse papel. Assim, para que o modelo seja sustentável e econômico, é fundamental que haja um

planejamento para redução de custos com: climatização, segurança, manutenções, eletricidade, monitoramentos por câmeras, entre outros.

Os atacarejos por sua vez, nasceram para atender pessoas físicas e jurídicas, os transformadores, como lanchonetes, pequenos comerciantes, restaurantes e outros. Com isso, existem dois preços distintos para cada produto: um que é indicado para o varejo e outro para o atacado, praticado a partir de um determinado número de produtos comprados. Assim, o cliente leva, por exemplo, produtos perecíveis em pequenas quantidades para sua casa e mercadorias para abastecer seu comércio, tudo no mesmo lugar. Os atacarejos, portanto, têm variedade de produtos, mas não de marcas de um mesmo produto. Essa negociação, por outro lado, é o que garante o preço baixo.

Com isso, torna-se importante fazer uma classificação e as características de cada modalidade de comercialização desses tais empreendimentos.

Quadro 6 - características das modalidades de comércio

Supermercado	Hipermercado	Atacarejo
Encontram-se em áreas centrais	Alojam-se em vias rápidas de fácil acesso, geralmente mais afastadas das áreas centrais	Alojam-se em vias rápidas de fácil acesso, geralmente mais afastadas das áreas centrais
Oferece uma grande variedade de alimentos e produtos domésticos	Comercialização em média de 45 mil itens	A unidade do produto a preço de atacado
Possuem área construída e infraestrutura maior que um mercado	A partir de 5.000m ² de área de vendas	Possuem áreas em formato de armazéns ou galpões
Entre 10 a 20 <i>check-outs</i> (caixas)	Mais de 50 <i>check-outs</i> (caixas)	Mais de 20 <i>check-outs</i> (caixas)
Vendem em pequena quantidade e em unidades para o consumidor final	Vendas no varejo para o consumidor final	Vende tanto em grande quanto em pequena quantidade
Estacionamentos reduzidos	Estacionamentos com no mínimo 700 vagas	Estacionamentos com mais de 700 vagas
Comércio tradicional de alimentos	Possuem lojas de conveniência anexas	Simplicidade na estrutura
As mercadorias são divididas em seções	Combinação de características de um supermercado com uma loja	Estocagem dentro da própria loja

de departamento

Fonte: Elaboração própria, 2020. Com base em: Abras (2002); brasileiros (2011); Baptista et al (2012); Cleps (2005); Minadeo (2008).

Essa modalidade mais flexível econômica chamada economia de escala, na qual os atacarejos estão inseridos, é definida de acordo com Ulharuzo (1993) como sendo a diminuição dos custos unitários dos produtos na medida em que se aumenta as quantidades produzidas. Neste sentido, pode-se referir a rendimentos crescentes de escala, na relação entre custos fixos e os variáveis no caso aqui, dos atacarejos. Portanto, o prolongamento das séries resulta em uma diminuição relativa dos custos fixos dentro do custo total final das mercadorias, atrelado ao sistema produtivo flexível.

A transição para a acumulação flexível foi feita em parte por meio da rápida implantação de novas formas organizacionais e de novas tecnologias produtivas. (...) sua aplicação teve muito que ver com a superação da rigidez do fordismo e com a aceleração do tempo de giro como solução para os graves problemas do fordismo-keynesianismo, que se tornaram uma crise aberta em 1973. A aceleração na produção foi alcançada por mudanças organizacionais na direção da desintegração vertical, subcontratação, transferência de sede etc. que reverteram a tendência fordista de integração vertical e produziram um curso cada vez mais indireto na produção, mesmo diante da crescente centralização financeira. Outras mudanças organizacionais, tais como o sistema de entrega “*just-in-time*,” que reduz os estoques, quando associadas com novas tecnologias de controle eletrônico, de produção em pequenos lotes etc., reduziram os tempos de giro em muitos setores da produção (...) (HARVEY, 2012, p. 257).

Para Harvey (2012) essas novas mudanças organizacionais pós-modernas da produção faz parte do plano de superação da rigidez do fordismo, levando em consideração a importante relação entre o dinheiro, espaço e o tempo como fontes interligadas para as implicações da produção capitalista em que as três fontes devem ser sincrônicas eliminando ou superando as barreiras físicas e tecnológicas para a projeção espacial dos agentes econômicos.

Em se tratando dos elementos de dimensão econômica da realidade contemporânea, de suas relações com a grandeza espacial, é fundamental a abordagem das articulações entre reestruturação produtiva e reestruturação urbana importantes no redirecionamento dos papéis das cidades médias, na qual desempenham papéis substancial na esfera das redes urbanas.

Nesse sentido, Sposito (2007a) considera que em cidades médias a reestruturação contribui com um significativo aumento demográfico e precisa ser compreendida “à luz das transformações referentes à passagem do sistema fordista de produção ao sistema flexível de

produção” o qual concede a “separação das áreas de comando das áreas de produção industrial” (SPOSITO, 2007, não paginado).

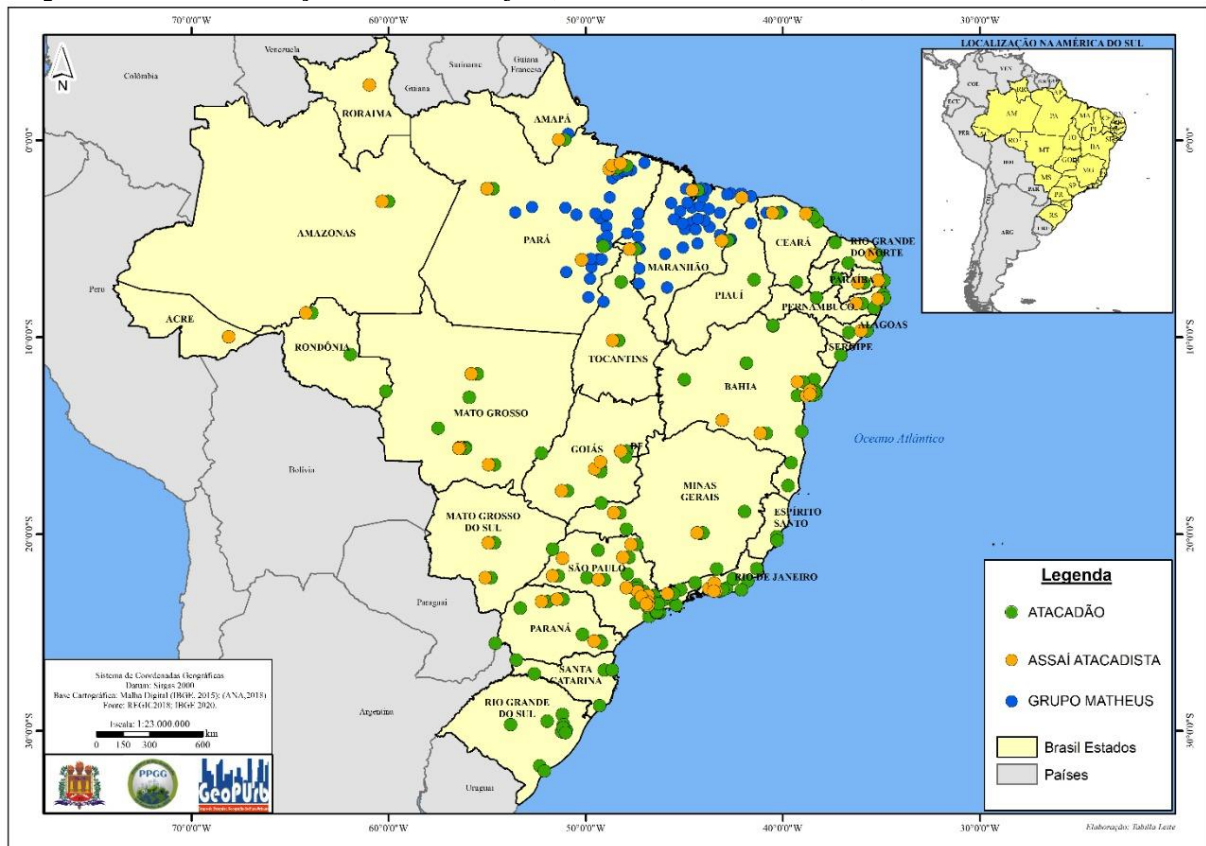
(...) a expressão “reestruturação” para se fazer referência aos períodos em que é amplo e profundo o conjunto das mudanças que orientam os processos de estruturação urbana e das cidades. A adjetivação “urbana” está sendo reservada para se fazer referência às mudanças regionais e/ou no âmbito das redes urbanas, enquanto “da cidade” é adotada para se tratar da escala intra-urbana (SPOSITO, et al, 2007, p. 248).

A autora citada, também propõe para o melhor entendimento do processo de reestruturação, as combinações de acontecimentos de diferentes importâncias e o movimento de diversos atores, levando a articulação entre estes em múltiplas escalas.

Desse modo, pode-se concluir de acordo com Sposito (2012), que a reestruturação produtiva detecta-se com as transformações espaciais na qual afetam as cidades e as redes de cidades. Assim, as novas tecnologias aceleram a circulação do capital; as mudanças nos ritmos das empresas modificam seu papel em diferentes escalas e as formas de produção; e tudo isso resulta nas transformações espaciais.

Atualmente, as grandes superfícies comerciais em questão buscam estar nos mais diversos lugares do país. Com isso, apresenta-se no mapa 2 a localização exata dos três empreendimentos em todas as cidades brasileiras.

Mapa 2- Brasil. Localização de todas as lojas (Assaí, Atacadão e Mateus) nas cidades do Brasil. 2021.



Fonte: Elaboração própria a partir de análise de site das empresas

Conforme a representação cartográfica do mapa 2, identifica-se distinções nas maneiras de distribuição das lojas por todo o país. As lojas dos grupos Assaí e Atacadão encontram-se mais espalhadas por todo o território nacional, com exceção de Roraima e o Acre que não consta a presença do Atacadão, no entanto, há uma maior concentração nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro pelo fato de haver maior mercado consumidor bem como densidade técnica e populacional que possibilita a expansão das referidas empresas.

Diferentemente, é o que acontece com o grupo Mateus, que apresenta uma grande concentração na região nordeste do país, conseqüentemente, no Estado do Maranhão, onde houve o surgimento da primeira loja do grupo (especificamente na cidade de Balsas) e posteriormente, difundiu-se para os Estados vizinhos como: Pará, Tocantins e o Ceará. Essa expansão para outras cidades do estado começou em 2000. A primeira filial foi inaugurada em Imperatriz, logo depois, avançou para a capital do Estado (São Luís).

Dessa forma, o grupo Mateus continuou a crescer e, em 2012 expande a rede varejista para o primeiro Estado vizinho, a cidade de Palmas, capital do Tocantins. E, após alguns anos, finalmente, chega ao Pará nas cidades de Marabá e Parauapebas, cidades estas, com grande potencial econômico. Assim, percebe-se que a expansão do grupo se dá a partir das

proximidades, mesmo privilegiando as principais cidades, mas não se restringindo a elas, torna-se evidente no mapa 02 o caráter regional da lógica locacional.

Ainda de acordo com a representação cartográfica, estão identificados todos os tipos de lojas do grupo Mateus (armazém Mateus, supermercados Mateus, mix atacarejo, eletro Mateus e os centros de distribuição), ficou fora os segmentos farmacêuticos (invicta) e indústria de pães (bumba meu pão). Em contrapartida, não foi possível a conferência exata da quantidade de lojas do Atacadão em cada cidade, logo, por este motivo se apresenta duas formas de apresentação, uma mostra a quantidade de lojas por municípios, e a outra sem as quantidades o ponto de representação.

2.4. A REPRODUÇÃO DOS HIPERMERCADOS E ATACAREJOS NO ESTADO DO PARÁ

A área de influência e a localização dos hipermercados e atacarejos nos grandes Estados não podem ser explicadas apenas pela busca por mercado consumidor, mas por uma série de processos que envolvem a relação local-global e a fragmentação da produção mundial. Esses elementos incorporam os processos que permeiam o poder dos empreendimentos de hipermercado e atacarejo, colocando desde sua importância e fatores para sua existência.

As empresas atacadistas sempre buscam reduzir seus custos e quando possível diminuir o fator geométrico entre si visando ter controle pleno sobre todo o processo. Cada etapa tem suas próprias contradições e suas nuances segundo o lugar de atuação, que dessa forma se conflita com o global na relação dos hipermercados e seus produtores.

Remontando ao tempo pretérito, no processo de desenvolvimento do setor de comércio varejista paraense, na qual teve seu impulso diretamente ligado ao monopólio exercidos pelos portugueses. Eles retinham lucratividade do comércio de produtos manufaturados, por outro lado, aos nativos restava apenas a opção de atuar no chamado “comércio de retalho”.⁴ (KITABAYASHI, 2005, p. 26).

Não há consenso quanto ao surgimento do primeiro supermercado no Pará. Há relatos entre pesquisadores do assunto de que somente a partir do governo de Antônio Lemos é que se observava preocupação pelo poder público sobre o abastecimento alimentar no Estado.

⁴ Segundo Kitabayashi (2005), o comércio de retalho era considerado basicamente do fornecimento agropecuários, oriundos de pequenas e médias propriedades, localizadas nos arredores das cidades, cuja produção não era suficiente para o abastecimento da cidade, pois muitas dessas produções destinavam-se apenas à subsistência familiar.

Como uma das medidas deste governo para o enfrentamento do desabastecimento alimentício, criou-se parcerias como medidas de incentivo às empresas privadas, permitindo-lhes o direito de exploração de espaços destinados à comercialização de produtos alimentícios e não alimentícios no interior dos mercados municipais como, o mercado do Ver-o-peso. Em contrapartida caberia a essas empresas a conservação dos locais, os prédios e todos os demais serviços inerentes.

São várias descrições que existem quanto ao surgimento do primeiro supermercado, elenca-se aqui alguns em Belém, na década de 1960, na Rua Tomázia Perdigão, bairro da Cidade Velha, em que um libanês chamado Sahid e familiares transformaram a “Casa São João”, um misto de comércio atacadista e mercearia, em autosserviço, sob o nome de Supermercado São João. Outro surgimento foi o de Durval Lobato Paes, próspero comerciante abetetubense e proprietário do regatão⁵ Carisma, após ter conhecimento da nova forma de varejo na cidade de São Paulo, inaugurou também na década de 1960, em Belém, o Supermercado Carisma (KITABAYASHI, 2005, p. 26-27).

De acordo com ABRAS (2003), Mussad Elias Ruffeil, inaugura em 1968, no bairro da Cidade Velha, o Supermercado metralhadora, neste mesmo período surge também o Supermercado Almirante, na Avenida Almirante Barroso.

Logo em seguida, meados da década de 1970, foram fundados os Supermercados Formosa (1975) e o Supermercado Nazaré (1976), isso acontece ao mesmo tempo em que o “São João” e o “Carisma” se tornam as primeiras redes de supermercados de Belém, com lojas espalhadas pela cidade (KITABAYASHI, 2005). Em seguida, essas duas redes foram vendidas para grupos de outros Estados, que passaram a dominar o comércio supermercadista paraense. Um grupo nordestino, o Bom-Preço, comprou as lojas São João, logo depois este mesmo grupo incorporou a multinacional holandesa Ahold e, em 1996, negociou-as com o grupo Líder. Já as lojas do Supermercado Carisma foram adquiridas pelo grupo Pão de Açúcar e, em 1991, transferiu-se para o grupo Y.Yamada (GONÇALVES, 2009, p. 151).

Sendo assim, através do contexto histórico do setor supermercadista paraense foi possível concluir que já houve inserção de grandes empresas de redes nacionais na economia do Estado. No entanto, a trajetória dessas empresas foi interrompida, pois depararam-se com a dificuldade de controlar estoques em uma região distante dos centros distribuidores, não conseguiram firmar uma carteira de clientes fiéis. Com esta ocasião os grupos locais mais

⁵ Denominação dada ao sistema em que os comerciantes compravam no atacado e revendiam a mercadoria a retalho para a população ribeirinha, percorrendo os rios de barco. O termo também se refere à própria embarcação (GONÇALVES, 2009, p. 156).

treinados no comércio de beira rio e muito mais experientes aos hábitos de consumo dos paraenses, perceberam a oportunidade que faltava para crescerem.

A partir desse momento, década de 1990, inicia-se a trajetória de ascensão dos grupos regionais no Estado do Pará, em especial na Região Metropolitana de Belém, são eles: Supermercado Líder, Supermercado Nazaré, Supermercado Formosa, Supermercado Y.Yamada, Supermercado Amazônia e Supermercado Cidade. A maioria ainda em funcionamento, alguns se expandiram para os interiores, como é o caso do Supermercado Líder, Y.Yamada, alguns enfrentam crises e, outros mantem ampliando suas redes.

Essas empresas de natureza regional e familiar estiveram por muito tempo dominando a hegemonia do setor supermercadista local, dificultando e não permitindo a entrada de empresas transnacionais no Estado. Porém, atualmente observa-se a expansão dos hipermercados, comandados pelas grandes cadeias de capital nacional e internacional, como Carrefour (correspondente da bandeira Atacadão), Pão de Açúcar (bandeira Assaí Atacadista) e o grupo Mateus com capital inteiramente nacional.

As estratégias territoriais dos supermercados e hipermercados buscam atingir os diversos pontos dos países. No Pará, existiu o momento de grande hegemonia dos grupos locais e regionais como Líder, Formosa, Yamada⁶, Nazaré e Cidade, mas hoje essa hegemonia passou a ser questionada com a chegada das grandes redes. Todavia, percebe-se que esses grupos locais seguem se mantendo diante dos grandes empreendimentos e ampliam suas redes em Belém e no interior, concorrendo satisfatoriamente com as firmas nacionais e estrangeiras. Na análise desenvolvida a presença de empresas de origem nacional e internacional não apresenta um problema para as empresas familiares no Pará.

Em vista disso, é estabelecido pelas grandes redes que arrasta todo o segmento, pois alavanca e serve de modelo para todo o comércio de autosserviço. Isto ocorre porque o segmento de supermercados é, ao mesmo tempo, altamente concentrado e heterogêneo. Sendo assim, os supermercados paraenses vêm se expandindo em vários sentidos com criação de vantagens competitivas, abrindo lojas maiores, com maior quantidade de *mix* e produtos de magazine, pontos bem localizados, maiores estacionamentos e maiores serviços ao consumidor: farmácias, laboratórios, óticas, bancos 24 horas, etc.

Além de perceberem a importância da diversificação de produtos ao consumidor, uma boa parte desses grupos locais seguem na competição com o grande capital por meio da audácia de investimentos também no setor produtivo como: pecuária, supermercado Líder e

⁶ Algumas lojas ainda presente, porém em estágio de decadência.

Cidade, possuem seu próprio rebanho bovino, moinho de café (supermercado Líder), restaurantes (supermercados Líder e Formosa), posto de gasolina (supermercado Formosa), lojas de pneus (supermercado Formosa) etc. Dessa forma, as lojas ganham vantagens de custos na aquisição de produtos e serviços e, ainda, ampliam a carteira dos clientes para um novo serviço.

Grandes exemplos de estratégias que são utilizadas, é o que os supermercados Líder e Nazaré fazem, com promoções para diminuir as filas nas lojas nos finais de semana e dividir o fluxo de clientes para os outros dias da semana. Essas promoções variam de acordo com o dia da semana, como exemplo: terça-feira do peixe, quarta-feira do hortifrútis e a quinta da carne, neste mesmo modelo de promoções, o único que se aproxima é o Mateus. Assim, consegue-se dois resultados a comodidade e o conforto dos clientes.

Em destaque para o Supermercado Líder, destaca-se o crescimento de mercado à abertura de novas lojas, tanto na capital como no interior do Estado. Os seus formatos de lojas variam de acordo com a localização e a classe social que vai consumir. A exemplo de lojas Líder que atendem a uma classe social mais alta está na situação de bairros nobres da capital Belém como Batista Campos, Nazaré, Doca e Umarizal.

Este ambiente operacional para o atacarejo, tanto em nível local quanto nacional, exigiu uma postura cada vez mais arrojada dos tomadores de decisão para criar estratégias, as quais as empresas possam transformar em vantagens competitivas sustentáveis. Exigiu-se maior conhecimento e informação dos fornecedores, clientes e instituições, assim como maior habilidade do capital humano para manter ou ampliar sua participação no mercado. Dessa forma, segue o contexto de expansão das três empresas de atacarejos, na qual são o objeto da pesquisa, no cenário paraense.

A empresa Assaí Atacadista atua no autosserviço e atacarejo, pertence ao grupo Pão de Açúcar (GPA) incorporada ao grupo Casino de origem francesa, encontra-se presente nas cidades de Belém, Ananindeua, Castanhal, Parauapebas e Santarém, estrategicamente sua expansão se dá pela metrópole e cidades médias paraense, onde facilmente é encontrado um vasto mercado consumidor. Investimento de mais de 145 milhões de reais no Pará, gerando mais de 2 mil postos de trabalho diretos e indiretos. (SA VAREJO, 2019).

Um outro grupo desse setor que vem cada vez mais se expandindo no Estado, são as lojas do Atacadão, ligada ao grupo Carrefour, uma rede internacional de hipermercados fundada na França. Sua história no Pará tem início no ano de 2013, tem um total de 178 redes implantadas no Brasil, distribuídas em todos os Estados, sendo que 6 delas estão no Pará.

As lojas do grupo Mateus atuam em vários segmentos de varejo (com a bandeira Mateus Supermercados), Atacarejo (bandeira *mix* Mateus), eletroeletrônicos, eletrodoméstico e móveis (bandeira Eletro Mateus), indústria de Pães (bandeira Bumba meu Pão), distribuidora de produtos farmacêuticos (bandeira Invicta) e Atacado (bandeira Armazém Mateus). Uma das maiores redes regionais no Brasil com capital inicial 100% nacional.

A seguir, efetua-se um quadro com todas as lojas desses três grupos distribuídas pelas cidades do Pará, viabilizando um olhar mais atento às cidades que estão recebendo essas lojas.

Quadro 7- PARÁ. Todas as lojas distribuídas pelas cidades do Pará

ASSAÍ ATACADISTA	UNI.	ATACADÃO	UNI.	GRUPO MATEUS	UNI.	GRUPO MATEUS	UNI.
ANANINDEUA	1	ANANINDEUA	2	ABAETETUBA	1	JACUNDÁ	2
				ALTAMIRA	3	MARITUBA	1
				ANANINDEUA	2	MARABÁ	7
BELÉM	1	BELÉM	1	BELÉM	4	MEDICILANDIA	1
				BREU BRANCO	1	NOVA IPIXUNA	1
				CONCEIÇÃO DO ARAGUAIA	1	PARAUPEBAS	4
CASTANHAL	1	CASTANHAL	1	CANAÃ	1	RONDON	1
				ANAPU	1	REDENÇÃO	2
				CASTANHAL	2	SANTA ISABEL	1
PARAUPEBAS	1	MARABÁ	1	CURIONÓPOLIS	1	TAILÂNDIA	1
				BENEVIDES	1	TUCUMÃ	2
				CAPANEMA	1	TUCURÍ	1
				DOM ELISEU	1	URUARÁ	1
SANTARÉM	1	SANTARÉM	1	ELDORADO DOS CARAJÁS	1	ULIONÓPOLIS	1
				GOIANÉSIA	1		

Fonte: Elaboração própria, 2021.

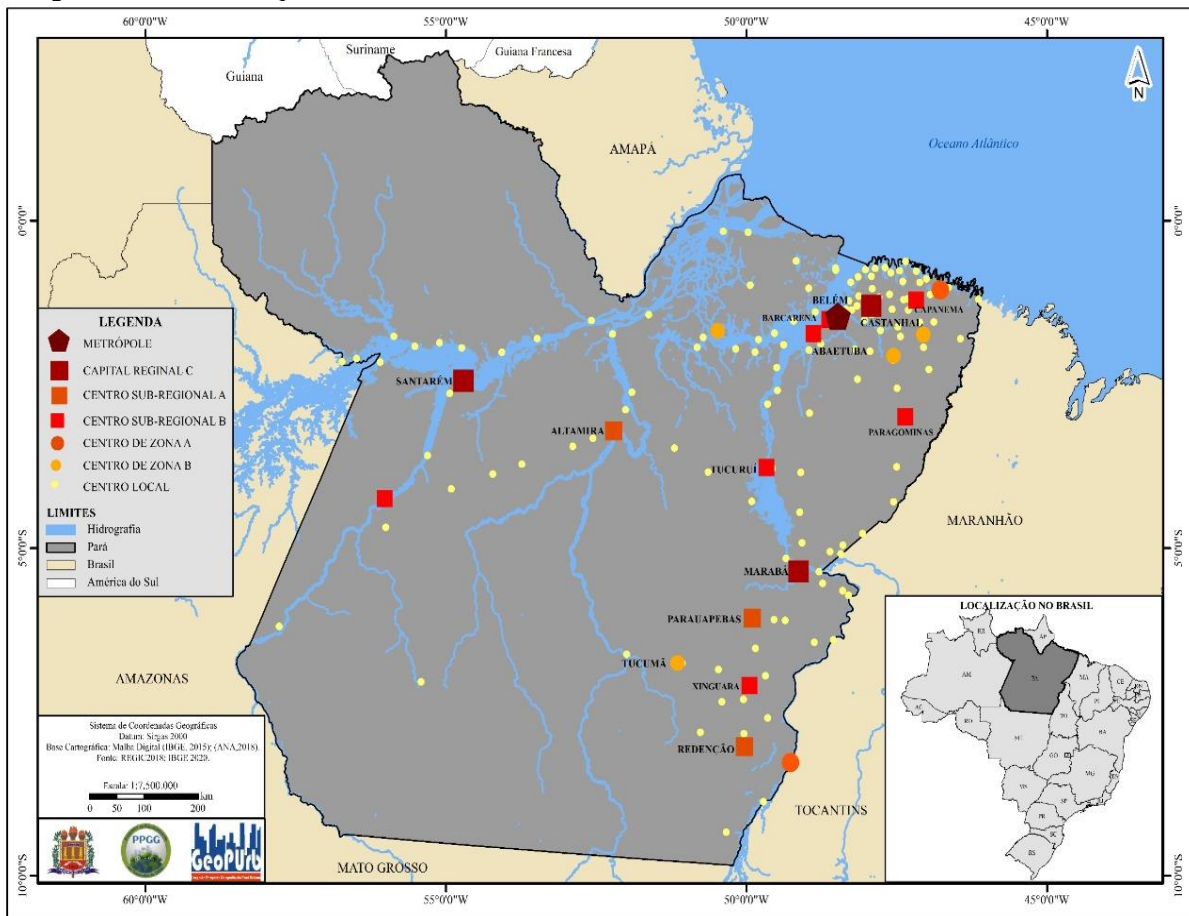
Conforme o quadro 7, faz-se necessário uma observação sobre as características das cidades as quais estão recebendo essas grandes lojas, pois não se tratam de qualquer cidade, mas de cidades que desempenham papéis importantes na rede urbana paraense, como a metrópole, cidades médias e as que, mesmo não estando no patamar de cidades médias, todavia, tem grande importância regional.

Desse modo, entende-se que uma rede urbana é um espaço hierarquizado através da influência econômica, social, política e cultural. As cidades não se diferenciam apenas pela

concentração populacional, mas, sobretudo, pela quantidade e qualidade dos serviços oferecidos como escolas, hospitais, bancos, centros culturais, centros de abastecimentos, universidades e outros. Para Souza (2003), a rede urbana não é algo que surge eventualmente, mas é o resultado da própria história do desenvolvimento econômico do país, pois é por meio da rede urbana que as elites econômicas e políticas fazem a gestão do território.

A rede urbana é, segundo Corrêa (2006), o conjunto funcionalmente articulado de centros urbanos e suas hinterlândias, estabelecendo uma complexa diferenciação entre cidades. Ainda segundo este autor, a rede urbana é uma reprodução dos efeitos acumulativos da prática de diversos agentes sociais, principalmente, das grandes corporações (multinacionais e multiorganizadas) que inserem na cidade/campo, atividades que estabelecem diferenciações entre os centros urbanos e na qual condicionam a novas ações. Dessa forma, a rede urbana é elemento relevante para a compreensão da adesão de instalação das redes nacionais e internacionais no Pará, como se pode observar no mapa 3.

Mapa 3 - Pará. Hierarquia urbana. 2018.



Fonte: Elaboração própria com base no estudo Regiões de Influência das Cidades 2018 (IBGE, 2020).

O estudo Regiões de Influência das Cidades 2018 (IBGE, 2020), assim como a versão anterior, de 2007, trabalha com a seguinte tipologia de centros no âmbito da rede urbana, segundo sua hierarquia: a Metrópole Regional, aquela que apresenta o maior encadeamento de bens e serviços de maior complexidade estrutural; a Capital Regional não possui os bens e serviços de maior complexidade tecnológica, no entanto, possui importância relativa para região; o Centro Sub-Regional, contém bens e serviços com níveis intermediários de complexidade; e Centro de Zona, apresentam bens e serviços inferiores aos do Centro Sub-Regional e por último, os Centros Locais, sendo as menores unidades administrativas e que possuem os bens e serviços mais simples, quase sempre, nas pequenas cidades. A concentração de bens e serviços vai diminuindo conforme se distancia da cidade polo.

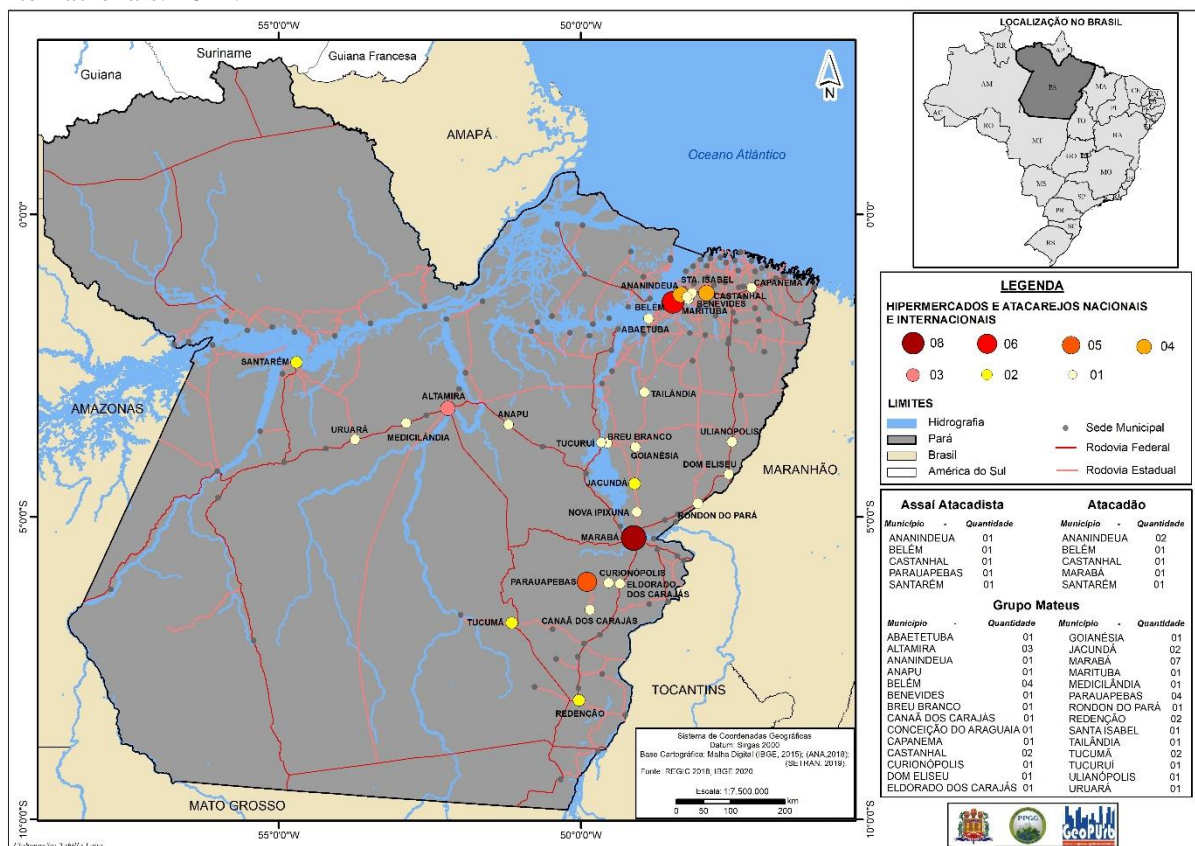
Nessa perspectiva, a centralidade de uma cidade tem muito a ver com a sua capacidade de ofertar bens e serviços para outros centros urbanos, estabelecendo, dessa forma, uma área de influência. Essa centralidade é de natureza, sobretudo, econômica. Uma cidade será considerada muito complexa e possuirá uma posição elevada na rede urbana, sempre que

apresentar mais capacidade de oferecer bens e serviços para outros núcleos urbanos. Quanto maior sua complexidade maior sua área de influência.

Assim sendo, o objeto da pesquisa se impõe como elemento constituidor da atual condição de Castanhal na hierarquia urbana, isto é, abaixo apenas da metrópole sendo capital regional C, condizente com a capacidade de articular fluxos que nem sempre se originaram internamente e sim, de investimentos externos atuantes em cidades que já alcançaram tal condição que portanto, a própria cidade é força uma força produtiva.

A localização de cada empreendimento em questão representa de alguma forma o grau de importância que tais cidades exercem em sua região, com isso, elaborou-se uma representação de localização das cidades do Pará que receberam os empreendimentos.

Mapa 4- Pará. Localização das lojas de hipermercados e atacarejos pertencentes a redes nacionais e internacionais. 2021.



Fonte: Elaboração própria a partir de análise documental.

Essas grandes empresas se utilizam de critérios para suas instalações, de forma que possam buscar maior viabilidade de consumo. De acordo com IBGE (2020), que trata da hierarquia urbana e classifica cada cidade conforme a sua capacidade de centralidade de gestão do território, a metrópole Belém se encaixa na classe 2 de acordo com o seu

contingente populacional superior a 2 milhões de habitantes. Assim como também, classifica as cidades de Castanhal, Marabá e Santarém (cidades na qual receberam as grandes lojas) como Capital regional C, com média nacional de população de cidades dessa categoria de 300 mil habitantes. Isso comprova a importância do critério populacional e mercado consumidor para essas empresas.

Assim também, outras lógicas de estratégias das lojas se misturam com essa compreensão ampla de rede urbana com uma ampliação mesorregional, advindo do sudeste paraense, o que provoca a integralização dos centros urbanos menores, este é, particularmente, o caso do grupo Mateus.

Além disso, nota-se a diferença de como essas redes se orientam em relação sua distribuição e fixação nos arranjos espaciais. As lojas Atacadão e Assaí seguem lógicas semelhantes com segmentações de pontos mais reticular e menos contíguos, estão presentes quase sempre nas mesmas cidades, com exceção de Parauapebas com a presença apenas do Assaí e em Marabá apenas o Atacadão, ou seja, estão presentes na metrópole, cidades médias e cidades de grande importância para sua região.

Diferentemente, deste segmento está o grupo Mateus distribuído em pontos mais contíguos e com lógica de proximidades mais regional a partir do Estado do Maranhão e, se expandindo para Estados vizinhos como Tocantins, Piauí, Pará e, mais recentemente, chegando ao Estado do Ceará, na cidade de Tianguá, como mix atacarejo. O atendimento também segue na Bahia, Ceará e Tocantins com a operação de entrega do armazém Mateus na modalidade atacado. No Pará, essa expansão ocorre mais em cidades ao Leste do Estado e ao longo de rodovias importantes para funcionalidade da circulação, distribuição e consumo, com vista a ampliação do capital.

3. A PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL E SUA DINÂMICA REGIONAL ATUAL

Este terceiro capítulo está organizado em três tópicos. O primeiro aborda o percurso histórico Castanhal concernente ao seu processo de formação, identificam-se os elementos, bem como os períodos da produção da cidade. O segundo tópico trata do papel de Castanhal na rede urbana do nordeste do Pará, trazendo o reconhecimento dos elementos particulares dessa rede urbana e como Castanhal potencializa a dinâmica espacial. O terceiro e último tópico trata da estruturação do espaço urbano de Castanhal destacando elementos da urbanização, crescimento e expansão da cidade, enfatizando o papel e a lógica locacional dos empreendimentos em estudo na cidade.

3.1. A FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL

Devido ao processo de desenvolvimento socioeconômico de Castanhal estar diretamente associado à construção da Estrada de Ferro de Bragança - EFB (final do séc. XIX a meados da década de 1960), torna-se necessária a análise da gênese da colonização da região nordeste do Pará, da qual o lócus da pesquisa faz parte.

A ocupação dessa área pelos imigrantes nordestinos em busca de trabalho resultou no processo de expansão urbana regional que teve como objetivo suprir as necessidades que surgiram devido ao desenvolvimento da economia da borracha.

Segundo Amaral e Ribeiro (2016, p. 84), a colonização dessa área tem dois momentos principais:

O primeiro remonta ao próprio processo de colonização da região amazônica no século XVII, quando foram estabelecidos os primeiros povoados litorâneos, como a atual cidade de Bragança; o segundo momento, e mais decisivo à estruturação da rede urbana e da região, ocorre no final do século XIX, por meio da colonização da chamada Região Bragantina, com vistas ao atendimento das necessidades criadas pelo desenvolvimento da economia da borracha na Amazônia. Essa colonização teve como marcas principais a utilização dos migrantes nordestinos e a construção da Estrada de Ferro de Bragança – EFB (AMARAL; RIBEIRO, 2016, p. 84).

Com isso, o processo de colonização da Região Bragantina⁷ não se deu apenas pela necessidade de povoamento e mão de obra para o desenvolvimento econômico da Amazônia e sim, também por elementos propulsores de fatores extra-regionais.

⁷ Região Bragantina, isto é, a área compreendida entre as cidades de Belém, capital do Estado do Pará e a cidade de Bragança. A extensão da Bragantina inclusa na Região Nordeste do Pará se estende de Castanhal às intermediações de Bragança e Viseu (AMARAL; RIBEIRO, 2016, p. 83).

A seca do Nordeste, ocorrida em 1888, gerou grande êxodo de nordestinos que partiram em direção do Pará, fugindo da seca, e atraídos por serviços como coletas do látex nos seringais, colonização de excelentes terras da Zona Bragantina e mão de obra na estrada de ferro (SIQUEIRA, 2008, p. 95).

De acordo com o autor supracitado, Castanhal antes da construção da estrada de ferro, era ponto de parada dos boiadeiros que almejavam chegar até a capital Belém. Assim, surgia um novo núcleo populacional conhecido como Campos de Castanhal. No ano de 1899, foi criado o distrito de Castanhal, que passou para condição de vila no dia 15 de agosto de 1901, pela lei nº 646. Destaca-se que Castanhal foi erguido para condição de Município pelo interventor Joaquim de Magalhães Cardoso Barata, por meio do decreto nº 600, de 28 de janeiro de 1932.

Segundo Smith Jr. (2012), o desenvolvimento do “Núcleo de Castanhal” começa a partir de uma estratégia política do governo da Província do Pará, através da construção da ferrovia que ligaria a capital Belém a cidade de Bragança no interior do Estado.

A Estrada de Ferro de Bragança foi uma das principais ferrovias construídas na Amazônia, as obras iniciaram em 1883 e foram concluídas 1908 pelo governo do Estado. Dessa maneira, a construção dessa linha férrea objetivou incentivar a ocupação das colônias agrícolas presentes na região bragantina, almejando o aumento da mão de obra na lavoura, com a ânsia de atender as demandas do mercado interno e a exportação. Assim, outra finalidade da ferrovia era viabilizar a conexão por terra entre Belém e a capital do Maranhão (São Luís). Todavia, o alto custo da obra não permitiu tal projeto (SARQUIS, 2017).

Castanhal, nas últimas décadas do século XX, emergiu como cidade promissora economicamente por estar situada em uma região geograficamente privilegiada, a região nordeste do Estado do Pará, com isso, tornou-se uma cidade favorável para os investimentos. De acordo com Luz Jr. (2011), a década de 1970 foi a “Década de Ouro” para a cidade, pois houve a implantação de grandes indústrias beneficiando milhares de pessoas com oportunidades de empregos. Outro fato importante foi a instalação da Escola de Formação Agropecuária de Castanhal, atual Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA). O setor de comércio foi o que mais se desenvolveu, e o poder público através da prefeitura realizou grandes investimentos na urbanização da cidade, dessa forma, o empenho rendeu o título de cidade modelo do Pará.

O forte crescimento econômico de Castanhal, juntamente com a ampliação da BR-316, impulsionou muito a cidade a se desenvolver. A paisagem característica de cidade rústica foi

se transformando e ganhando contornos de um município promissor em vários setores da economia. Atualmente, está entre as seis principais cidades do Estado e figura como a cidade mais importante da região nordeste do Pará e é a sexta cidade mais populosa entre as 144 sedes de municípios do Pará (IBGE, 2019).

A composição e a viabilização de uma cidade em desenvolvimento ganharam perspectivas além do esperado. Na década de 1980, a cidade passou por um forte processo de migração, é a partir deste momento que a cidade começa a sofrer mudanças na sua paisagem urbanística e na sua forma. As fazendas próximas ao centro da cidade deram lugar as áreas da periferia. O forte título de cidade modelo atraiu inúmeras famílias vindas do interior do Estado e de outros Estados do Brasil (RAIMUNDO JR. 2011). Entende-se que estes são os indícios de crescimento do fenômeno periferia do centro de Castanhal.

A sua situação espacial é muito favorável na esfera da rede urbana amazônica, particularmente por sua acessibilidade rodoviária, por estar a poucos quilômetros de distância do porto de Belém, aeroporto e da PA- 483 alça viária, opções de escoamento de produtos e mercadorias. Independentemente da sua dinâmica econômica atual estar atrelada às rodovias, principalmente a BR-316, a gênese do seu núcleo urbano tem relação com “(...) as mudanças estruturais do modelo de modernização brasileira caracterizado pela intervenção do poder público no sentido de dar as cidades brasileiras ar de civilidade e pujança por meio da reformulação de seus traçados urbanos” (MONTE, 2009, p. 217).

Como já mencionado anteriormente, o processo de colonização da Região Bragantina foi marcado pela instalação da Estrada de Ferro de Bragança, não somente ela, mas diversos núcleos urbanos como o de Castanhal e também o seu Distrito, Vila do Apeú. A conclusão da ferrovia aconteceu em maio do ano de 1908, após vinte cinco anos desde os primeiros assentamentos de trilhos, foi algo que beneficiou tanto Castanhal como grande parte da população paraense.

A tão sonhada chegada dos trilhos, na qual muitos não acreditavam mais, devido à demora na sua conclusão, ocasionou um grande impulso para maiores acontecimentos no desenvolvimento da cidade, ainda que, como afirma a Prefeitura Municipal de Castanhal – PMC (2013) antes da chegada dos trilhos ao núcleo de Castanhal, já se observava um grande crescimento motivado pelo comércio e pela agricultura. Portanto, o conteúdo urbano da cidade já aspirava perspectivas doravante ao desenvolvimento econômico.

Ainda assim, em 1902, o governo na época, certamente visando controlar melhor a produção da região, preferiu centralizar tudo dividindo a área pertencente a Castanhal em sete

colônias: “José de Alencar” que corresponde hoje ao centro da cidade, Anita Garibaldi, Ianetama, Iracema, Inhangapi, Antônio Baena e Marapanim. Mesmo assim, ainda faltaria mão de obra para produção, então foi estabelecido um acordo com o governo espanhol, no entanto, estes imigrantes não se adaptaram as condições climáticas e deixaram a região (PMC, 2013).

Para melhor esclarecimento das fases do processo de formação do espaço urbano de Castanhal até os dias atuais, elaborou-se um quadro baseado em Alves (2012), que destaca quatro fases que também sintetizam a sua historicidade.

Quadro 8- Castanhal. Periodização da formação do espaço urbano. 2022

ANO	PERÍODOS	ATIVIDADES DESEMPENHADAS NA CIDADE	PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL
1870 a 1883	<u>FASE ANTERIOR A EFB</u>	Predominantemente atividades do setor primário da economia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formado por eixos agrícolas; ✓ Casas em formato tradicionais;
1883 a 1960	<u>FASE DA FERROVIA</u> (Efetivação da Estrada de Ferro Belém-Bragança)	Atividades do setor primário e terciário da economia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Passou a categoria de vila; ✓ 1932 fundação do município; ✓ Institucionalização da malha urbana; ✓ Crescimento urbano municipal; ✓ Instalação da sede do município; ✓ Aparato governamental;
1960 a 1990	<u>FASE DA RODOVIA</u> (Desativação da ferrovia e inserção de eixos rodoviários)	Atividades do setor primário, secundário e terciário da economia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Melhoras significativas no processo de urbanização e infraestrutura da cidade; ✓ Expansão da área urbana no sentido das rodovias; ✓ Crescimento maciço da população; ✓ Período de reconhecimento de “cidade modelo” no Estado;
1990 a 2021	<u>FASE DE INTENSIFICAÇÃO DAS INTER-RELAÇÕES DE CASTANHAL COM BELÉM</u> (Duplicação da BR-316 e dias atuais)	Atividades do setor primário, secundário e terciário da economia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pavimentação da PA-242; ✓ Duplicação da Br-316; ✓ Cidade de maior posição na hierarquia urbana da região do nordeste do Pará; ✓ Intenso crescimento de espaços de assentamento residenciais para classes baixa e média; ✓ Implantação de um polo industrial;

Fonte: Elaboração própria, 2021. Adaptado de Alves, 2012.

Conforme se pode observar no quadro 8, o processo histórico de formação do espaço urbano de Castanhal está organizado em quatro fases. Na primeira fase, ainda anterior à Estrada de ferro de Bragança, nota-se uma cidade ainda voltada a questões tradicionais de organização, o início da estruturação da cidade. A segunda fase é o período marcante da

história, pois compreende o pleno funcionamento da ferrovia, o momento é de mudanças na estrutura urbana, o município passou a desempenhar o papel de rota estratégica comercial ferroviário e a desenvolver sua estrutura urbana, ainda que sua base econômica estivesse voltada à agricultura. Como mostra a figura 01.

Figura 1- Castanhal. Fase de funcionamento da ferrovia EFB.



Fonte: guiadecastanhal.com.br

A terceira fase marca o momento da retirada da ferrovia, conforme a figura 02 mostra a desativação da estação na cidade. Esta fase durou em média meio século, e marca a entrada da rodovia. Este é o momento de expansão da área urbana em sentido dos eixos rodoviários, viabilizando um novo padrão de estruturação urbana para Castanhal, provocando um processo de imigração intensa e uma nova visibilidade regional para seu processo de desenvolvimento.

Figura 2- Castanhal. Demolição da Estação da ferrovia EFB. 1966



Fonte: Estações ferroviárias do Brasil, 2019

A quarta e última fase é marcada pela intensificação das inter-relações de Castanhal com a metrópole no que tange as interações espaciais de várias naturezas e ordens, a duplicação da BR-316 (figura 3) o que incorre em perspectivas de aceleração que não havia anteriormente e o surgimento de movimentos de conteúdos metropolitano, trazendo duais e complementares explicações para o atual contexto urbano de Castanhal.

Figura 3- Castanhal. Fase da rodovia antes e depois da EFB



Fonte: Castanhal fotografic, 2012; Foursquare, 2021

Com um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,673, considerado um índice médio, ocupa a posição oitava do ranking das cidades do Pará, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2010). O Produto Interno Bruto (PIB) per capita de 19. 242, 51 e ocupa a décima posição da listagem em ordem decrescente de todos os municípios do Estado (IBGE, 2018).

Quadro 9 – Castanhal. Evolução populacional

1980	1991	2000	2010
65.251 Habitantes	102.071 Habitantes	134. 496 Habitantes	173.149 Habitantes

Fonte: IBGE (1980, 1991, 2000a, 2010) Elaboração própria, 2022

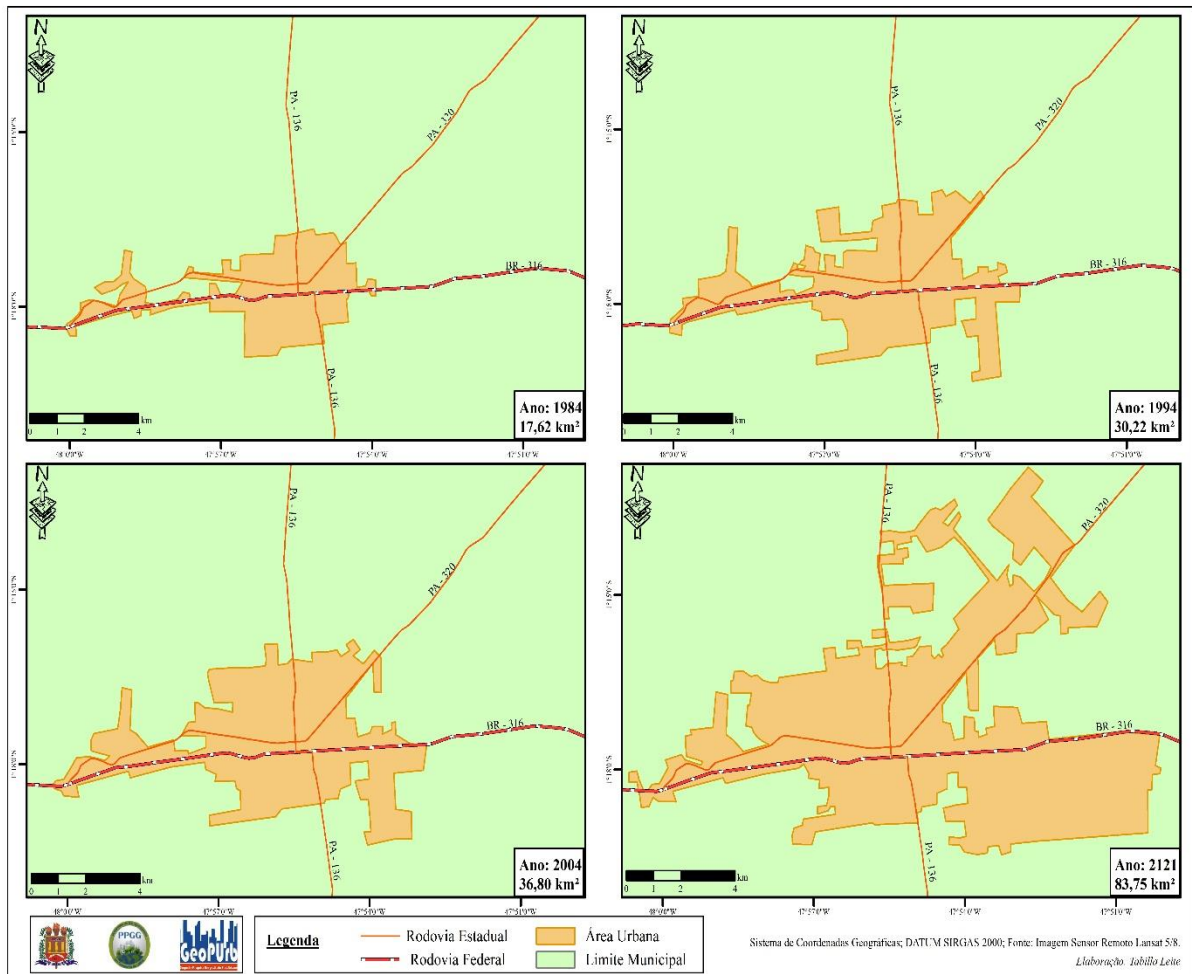
No ano de 1980, Castanhal possuía uma população de 65.251 habitantes; em 1991 a população saltou para o número de 102.071 habitantes e em 2000 chegou no patamar de 134.496 habitantes. Em 2010 essa população alcançou os 173.149 habitantes (IBGE, 1980, 1991, 2000a, 2010). Contudo, em 1991 já alcançava o índice de 91% da população residindo em áreas urbanas, na qual se reduziu levemente nas décadas posteriores, no entanto, segundo Trindade Junior (2006), Castanhal manteve a condição de município com forte urbanização da população.

Uma das formas mais acentuadas de crescimento e desenvolvimento foi a implantação do projeto polo industrial, que prevê a transformação de uma área de 173 hectares no maior polo industrial do Norte do Brasil. Este polo industrial de Castanhal está sendo realizado em uma área privilegiada da PA-10, a uma distância de cinco quilômetros da sede do município, obra essa, que contará com um hangar e uma pista de pouso para aeronaves de pequeno porte, com isso, o poder público municipal oferece todos os subsídios necessários para as empresas que almejam se instalar e contratar mão de obra local.

Várias são as formas de expansão que ocorreram/ocorrem na cidade a partir da ampliação dos espaços periféricos, onde os primórdios dessa atuação teve a participação de uma diversidade de agentes, são eles: o Estado, por meio da construção de Conjuntos Habitacionais na periferia; os promotores imobiliários, através da conversão de área rural em urbana a partir de loteamentos, em geral, com infraestrutura precária, e os grupos sociais excluídos (CORRÊA, 1989), que por meio da ocupação de terras e do mecanismo da autoconstrução dão origem a assentamentos precários.

Segundo Ribeiro (2017), nenhuma cidade do Nordeste Paraense, incluindo as de expressão regional, como Capanema e Bragança, se aproxima do dinamismo do espaço urbano de Castanhal, que se expandiu em mais de 145,9% de 1984 a 2021 em grande parte, mediante a expansão das periferias, acompanhando os eixos de circulação. Neste caso, quatro ganham destaque: o eixo da BR-316, a sudeste da cidade; o eixo da PA-320, em direção a São Francisco do Pará, a nordeste da malha urbana; e o eixo da PA- 136 que liga Castanhal ao Abade e a Rodovia Transcastanhal, a noroeste, como se observa no mapa 5.

Mapa 5- Castanhal. Expansão do espaço urbano, 1984-2021



Fonte: INPE, 1984, 1994, 2004

Elaboração própria, 2021

Execução: Leite, 2021

De acordo com o mapa 5, entre os anos de 1984 a 1994 houve considerável expansão urbana proporcionado pelos dois primeiros eixos com a expansão de conjuntos habitacionais e as diversas modalidades de ocupações que no geral se edificam precariamente no espaço em destaque ao bairro do Jaderlândia, cuja localização é no eixo sudeste e data de 1985, sendo o bairro uma síntese da urbanização desordenada.

No interstício de 2004 a 2021 se percebe o fortalecimento dos três eixos de expansão por meio de outros vetores, isto é, habitações dirigidas pelo governo atendendo outras classes sociais, sendo o mais expressivo o Programa Minha Casa Minha Vida – PMCMV iniciado em 2009 pelo Governo Federal, reafirmado os eixos de expansão urbana que já estavam em curso anteriormente.

Assim, apesar do grande crescimento da cidade e do dinamismo econômico alcançado também por meio das interações com o espaço metropolitano de Belém, não ocorreu em Castanhal movimento no sentido da configuração de outras centralidades intraurbanas, ao contrário, a dinâmica atual tem contribuído ao reforço da centralidade preexistente com a expansão das atividades de comércio e serviços para as vias próximas.

Além desse centro principal de comércio e serviços, é possível encontrar em Castanhal, alguns novos espaços que mais recentemente passam a ofertar essa atividade: as vias paralelas e transversais ao quadrante entre as Avenidas Presidente Vargas e Comandante Assis, em que se detecta o desenvolvimento de novos corredores comerciais e de serviços; e alguns grandes bairros da cidade, tais como, Jaderlândia, Nova Olinda, Milagre e Ianetama. Nessas novas áreas destacam-se a presença de farmácias, filiais menores de lojas de departamento, panificadoras, mercantis, serviços especializados de saúde, serviços de educação, dentre outros. (AMARAL; RIBEIRO, 2016, p. 93).

Essa afirmação se constata com a presença dos três empreendimentos em estudo. As suas devidas localizações na cidade representam um reforço dessa expansão das atividades de comércio e serviços. Isso fica evidente quando se analisa as suas posições, onde quase todas as lojas estão situadas ao longo da Avenida Presidente Vargas e uma loja na avenida central da cidade (Avenida Barão do Rio Branco) no sentido bem distante da concentração das atividades tradicionais. Entretanto, ainda assim, permanece com características urbanas próprias da sua formação, como o comércio tradicional bem representativo, originário de grupos familiares que ainda usam o crediário, com destaque para o fator centralidade que Castanhal exerce sobre as cidades e comunidades ao entorno, característica de fundamental importância para entender a dinâmica regional urbana. Sobre esse processo de espraiamento do centro Amaral e Ribeiro (2016) destacam:

Porém, mesmo com a instalação desses empreendimentos externos, o comércio local não deve ser desconsiderado ou subvalorizado, como as lojas de grupo familiares que ainda mantêm o sistema de crediário, com uma organização ainda tradicional, que conserva sua força em face aos concorrentes externos. A partir da análise desses dados do comércio e dos serviços de Castanhal pode-se considerar que se, por um lado, a presença das grandes redes varejistas de Belém promove a modernização da paisagem e evidencia aspectos da metropolização do espaço e, portanto, se estrutura enquanto um relevante vetor de dispersão metropolitana, por outro lado, não se pode negar a permanência da força dos empreendimentos locais que procuram resistir à competição dos grupos exógenos e manter fortes relações horizontais, particularmente, com o Nordeste do Estado do Pará, relativamente independentes da metrópole. (AMARAL; RIBEIRO, 2016, p. 95).

Dessa forma, Amaral e Ribeiro (2016) afirmam que “Castanhal tem um processo de estruturação diferenciado das cidades do espaço metropolitano” (p. 103), já que a origem do seu núcleo não resulta do fator de dispersão da população de Belém e sim, da centralidade exercida por ela em relação a uma vasta área do Nordeste Paraense, e não do caráter disperso da metropolização. Assim, compreende-se que Castanhal apresenta uma “situação espacial diferenciada: a de uma cidade média com relativa proximidade à metrópole” (RIBEIRO, 2017, p. 272), reconhecendo características importantes de cidade média, como o potencial de assistência às outras localidades, formando sua área de influência a partir de atividades e serviços presentes que impulsionam a interação espacial.

3.2. CASTANHAL E SEU PAPEL NA REDE URBANA DO NORDESTE PARAENSE

Atualmente, entender a organização espacial urbana das cidades, fundamenta-se em perceber a existência de um complexo sistema de rede. Assim, não pode ocorrer uma visão fragmentada em que se observam apenas as paisagens urbanas sem levar em consideração as relações existentes entre os espaços, o tempo das relações, as contradições que caracterizam o processo de urbanização e desenvolvimento humano na Amazônia.

Dessa forma, a compreensão da rede urbana do Nordeste paraense é bastante complexa. Esta região engloba uma grande área do litoral paraense que liga no sentido oeste-leste do município de São João da Ponta ao município de Viseu, na parte interior do território chamada de Região Bragantina, ou seja, a área que se estende entre as cidades de Belém (capital) e Bragança, visto que, a ampliação da Região Bragantina incluída na Região Nordeste do Pará se estende de Castanhal as intermediações de Bragança e Viseu, dado que a ampliação entre Castanhal e Belém compõe o espaço metropolitano de Belém, é polarizado diretamente pela capital, sem interferência de nenhum outro centro.

Portanto, a existência de três Centros de grande importância em uma área restrita, em termos de espaço físico, significa um caráter particular à rede urbana do Nordeste Paraense, pois essa densidade de cidades importantes é pouco comum no espaço amazônico, como evidencia o estudo de Região de Influência das Cidades 2018 (IBGE, 2020).

Desse modo, a Região Nordeste do Pará é área de influência da capital Belém, assim, óbvio como todo o território paraense também é, no entanto, não tem sua particularidade e seus contornos definidos pela metrópole e sim por uma quantidade de características que

diferenciam esses espaços de outros que integram a Amazônia, a principal delas, é a rede urbana formada a partir das principais cidades desta região: Castanhal, Capanema e Bragança, que sozinhas não conseguem polarizar toda a região, todavia, agregadas atuam como importantes estruturadoras da rede urbana do Nordeste paraense (RIBEIRO, 2017).

A Região Nordeste do Pará, entre outros fatores, por sua proximidade com a metrópole, passa a ser um espaço prioritário para a dispersão metropolitana de Belém, entretanto, esse processo se materializa envolvido por grande complexidade e a partir de determinados vetores, isto é, de forma parcial e incompleta. A cidade de Castanhal, por sua importância regional e pela proximidade com Belém, é onde se melhor verifica a dispersão de vetores, agentes e ações oriundos da metrópole, no contexto do Nordeste Paraense, entretanto, as marcas desse processo, em alguma medida, também podem ser constatadas (mesmo que pontualmente) nos demais centros de destaque da região, como as cidades de Bragança e Capanema (RIBEIRO, 2017, p.133).

O Nordeste paraense possui 49 municípios, é formado por três regiões imediatas de articulação urbana, segundo IBGE (2013) os três principais municípios (Castanhal, Capanema e Bragança) são classificados conforme a hierarquia urbana como capital regional C e centro sub-regional B, respectivamente pelo estudo de Região de Influência das Cidades 2018 (IBGE, 2020).

Castanhal recebe o título de cidade com maior centralidade regional. Em relação à distribuição demográfica, o Nordeste paraense abrange 83.316,20 km², o equivalente 6,68% da área total do Estado. A população, em 2010, era de 1.789.387 habitantes, com estimativa de crescimento populacional de 8,5% em seis anos (IBGE, 2016).

Assim, para compreensão do papel de Castanhal na rede urbana do Nordeste do Pará é necessário o entendimento da constituição dotada de grande particularidade dessa rede urbana, diante de uma escala mais ampla, a rede urbana amazônica. Conforme aponta Ribeiro (2017), a particularidade da rede urbana em questão se expressa em três elementos diferentes, a saber: 1) características socioespaciais diferenciadoras; 2) a gênese e a estruturação da rede de cidades e da região enquanto um único processo; 3) as interações espaciais entre os diversos centros urbanos.

Desse modo, essa região tem suas mais importantes especificidades, sendo elas, o seu processo de formação atrelado à estrada ferro de Bragança e as relações com a metrópole Belém. Outras particularidades desse espaço na totalidade amazônica também podem ser destacados como: a grande quantidade de centros urbanos e a proximidade entre eles; a existência dos estratos intermediários da rede urbana, com uma capital regional C e dois centro sub-regional B; a densidade da atual interligação rodoviária; área litorânea com

importantes espaços de lazer e turismo; pequena importância de grandes projetos minero metalúrgicos; menor importância dos rios como meio de locomoção, de subsistência e como referência identitária; e forte presença de minifúndios e da produção agrícola familiar. (RIBEIRO, 2017).

Uma das características peculiares que se observa nesta região é a presença de uma densa rede rodoviária muito importante na relação de integração ao restante do país, este é o principal meio de locomoção da região e da Amazônia. Em média, são sete principais rodovias, que ligam o Nordeste paraense à capital brasileira, ao nordeste do Brasil, à metrópole Belém e, são responsáveis em dar acesso também a área litorânea do estado. Na visão de Ribeiro (2017), essas grandes rodovias federais e estaduais são as motivadoras do desempenho de algumas cidades. “Essas rodovias, principais meios de locomoção no Nordeste paraense, constituem importantes entroncamentos em Castanhal e Capanema, o que acaba por conferir a essas cidades boas condições para desempenhar seus papéis centrais na região” (110-111).

Essa realidade faz alusão ao que Siqueira (2008) comenta, com a construção da rodovia Belém-Brasília BR-010 Castanhal se transforma no centro comercial mais importante do Nordeste do Pará, ou da Zona Bragantina, como prefere o autor. Essa estruturação da rede urbana do Nordeste Paraense, com a utilização das rodovias para a interligação entre as cidades da região, também salienta a relevância obtida por Castanhal no âmbito da rede urbana organizada em torno da EFB: “a localização privilegiada do município transformou Castanhal num grande polo comercial entre os municípios de Curuçá, Marapanim, Anhangá e Santa Maria do Pará, que não precisavam vir a Belém repor seus estoques” (SIQUEIRA, 2008, p. 99).

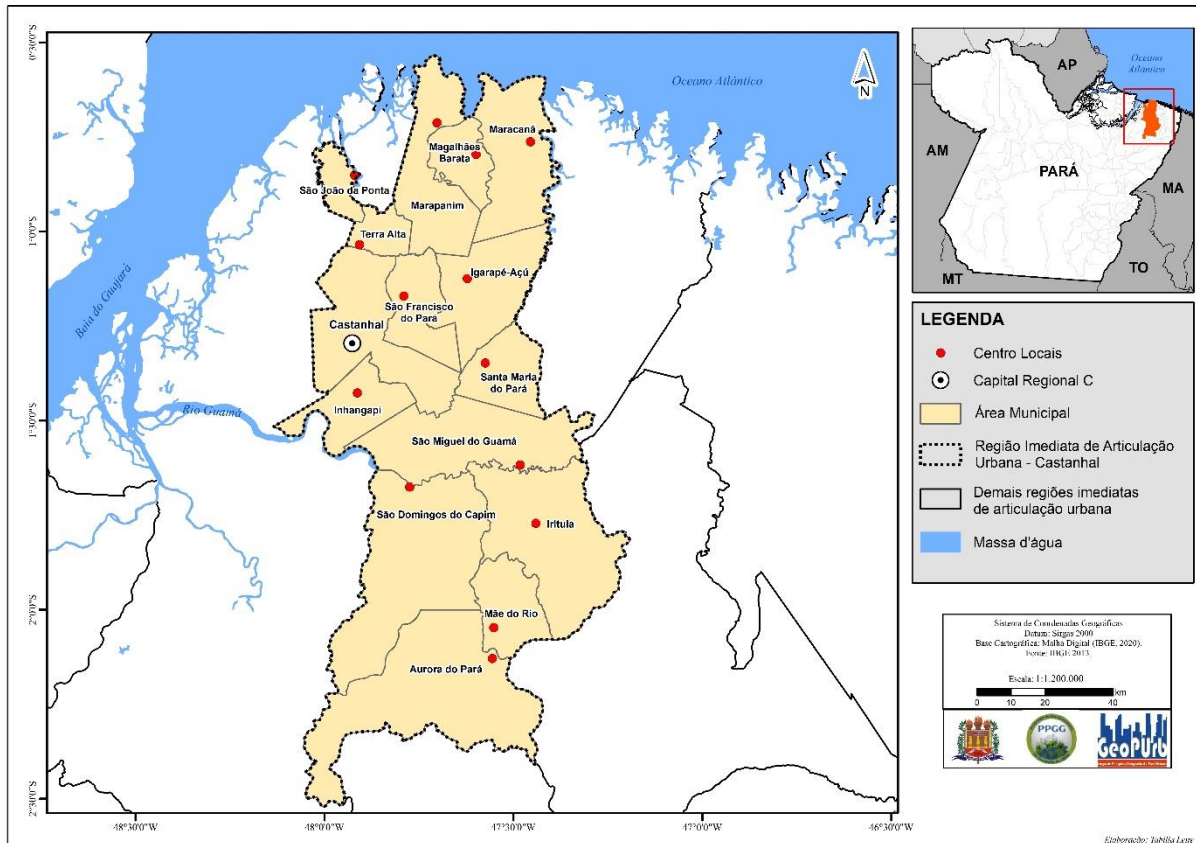
Dessa forma, as rodovias passam a ter uma importância crucial como principais meios de ligação entre os povos, interações essas, não só em escala regional, como era a EFB, todavia em escala bem mais ampla na Amazônia e também em todo o restante do país. Um exemplo disso, pode-se enfatizar na atualidade, são as indústrias localizadas em Castanhal, cujo mercado consumidor, em geral, não se restringe ao Nordeste Paraense, mas possui uma amplitude espacial que alcança, em alguns casos, a escala nacional, como evidencia o estudo de Alves (2012).

Assim, as rodovias dão forma a uma rede urbana muito mais complexa no Nordeste Paraense, com múltiplos circuitos. Tanto Capanema quanto Castanhal aprofundam sua situação geográfica estratégica nesse novo padrão de organização da rede urbana do Nordeste Paraense, uma vez que se configuram como entroncamentos de importantes rodovias, o que foi decisivo a sua constituição enquanto centros comerciais e de prestação de serviços (...) (RIBEIRO, 2017, p. 127).

Dessa maneira, em análise das consequências dessa organização estruturada através das rodovias no Nordeste paraense, compreende-se o motivo pelo qual houve uma estruturação da urbanização e o crescimento da população urbana não só de Castanhal como também Belém, Capanema e Bragança e, conseqüentemente, estas são as cidades mais acessíveis a possibilidades de empregos em atividades comerciais e industriais.

Ainda que seja importante a compreensão escalar nacional, a escala regional, sobretudo a área de influência, conforme o mapa 6, demonstra de modo mais denso as diversas interações espaciais entre municípios que realizam de modo individual suas articulações com Castanhal, que, apesar de intensidades diferentes contribuem para a polarização da cidade referida no Nordeste paraense, tornando-se necessário identificar as tipologias e intensidades de tais articulações regionais.

Mapa 6- Castanhal. Região imediata de articulação urbana. 2013



Fonte: IBGE (2013). Elaboração própria (2022)

Na condição de Capital Regional C, Castanhal possui a maior rede de influência e centro de maior nível hierárquico do Nordeste Paraense, portanto, é a cidade com maior centralidade. Conforme indica o IBGE (2013), estão sob influência direta de Castanhal 14 cidades que se localizam, especialmente a norte/nordeste e a sul/sudeste de sua sede municipal.

As cidades a oeste, como Santa Isabel e Santo Antônio do Tauá, este último, atrelado ao município de Vigia, que fazem fronteira com Castanhal, mesmo tendo razoável interligação com este centro, possuem maior relação diretamente com Belém e, portanto, não estão inclusas na área de influência de Castanhal.

No entanto, no ano de 2018, houve a pavimentação da PA-242 que liga Santo Antônio do Tauá com Castanhal, a mesma é paralela a BR-316 sendo que tal rodovia é considerada um atalho, pois seu traçado pelo interior do território é uma opção de transporte mais fluido por não se comunicar com a BR. Desta maneira, há uma perspectiva de mudança interacional entre Castanhal e os municípios que não tinham grandes articulações consigo da sua área de influência imediata.

Sendo assim, atualmente, estas principais cidades do Nordeste Paraense, ao mesmo tempo em que constituem expressivas áreas de influência, desenvolvem importantes interações espaciais com o espaço metropolitano de Belém, o que fornece uma maior complexidade à rede urbana, já que se passa a ter um maior convívio de lógicas e agentes diferentes. Dessa forma, o próximo tópico tem o objetivo de discutir, a especificidade e características de funcionamento de cada empreendimento na cidade, bem como as implicações socioespaciais na cidade.

3.3. GRANDES REDES DE ATACAREJOS: DESCENTRALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES COMERCIAIS EM CASTANHAL?

A cidade é a expressão do fenômeno urbano, do desenrolar de relações que estão subentendidas nesta dinâmica e, de maneira resumida, é a forma materializada do processo de urbanização. Logo, o espaço urbano é construído, modificado, estruturado e se expande a cada dia, não apenas a partir das formas, mas com todo o contexto de relações que no espaço se apresentam, por isso a cidade deve ser estudada enquanto uma realidade material, e não como uma paisagem estática (SPOSITO, 2004).

Dessa forma, o estudo da morfologia urbana de uma cidade não se detém apenas às formas espaciais, pois elas apresentam vários elementos e informações sobre a localidade, no entanto a análise enquanto totalidade depende de outros fatores, para que se compreendam os interesses dos agentes atuantes e as funções programadas para cada objeto.

Em vista disso, Castanhal possui uma estrutura urbana relativamente simples, com apenas uma área central bem definida e que serve de referência, não apenas para atender sua área urbana e rural, mas também às pequenas cidades polarizadas por sua área de influência. Portanto, entre as cidades que compõem o Nordeste Paraense, Castanhal é aquela que possui o espaço urbano mais denso, inclusive sendo marcada por um rápido processo de expansão, todavia, não rompe com sua estrutura monocêntrica.

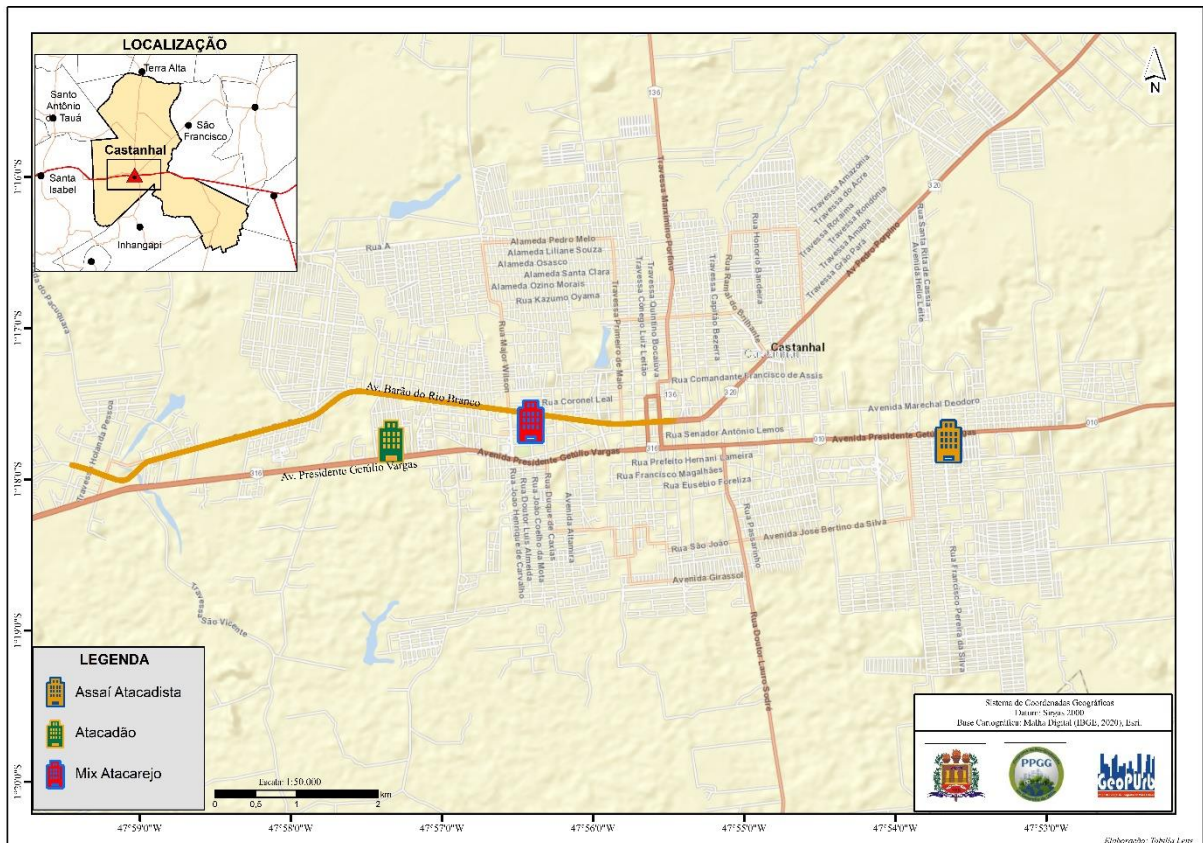
Aos seus moldes e de acordo com a condição socioespacial da região do nordeste paraense, Castanhal torna-se um nó dinamizador das relações na rede urbana regional sendo este um fator atrativo ao capital extra-regional o que justifica a inserção recente de algumas frentes de investimentos.

Atualmente, a cidade mas, sobretudo, a região, são com a sua importância situacional entre redes, de substancial importância por parte de alguns capitais, entre eles, o objeto da presente pesquisa que, segundo as entrevistas realizadas, apesar da maioria destes

entrevistados serem consumidores da cidade, por outro lado, uma boa parte são de cidades vizinhas de Castanhal, o que se apreende que o mercado consumidor regional foi previamente analisado pelas empresas para suas instalações.

Empresas essas que são fortes no ramo atacadista de alimentos como Assaí, Atacadão e Mix atacarejo, no qual estão inseridas em Castanhal e representam a ampliação do centro tradicional e da avenida presidente Getúlio Vargas (BR-316) que há muito tempo possui concentração de comércio e de serviços ao longo deste trecho, ou seja, seguem uma lógica já construída da cidade. Esta ampliação é um processo que vem ocorrendo há tempos e que, estes empreendimentos só deram continuidade. A vista disso, apresenta-se a representação de localização das lojas de atacarejos em Castanhal.

Mapa 7- Castanhal. Localização das lojas de atacarejos

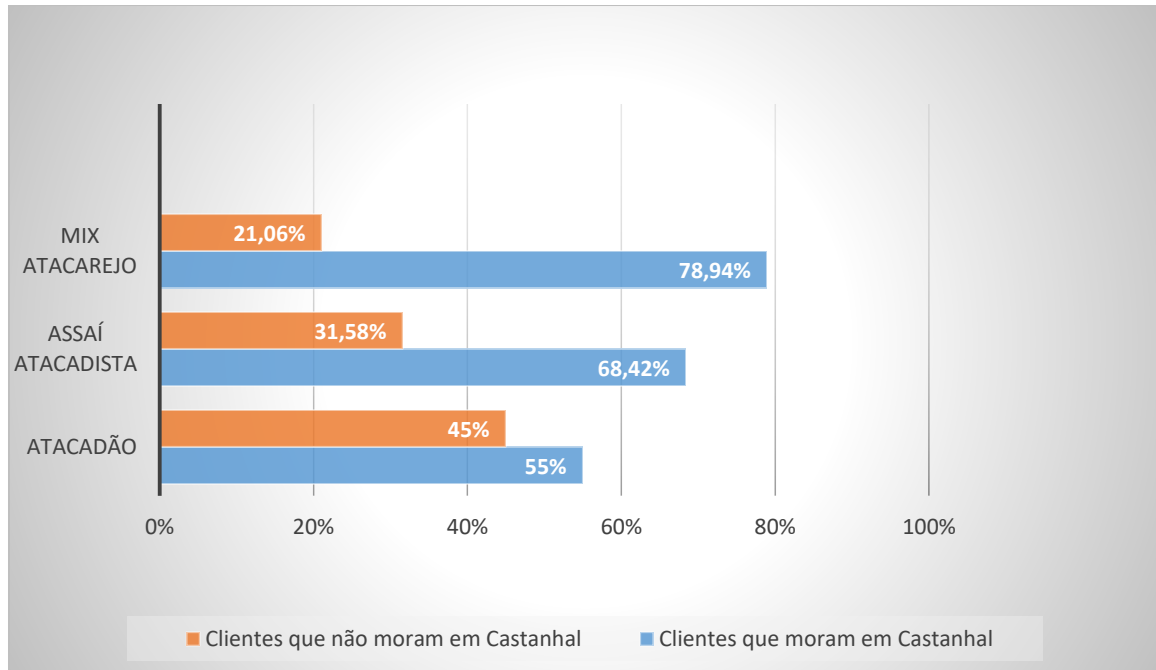


Fonte: Trabalho de campo, 2021.

Na sequência, apresenta-se dados relacionados a entrevistas realizadas em cada empreendimento e ao entorno com moradores. As entrevistas foram feitas com 20 clientes no interior de cada atacarejo, no intuito de compreender a origem de cada um, ou seja, dimensionar se são consumidores de dentro ou de fora da cidade. Além disso, foram

entrevistados 20 moradores, conforme a disponibilidade de cada um, em cada objeto de pesquisa contribuindo assim, para o aprimoramento da pesquisa com o intuito de obter informações sobre as implicações socioespaciais após a implementação de cada atacarejo. O gráfico 01 mostra a origem dos clientes.

Gráfico 01- Clientes entrevistados que residem ou não em Castanhal e que compram nos Atacarejos, 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria (2022)

De acordo com análise dos dados das entrevistas, a maior parte das pessoas que compram nos atacarejos são moradores de Castanhal. Sendo assim, o mix Atacarejo com 78,94% dos clientes que compram, residem na cidade, 21,06% vem de fora. Já o Assaí Atacadista com 68,42% dos clientes que compram, moram em Castanhal, 31,58% não são da cidade. Dessa forma, é perceptível uma diferença de mais de 50% entre os residentes e os não residentes da cidade quando se analisa o Mix e o Assaí.

Conforme a análise também dos dados, 55% dos clientes que compram no atacadão residem na cidade. E, 45% são clientes de fora. Dessa forma, é válido observar que a diferença é bem reduzida. Relaciona-se isso a localização do atacarejo na Br 316 um perímetro de bastante fluxo que dá essa facilidade para clientes que estão apenas de passagem pela cidade. Isto se comprova por meio das entrevistas, pois haviam pessoas de Belém, Mosqueiro, Igarapé-Açu, Santa Maria do Pará, Santa Isabel, Bragança e outros.

As lojas de atacarejos em Castanhal (Assaí, Atacadão e Mix Atacarejo) possuem características específicas de funcionamento, semelhantes em termos de infraestruturas. Uma particularidade do Assaí é disponibilizar uma linha de ônibus da própria loja para seus clientes, com uma pequena tarifa, funcionando das 07:00h da manhã as 20:00h da noite. Esta linha de ônibus circula todos os dias exceto aos domingos e terças feiras, percorrendo por 53 paradas distribuídas pela cidade, todas com horários específicos, partindo do posto columbia, com duração em média de 47 minutos cada trajeto. A linha de ônibus funciona por meio de um aplicativo para *android*, o qual cliente baixa em seu celular. Assim, o Assaí se diferencia das demais trazendo mais comodidade através da tecnologia a seus clientes.

Quadro 10 – Castanhal. Características específicas de funcionamento de cada empreendimento

CARACTERES	ATACADÃO	ASSAÍ ATACADISTA	MIX ATACAREJO
ÁREA M ²	5 mil m ²	5 mil m ²	5 mil m ²
ITENS DE COMERCIALIZAÇÃO	+ 10 mil itens	+ 10 mil itens	+ 10 mil itens
Nº DE FUNCIONÁRIOS	230	+250	+270
Nº DE CAIXAS	26	26	30

Fonte: Elaborado própria, a partir de dados coletados nos *sites* das empresas.

Assim, a análise das características que esses tipos de lojas apresentam é oportuna, uma vez que elas apresentam peculiaridades distintas e semelhantes no contexto de atividades, a estrutura de seus funcionamentos se diferenciam do comércio convencional. Os produtos oferecidos são específicos para atender a demanda exigida, a logística de carga e descarga que estão intimamente associadas ao tráfego.

A inserção de fenômenos no espaço geográfico sempre é particular ainda que seja o mesmo, sendo as condições pré-existentes e as repercussões individuais socioespacialmente. Os objetos da pesquisa em questão, representam avanços da representação moderna em Castanhal. Assim sendo, é perceptível uma contradição no que tange algumas mudanças e alterações na infraestrutura básica onde essas lojas se instalam, propiciam também o consumo da classe pobre, em contrapartida, constrangimentos sócioespaciais entre as quais, a redução da sociabilidade de vizinhança, aumento do fluxo de trânsito, poluição sonora, e esgotos

irregulares etc. O que implica numa relação ambivalente ao entorno dos respectivos empreendimentos.

Gráfico 02- Castanhal. Opinião dos clientes sobre as instalações dos atacarejos em Castanhal, 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria (2022)

Ao analisar o gráfico 02, observa-se que a maior parte dos entrevistados destaca opiniões positivas em relação a presença dos atacarejos na cidade, 39,65% responderam apenas que acham muito bom a presença dos atacarejos, 31,04% afirmam que trouxeram mais opções de compras e possibilidade de escolher o melhor preço. Já, 18,96% dos entrevistados destacam mais empregos para população, principalmente aos jovens, 3,44% ressaltam que foi bom para economia, 3,44% dizem que não houve diferença alguma para cidade e 1,73% não soube dizer nada e/ou podia ser mais próximos ao centro da cidade.

No caso do Atacadão inaugurado em 2019 trouxe modestas mudanças na paisagem, haja vista que se encontra no bairro Cristo Redentor em plena Br-316, em meio ao conjunto habitacional Eugênia Magalhães. Mudanças essas mais específicas na infraestrutura asfáltica de algumas vias próximas, mais especificamente na via lateral e horizontal do empreendimento, onde dão acesso para os caminhões que chegam para carga e descarga do atacarejo.

Figura 4- Castanhal. As imediações do Atacadão, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

Conforme, pode-se observar na figura 4, especialmente na imagem 2 e 4 ressalta-se a via horizontal que dá acesso à parte posterior, feita de concreto pelo próprio empreendimento até uma certa extensão da rua para melhorar o acesso de abastecimento. Na imagem 3, é a realidade atual da lateral direita, ainda sem infraestrutura nenhuma. Na imagem 5 e 6, foi possível perceber mudanças de infraestrutura apenas ao entorno do empreendimento, diferente é a realidade de outras vias do conjunto habitacional.

Nesse sentido, dialogou-se com moradores do entorno do Atacadão, onde todos dizem estarem extremamente satisfeitos com a presença do empreendimento no bairro, pois segundo eles, melhorou a qualidade de vida, não sendo mais necessário ir ao centro da cidade comprar, já que, antes só existiam pequenos comércios com preços mais elevados e pouca variedade. Conforme se observa no quadro 11.

Quadro 11- Castanhal. Mudanças ao entorno dos empreendimentos de acordo com moradores, 2022

O QUE MUDOU E NÃO MUDOU AO ENTORNO NA OPINIÃO DE MORADORES	MORADORES DO ATACADÃO	MORADORES DO ASSAÍ	MORADORES DO MIX ATACAREJO
ASFALTO	25%	0%	0%
ILUMINAÇÃO PÚBLICA	10%	0%	0%
SANEAMENTO BÁSICO	10%	0%	15%
NOVOS EMPREENDIMENTOS	0%	15%	0%
FLUXOS/MOBILIDADE	5%	0%	35%
SEGURANÇA	0%	25%	0%
ESPECULAÇÃO IMOBILIÁRIA	0%	20%	0%
NÃO TEM MAIS NECESSIDADE DE IR AO CENTRO COMPRAR	50%	40%	15%
NÃO HOUVE MUDANÇAS AO ENTORNO	0%	0%	35%

Fonte: Trabalho de campo; Elaboração própria (2022)

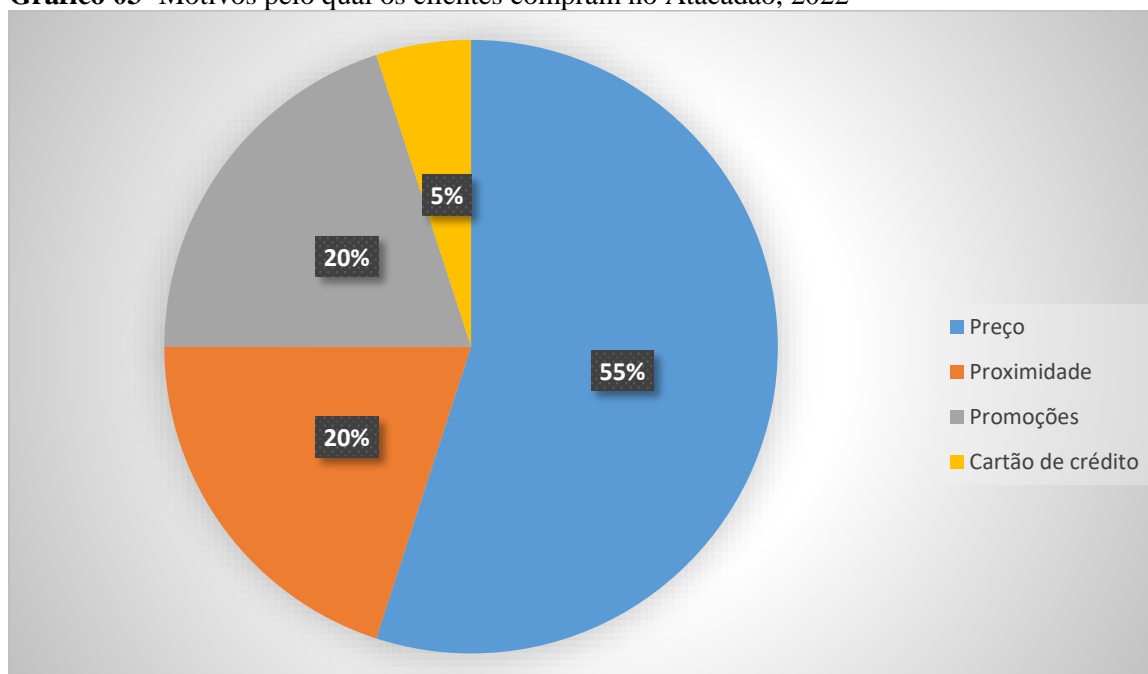
Além disso, os moradores também pontuaram mudanças na urbanização do bairro, dado que, nem a principal rua do bairro ainda não possuía asfaltamento e iluminação pública. Além do mais, percebeu-se uma parte da população de baixa renda que exaltou mais emprego aos mais jovens e a forma facilitadora, na qual o empreendimento oferece que é, a compra com o cartão de crédito que, sem dúvida, ajudou muito boa parte dessa população.

É importante destacar que as transformações aconteceram apenas ao entorno do atacarejo e não houve o surgimento de nenhum outro empreendimento próximo. De acordo com a pesquisa de campo, pode-se apreender questões socioespaciais diversas, na qual estes empreendimentos trouxeram e, fazendo essa analogia entre os três empreendimentos, percebe-se essa grande diferenciação, tal como, o entorno do atacadão houve mudanças mais expressiva de infraestrutura do bairro e, por ser um lugar pouco mais afastado do centro da cidade, existiram mais relatos sobre o conforto de não ser mais necessário esse deslocamento.

Em relação as entrevistas com clientes dentro de cada empreendimento, totalizando 60 entrevistados com o objetivo de entender o ponto de vista dos consumidores residentes ou não no próprio bairro dos empreendimentos, sua opção por comprar, bem como, sua avaliação

quanto os desdobramentos espaciais com a instalação dos mesmos no entorno imediato. Nesse sentido, foi também analisado no gráfico 03, o porquê os clientes compram no Atacadão.

Gráfico 03- Motivos pelo qual os clientes compram no Atacadão, 2022



Fonte: Trabalho de campo; Elaboração própria (2022)

Dos clientes entrevistados no atacadão, 55% declaram comprar pelo preço dos produtos serem mais baratos, 20% pela proximidade das suas residências, trabalho e por estar na BR-316 que não tem trânsito, 20% diz comprar por causa das promoções que existe semanalmente, inclusive o empreendimento adota a estratégia de enviar pelo aplicativo de mensagem dos clientes as ofertas do dia. E, por último 5% do consumidor assume que passaram a comprar depois de aprovado o cartão de crédito ofertado pelo atacarejo, facilitando o consumo, principalmente de pessoas de menor poder aquisitivo.

Enquanto, o Assaí atacadista inaugurado em 2018, ainda que também se encontre na mesma via, mas no sentido Castanhal e Santa Maria do Pará, seu entorno é em área urbana o que significa um adensamento de residências e pessoas que necessariamente foram afetadas pelo empreendimento, tal como, também não mais necessidade de ir ao centro da cidade comprar produtos com mais qualidades, maior concorrência nos preços, porém, ressaltou-se as implicações sobre a melhora na segurança pública no bairro e aumento da especulação imobiliária.

Figura 5- Castanhal. As imediações do Assaí Atacadista, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

A figura 05 mostra a fachada do Assaí Atacadista, e a presença forte de vários pequenos empreendimentos no ramo alimentício, hortifrúti, açougues e também, a presença de estrutura asfáltica, saneamento. Nas imagens 3 e 4 é a Tv. Cristovão Colombo no bairro Jaderlandia a poucos metros de distância do Assaí, onde alguns destes empreendimentos já existiam antes da chegada do atacarejo (Trabalho de campo, 2022).

Um outro estabelecimento comercial que se realizou entrevista foi o açougue do Ceará, localizado na mesma travessa, a Cristovão Colombo. O proprietário, senhor Romualdo, apontou a carne, frango e alguns artigos de hortifrut como os principais produtos comercializados em seu estabelecimento. Assim, mantém-se no bairro há 26 anos e prioriza a qualidade como principal estratégia para se manter no mercado por muito tempo e afirma que, esse é o segredo para continuar mesmo após a chegada do atacarejo.

Figura 6- Castanhal. O açougue mais próximo ao Assaí, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

Além do mais, o proprietário afirma que, a instalação do Assaí no bairro, impulsionou ainda mais o seu negócio, pois fez com que ele se modernizasse com a instalação de cartão de crédito e pix. Sendo assim, o empreendimento não perdeu clientes, porque há uma relação endógena de vizinhança com o componente da comodidade e rotina de bairro que prevalece através das compras mediadas pela confiança e imediatismos.

Ademais, diante de empreendimentos com bastante tempo de funcionamento, encontra-se a frutaria do Elielson com um pouco mais de cinco meses de instalação, onde como estratégia para se manter, ele diz fazer a pesquisa de preços e comprar à vista. Com isso, o próprio atacarejo disponibiliza panfletos de ofertas da semana a estes pequenos comerciantes do bairro, incentivando a compra e amenizando o tempo fora de seu comércio.

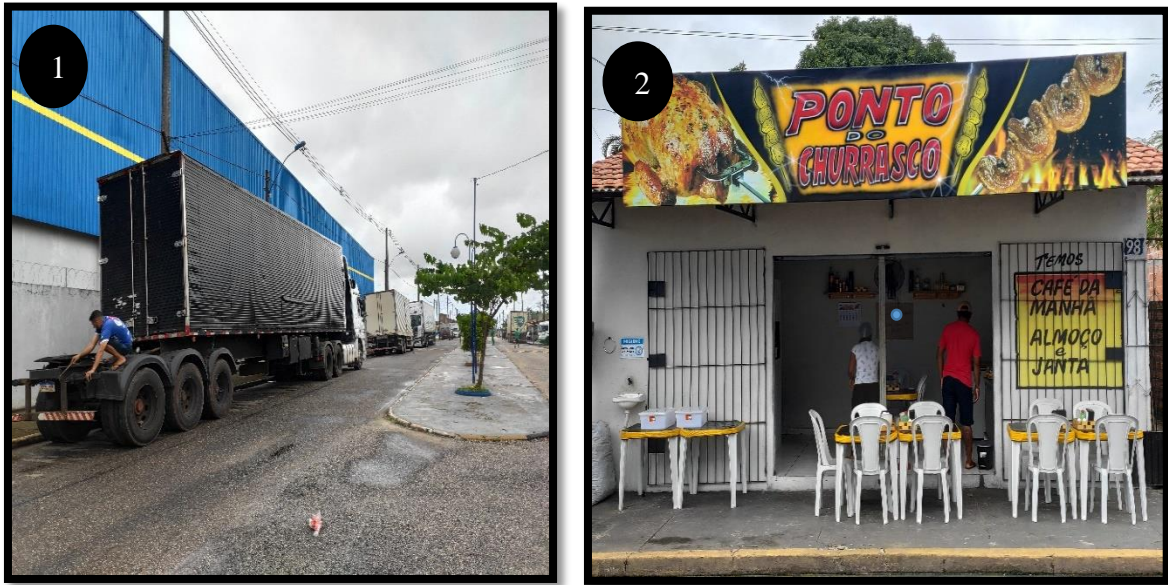
Figura 7- Castanhal. Frutaria próximo ao Assaí, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

A compreensão que se tem do entorno do Assaí é que, boa parte da infraestrutura e dos comércios já existia antes e só melhorou após a sua instalação. E para maioria dos comerciantes e moradores o atacarejo trouxe sinal de modernidade, opção para comparar preços, facilidade na compra, emprego, atraiu mais pessoas para moradia e consumo no bairro e outros. Com a especulação imobiliária do entorno, intensa circulação de pessoas e veículos, houve o surgimento de algumas pequenas atividades comerciais como restaurantes, lava jato e depósito de bebidas.

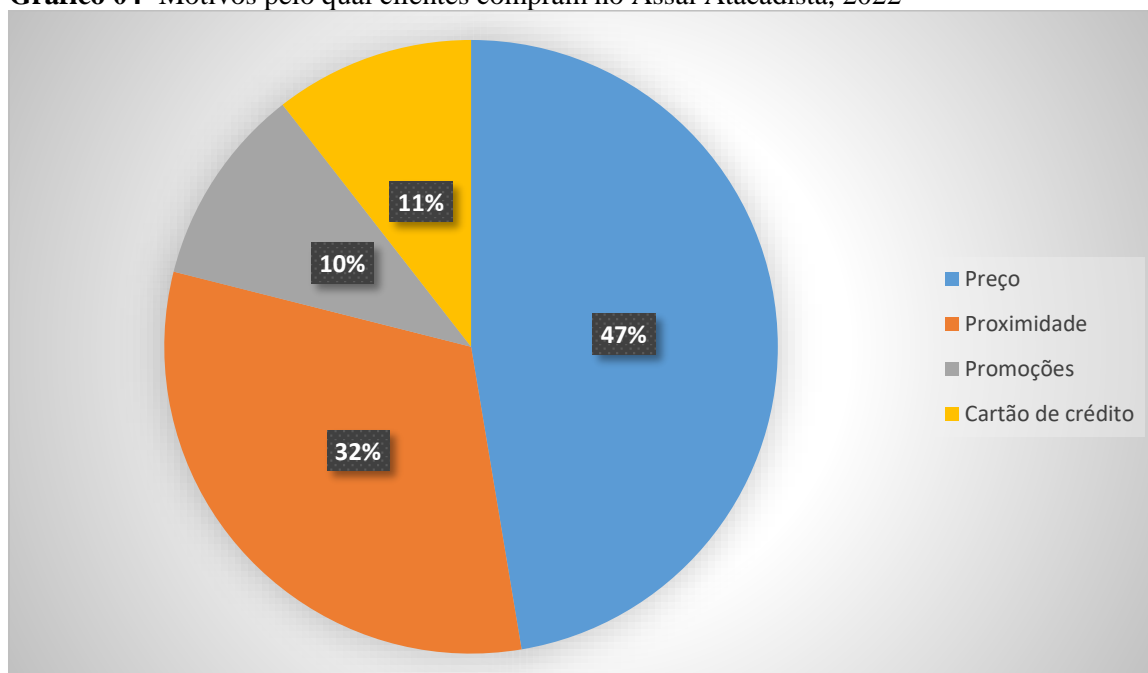
Figura 8- Castanhal. Restaurante mais próximo ao Assaí, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

Na figura 8, ressalta-se na imagem 1, a rua paralela ao atacarejo bem pavimentada, iluminada e palco do surgimento dos novos pequenos comércios como é o caso do restaurante ponto do churrasco, onde está em funcionalidade há 2 meses, disponibilizando refeições, principalmente aos caminhoneiros que chegam para abastecer o empreendimento.

O que se torna interessante perceber é que a produção do espaço reflete para além do fenômeno, isto é, as mudanças tanto na forma quanto nas relações sociais, antes pautadas em sociabilidades de vizinhanças e, que agora coexistem com relações de trocas influenciadas pelo empreendimento cuja, a simples existência promove interesses capitalistas por meio de atividades acessórias e mesmo contemplativa para os moradores, tal como ilustrada na figura 08.

Gráfico 04- Motivos pelo qual clientes compram no Assaí Atacadista, 2022

Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria (2022)

A coleta de dados permitiu também analisar os clientes Assaí Atacadista, onde 47% dos entrevistados admitiu comprar por causa dos preços mais baixos, no entanto, em comparação com Atacadão diminuiu o número de pessoas que compram pelo preço e aumentou os que compram pela proximidade, conseqüentemente devido ser uma área densamente habitada e por ser mais afastada do centro da cidade. Diminuiu-se também o número de pessoas que compram por causa das promoções 10% e aumenta o número de consumidores que compram por causa do cartão de crédito.

E, por último o Mix Atacarejo, o único inserido mais perto do centro da cidade na avenida Barão do Rio Branco em plena área urbana, em um espaço onde antes era uma arena de shows, depois que encerrou estas atividades se transformou em um espaço exposto acarretando em alterações mais intensas como lugar propício para pessoas em situação de rua, vandalismo e outros.

Sendo assim, por está situado na principal avenida da cidade não foi avistado mudanças de infraestruturas tão intensas, visto que, já se encontrava um adensamento grande populacional e pequenos comércios e serviços ao entorno como mostra a figura 3, nota-se que o entorno a paisagem urbana pouco mudou, haja vista que não houve compra de residências para a instalação do empreendimento, as mudanças ocorreram no aspecto urbano da sociedade no qual a vizinhança passou a ter novas relações com o mesmo, isto é, antes havia temeridade

com o ambiente abandonado, sendo que na atualidade o prédio edificado gerou relações mercadológicas e vínculos de comodidade e com muito mais benefícios do que prejuízos socioespaciais (Trabalho de campo, 2022)

Figura 9- Castanhal. As imediações do Mix Atacarejo, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

É interessante destacar as imagens 2 e 4 da figura 06, de acordo com relato de moradores, está rua era considerada um “beco do perigo” sem movimentação alguma, representava uma total insegurança aos moradores, hoje o cenário é completamente outro, movimentações intensas na via.

Em conversa com uma moradora das residências em direção ao final do empreendimento, onde essa casa se encontra bem na direção do esgoto e dos condensadores das centrais de ar ocasionando um desconforto no odor e poluição sonora, quase não se conseguia ouvir a fala da moradora, no entanto, a surpresa foi ouvir que mesmo com estes fatos negativos todos os moradores entrevistados exaltaram satisfação e benefícios com a

instalação dos três atacarejos no entorno de suas moradias e na cidade como todo. Conforme os relatos da moradora do mix atacarejo.

“Eu acho que foi muito boa a instalação deles ai sim, tirou mais a bandidagem que vinha pra ir. E agora melhorou pra nós, sempre que queremos comprar vamos ai bem pertinho é só atravessar a rua, eu mesmo vou várias vezes no dia ai, faltou alguma coisinha aqui estou indo rrsrs. Sou cliente vip já. O que a gente queria é que ajeitasse esse esgoto ai, olha só como tá. E, mesmo com esse barulho o dia todo, que eles só desligam dez horas da noite, acho que melhorou muito eles estarem aí.” (MORADORA PRÓXIMO AO MIX ATACAREJO, informação verbal através de entrevista, março 2022).

Embora, a moradora a cima aponte alguns problemas com esgoto e poluição sonora, os outros moradores de um total de vinte entrevistados no entorno do Mix Atacarejo, todos relataram mudanças na rede de esgoto depois da chegada do empreendimento. O calçamento da via juntamente com a rede de esgoto foram eles em parceria com a prefeitura que fizeram, pois antes não havia (Trabalho de campo, 2022).

Figura 10- Castanhal. Calçamento ao entorno do Mix Atacarejo Castanhal, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022.

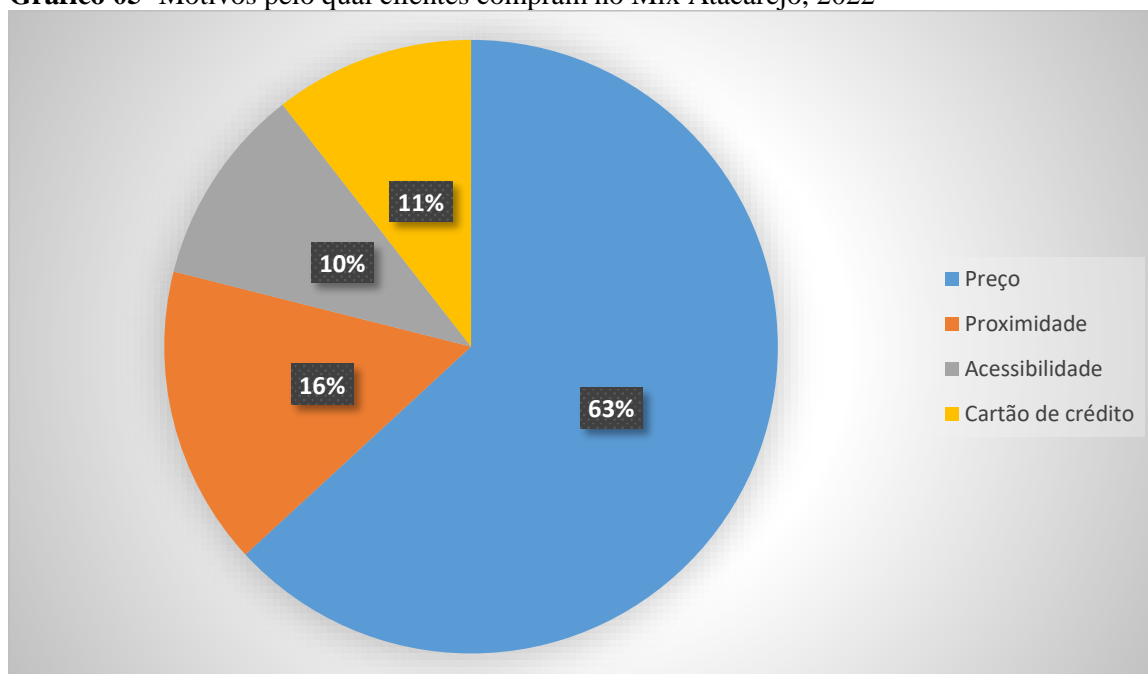
Com isso, todos os moradores entrevistados não relataram mudanças mais expressivas ao entorno como iluminação pública, asfaltamento, surgimento de novos empreendimentos, pois tudo isso já existia antes “teve mudança no movimento de caminhão, mana é muito caminhão que passa aqui, apareceu até rachaduras na laje da minha casa, não tinha antes, eu fiquei com muito medo e chamei um engenheiro, ele disse que era os caminhão.” (ENTREVISTA COM MORADORA DO MIX, março de 2022).

“Não houve não muitas mudanças, que eu sou moradora aqui tem sete anos e sempre foi assim, acredito que seja porque fica muito perto da Barão, tá logo aí. A única coisa que posso te falar que mudou foi essa calçada aí que eles fizeram com a prefeitura, porque asfalto sempre foi asfaltado, né? Luz no porte também tem, às vezes queima umas aí rsrs.” (MORADORA PRÓXIMO AO MIX ATACAREJO, informação verbal através de entrevista, março de 2022).

Conforme os relatos, as mudanças foram no maior fluxo de pessoas, carros, caminhões e consequentemente mais trepidação nas vias e trazendo resultados como rachaduras nas paredes e tetos das residências, conforme a moradora relata ter rachaduras na laje e paredes de

sua casa, segundo avaliação de um engenheiro, isso aconteceu devido o maior fluxos de cargas pesadas na via.

Gráfico 05- Motivos pelo qual clientes compram no Mix Atacarejo, 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

Percebeu-se nesta pesquisa uma grande diferença do Mix Atacarejo para os demais atacarejos analisados, onde 63% dos clientes compram no Mix por analisarem preços mais competitivos. Não pode deixar de destacar que o Mix possui características diferenciadas dos demais, por mais que ele também seja forte no atacado, mas tem características de supermercado. Sendo assim, mesmo todos entrevistados terem dito ser de bairros próximos ao atacarejo, apenas 16% disseram comprar pela proximidade, em contrapartida, 10% afirmaram comprar no Mix pela acessibilidade, ou seja, pela sua localização que é na avenida mais importante da cidade, este foi o grande diferencial do Mix para os demais analisados. E, por último o cartão de crédito com 11% que todos os empreendimentos disponibilizam para os seus clientes.

É evidente que a instalação dessas grandes redes de comércio alimentícios ocasionam grandes impactos no processo urbano de uma cidade. Diante disso, o próximo capítulo trará as repercussões das instalações sobre os pequenos comércios do bairro Jaderlândia III, ressaltando as suas estratégias diante dos atacarejos.

4. O BAIRRO JADERLÂNDIA III EM CASTANHAL: O CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DIANTE DA EXPANSÃO DOS ATACAREJOS

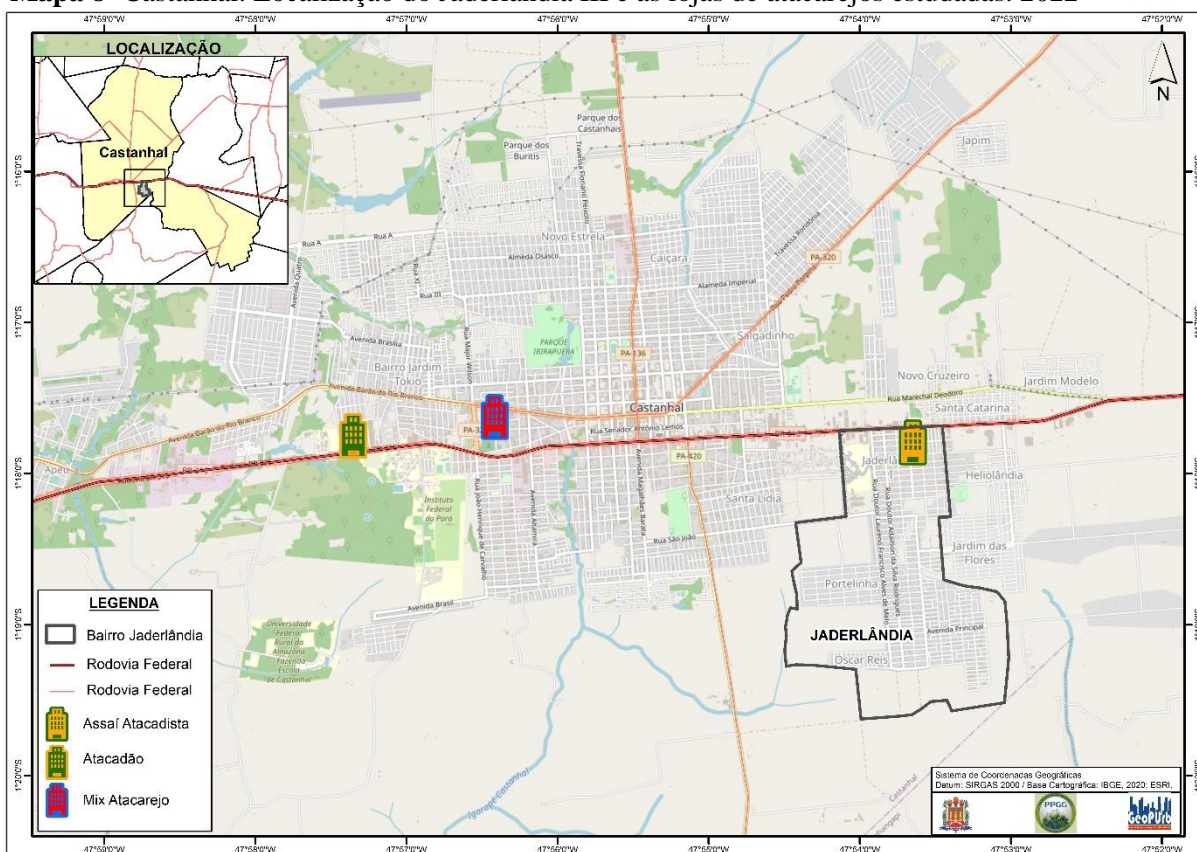
Este último capítulo ocupa-se da análise do bairro Jaderlândia III frente ao crescimento das lojas de atacarejos na cidade, bairro este marcado pela forte presença do circuito inferior da economia urbana. Considerando esse contexto, o capítulo foi estruturado em três subtópicos, inicialmente, evidenciou-se o histórico de formação do bairro, o qual é marcado por ocupações, juntamente com a sua inserção na cidade. Na sequência, discorre-se sobre a centralidade na vertente da precariedade com destaque aos comércios de baixa complexidade com paisagem urbana consoante a tal realidade, pois a presença dos empreendimentos (modernos) objetos da pesquisa evidencia ainda mais a face precária do espaço do bairro. Por fim, analisaram-se os rebatimentos nos pequenos comércios varejistas caracterizados pelo circuito inferior no bairro, diante do novo cenário comercial assinalado pela inserção dos atacarejos integrantes de redes nacionais e internacionais.

4.1 O JADERLÂNDIA III NO CONTEXTO DO ESPAÇO URBANO DE CASTANHAL

Com o registro de surgimento de novos espaços na cidade de Castanhal e um desses espaços, produzido a partir de 1985, refere-se ao bairro do Jaderlândia, atualmente, o maior e o mais populoso da cidade. Castanhal, a princípio, era rodeada de fazendas, e o bairro do Jaderlândia surgiu da ocupação de uma delas, a fazenda da família Espinheiro, situada às margens da BR-316.

O bairro Jaderlândia III está situado na região sudeste da cidade de Castanhal, com a sua formação nas margens da BR-316 resultando de um grande movimento de ocupações de terras na época liderados por “grupos precariamente incluídos” (HAESBAERT, 2004). O bairro se destaca por ter um grande número de áreas geradas por ocupações. No mapa 08, verifica-se a situação geográfica do bairro junto aos atacarejos.

Mapa 8- Castanhal. Localização do Jaderlândia III e as lojas de atacarejos estudadas. 2022



Fonte: IBGE, 2020; PMC, 2020; Trabalho de campo, 2022.

Elaboração própria, 2022

Execução: Leite, 2022

Nesse sentido, a priori, em sua gênese parecia ser apenas mais uma ocupação de terras por pequenos grupos de pessoas e famílias resultantes de várias localidades que procuravam um lugar para moradia, todavia, o evento foi ganhando grandes proporções e passou a se constituir como a maior ocupação de terras na periferia da cidade. Devido à grande extensão, a Prefeitura Municipal de Castanhal não teve condições financeiras para desapropriar a área, então o governo decidiu distribuir os lotes de terra para as famílias. Com isso, a PMB denominou O bairro de Jaderlândia III, em homenagem ao governador da época, Jader Barbalho (RAIMUNDO JR. 2011).

A precariedade e a pobreza eram uma realidade e um marco muito negativo entre as famílias, principalmente àquelas que chegavam ao pequeno bairro, até então, vindos de outras localidades, tanto do espaço rural como urbano, próximo ou distante da cidade, e de outros estados do país. Na sua grande maioria, migrantes nordestinos que vinham em busca de novas oportunidades e qualidade de vida.

Além do fator econômico desfavorável, faltavam também serviços básicos à população da pequena comunidade, tal como infraestruturas para uma boa condição de moradias. Além do mais, apesar de sofrerem com a questão da pobreza eram vítimas de discriminação e preconceito por estarem situados em uma área com alto índice de criminalidade. Conforme este cenário na qual viviam estas famílias, foram sendo criados os movimentos sociais, na forma de associações comunitárias, para atender a carência e pobreza que assolavam a maioria das famílias. A criação dessas associações significou um refúgio para essa população, pois de acordo com ARANTES *et al*:

(...) Neste conflito espacial entre forças homogeneizantes e forças diferenciadoras a luta de classe tende a ser reconfigurada, diante de uma tendência de dominação estatal, por um lado, e de múltiplos conflitos societários, de outro, em que a distinção entre emancipação política e emancipação humana precisa ser retomada e realizada nos processos de lutas sociais de lutas por autodeterminação. A cidade é o palco deste conflito e das possibilidades do seu desdobramento (ARANTES *et al*, 2012, p. 02).

Pelo panorama da vida diária das famílias, essas associações representam um elo entre elas e o poder público. Contudo, nesse cenário, o bairro, as ruas e travessas iam surgindo, formando assim, uma pequena comunidade, uma nova representatividade para essas famílias. Nova pelo fato de que, devido as ocupações começava a se configurar como o mais novo bairro na cidade de Castanhal, que era organizado, estruturado, planejado segundo o precedente econômico que vinha sendo implementado no município na época (RAIMUNDO JR. 2011).

Logo, o bairro Jaderlândia emergiu assim, como um lugar onde predominava, em sua maioria, migrantes nordestinos buscando na cidade novas oportunidades em relação as suas vivências. Mesmo não possuindo as infraestruturas básicas não deixou de contribuir para que houvesse ainda mais uniformidade entre os moradores em uma crescente formação socioeconômica e cultural.

Esse crescimento resultou em um processo contínuo, mediante o desmatamento exagerado provocado pela continuação das ocupações, sem o planejamento urbano dos órgãos competentes do município, fazendo assim, uma combinação de diversos fatores, conforme aponta Raimundo Jr. (2011).

A formação do bairro ganhava maiores contornos, quando houve o segundo e o terceiro momento de ampliação geográfica do bairro, cujos fatores foram causados pela venda das casas pelas famílias que já ocupavam e encontravam-se em situações desfavoráveis economicamente. Elas invadiam outros lotes adentro do bairro e acreditavam melhorar sua condição de vida. Além disso a chegada de mais famílias

migrantes que compravam essas casas e outras que conseguiam ocupar áreas no final do bairro. Os anos de 1986 a 1989 foram marcados como o período onde aconteceu o maior número de migrações para o bairro (RAIMUNDO JR. 2011, p. 08).

Portanto, é nesse processo de migrações e ocupações que se formou o bairro Jaderlândia expandido além do esperado, gerando assim, mais problemas sociais não só para o bairro como para a cidade. Ainda conforme o autor citado anteriormente, a criminalidade foi o período mais marcante e contribuiu bastante para estigmatizar o bairro, possivelmente, causando grandes constrangimentos para as pessoas que queriam construir uma boa qualidade de vida. Além disso, a estrutura fundiária das cidades, o meio ambiente construído (HARVEY, 1982), a socialização capitalista (TOPALOV, 1978) dos bens públicos, juntamente com a dependência tecnológica e organizacional das atividades produtivas, que se aprofundam no período da globalização, seriam causas do aumento da pobreza.

4.2 PRECARIEDADE E CENTRALIDADE: A EXPRESSÃO DO CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DO JADERLÂNDIA

A cidade se consolida como centro de comando para a economia capitalista. Nela, o capital concentra os seus meios de produção, circulação e realização, subjungando o trabalho do homem e, por conseguinte, as relações sociais às suas necessidades de reprodução. Neste sentido, a cidade se produz pautada em espaços hierarquizados, segmentados, fragmentados e fraturados; o capital limita e diferencia a apropriação e uso do solo urbano, segrega classes e camadas sociais (GILBERTO JR.; 2008).

Nesse contexto, a organização espacial da cidade possui um conjunto de diferentes usos da terra, cada utilização define as áreas, tal como o centro da cidade, que será o espaço onde se concentram as atividades, dentre elas, comerciais, industriais e de lazer. Isto é, o espaço urbano caracteriza-se como um conjunto de diferentes porções de terra justapostas entre si, essas que se encontram em constante transformação, possuindo áreas mais afastadas dessas atividades do centro urbano e outras reservadas para uma futura expansão (CORRÊA, 1989).

Com isso, dois processos paralelos e inter-relacionados materializam-se atualmente no Brasil. Por um lado, a modernidade com técnicas informacionais cada vez mais avançadas com um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações (SANTOS, 2017) que se amplia num contexto neoliberal no país. Por outro lado, esse momento técnico ocasionou o avanço da flexibilização e o forte aumento da pobreza, precariedade e o

desemprego em áreas totalmente dependentes dos próprios conteúdos dos lugares onde estão inseridas.

As áreas que desempenham um papel de centralidade no espaço da cidade têm suas bases ligadas ao processo de descentralização, como pode ser observado na interpretação de Carvalho e Machado (2013, p. 43)

A descentralização é um processo que envolve a criação de subcentros que pode ser na forma espacial de shopping center, uma rua especializada ou centros (em diferentes atividades como os serviços médicos, tintas, móveis, etc), uma rua onde se concentre as atividades comerciais e prestadoras de serviços e, envolve ainda pequenos centros comerciais de bairros. Para que a descentralização ocorra, uma série de infra-estruturas são implantadas (antes e/ou depois), pressupõe a presença de mercado consumidor com renda, pressupõe determinado tamanho de cidade, envolve diferentes práticas e estratégias dos agentes produtores do espaço urbano, e ainda, linhas de ônibus intermunicipais, etc.

Assim, a composição dessas funcionalidades é semelhante ao identificado no bairro Jaderlândia III, caracterizado como centro de bairro (CORRÊA, 1989) motivado pelo processo de descentralização, impulsionado pela expansão urbana e aumento demográfico, implicando no deslocamento, surgimento e ampliação de atividades comerciais e de serviços.

Essas atividades de comércio e de serviços estão identificadas na rua Dr. Adailson da Silva Rodrigues (figura 11), principal rua do bairro, pois oferece uma série de comodidades que, “indivíduos de todo o setor sudeste de Castanhal vão em busca de comércio e serviços na rua principal do Jaderlândia” (CARVALHO *et al*, 2019, p. 51). Porém, em suma, apresentam-se em formato precário, possuindo como público alvo a população mais pobre. É dentro desses mecanismos de formação de pobreza e precariedade, que o circuito inferior da economia urbana cresce (SANTOS, 2008a), ainda que, quantitativamente não seja possível mensurá-lo, pois ele é mutável e muitas vezes invisível aos olhos das estatísticas oficiais. Sem as abandonar por completo, mas tendo cautela no seu uso, as estatísticas não podem explicar o fenômeno da pobreza (CATAIA; SILVA, 2013).

Figura 11 - Jaderlândia III. Perspectiva da rua Dr. Adailson da Silva Rodrigues. 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022

A estruturação de centralidades em áreas periféricas de expansão urbana se apresenta como parte do processo de reprodução do capital, este que denota a desigualdade socioespacial e transforma áreas tidas como distantes e sem valor em potenciais espaços de investimentos financeiros (ALVES, 2018). Nesse sentido, o processo de descentralização proporciona a criação de novas áreas de comércio e serviços, possibilitando a criação de novos postos de trabalho e propiciando novas dinâmicas ao requerido espaço, essas que serão motivadas por meio dos circuitos da economia urbana (superior e inferior), distinguindo-se em ações, formas e conteúdo.

Conforme menciona Corrêa (1989), a descentralização intensifica-se com a expansão urbana, pois a população distanciada da área central necessitará de uma série de serviços presentes, motivo esse que levará a descentralização de atividades antes estabelecidas apenas no centro principal. Essa dinâmica pode se apresentar de forma espontânea, ligada às atividades comerciais varejistas, ou planejada. É importante destacar a competição pelo mercado consumidor, pois se apresenta como propulsor deste processo, essa disputa gera a descentralização de pontos comerciais e de serviços, criando filiais em bairros mais distantes do centro comercial principal.

O bairro Jaderlândia III, especificamente a sua principal rua, exerce função de uma localidade central intraurbana, pois é o que possui maior atração dos bairros do setor sudeste da cidade, por centralizar uma série de empreendimentos que exercem atração de fluxo, ou seja, que concede centralidade ao bairro. Além disso, predomina características do circuito inferior da economia urbana, composta por “trabalho intensivo, organização primitiva, capital

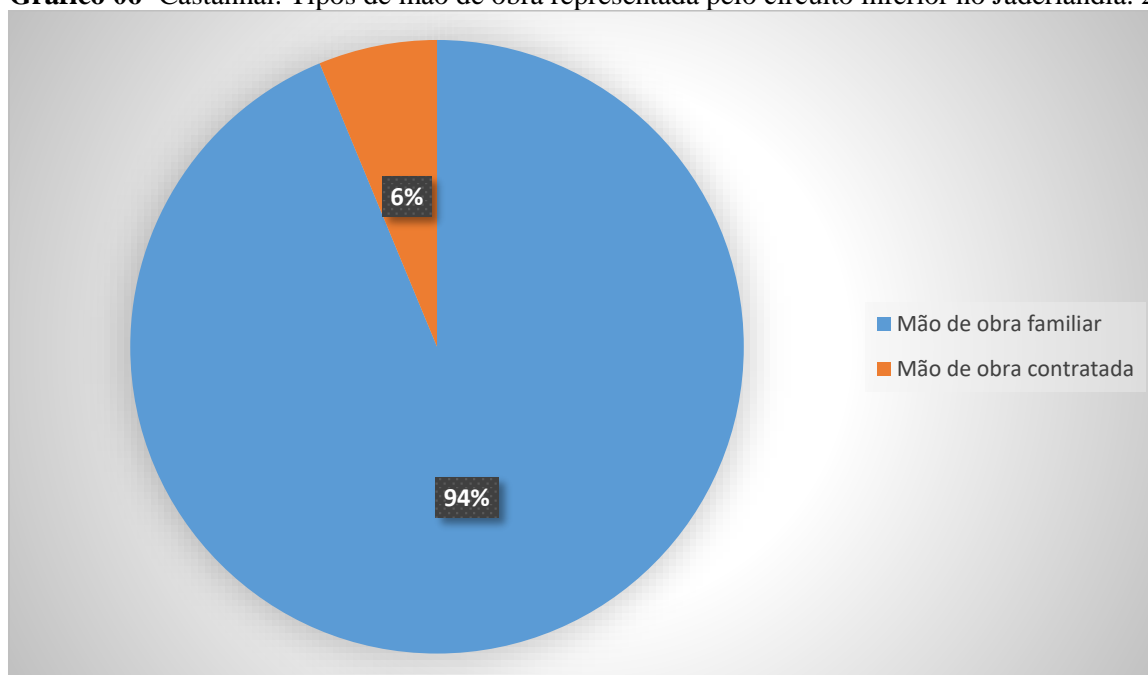
reduzido, pequena quantidade de estoque e qualidade inferior” (SANTOS, 2008, p. 44). Compreende o resultado indireto da modernização e constitui-se de formas de fabricação não capital intensivo, serviços não modernos fornecidos a varejo, comércio não moderno e de pequena dimensão, voltados, sobretudo, ao consumo dos mais pobres.

Nesse sentido, do ponto de vista da relação de trabalho no circuito inferior, é dita informal, sustentada pela teoria de Barbosa; Silva (2006 p. 03), sendo caracterizada pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e pela quase inexistente separação entre o capital e o trabalho. Tais unidades também se caracterizariam pela baixa capacidade de acumulação de capital e por oferecerem empregos instáveis e reduzidas rendas. Embora cada unidade de produção, de comércio ou de serviços do circuito inferior possa oferecer apenas um pequeno número de ocupações, sua grande quantidade acaba por ter um efeito compensador sobre o mercado de trabalho.

O emprego familiar é frequente nas pequenas empresas do circuito inferior. “Ele permite que se aumente a produção sem que haja necessidade de mobilizar mais capital de giro” (SANTOS, 2008, p. 219). Contratar mão de obra assalariada tornaria o pequeno estabelecimento pouco competitivo e não se ausentaria de pagar encargos e impostos.

Neste contexto, perguntou-se aos comerciantes do circuito inferior da rua Adailson Rodrigues, sobre a mão de obra se era contratada ou familiar nos seus estabelecimentos e, apenas um contratava mão de obra assalariada (gráfico 06).

Gráfico 06- Castanhal. Tipos de mão de obra representada pelo circuito inferior no Jaderlândia. 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

O gráfico 06 deixa claro como se dá a relação da mão de obra no circuito inferior. Dos entrevistados, 94% revelam ter apenas mão de obra familiar, assim reduzindo qualquer custo com encargos e impostos e ao mesmo tempo, mantendo a produtividade. E, apenas 6% diz obter mão de obra contratada, assinando a carteira e todos os direitos que a lei ordena ao trabalhador.

Na vida do circuito inferior, o dinheiro líquido é muito importante. A falta desse capital em espécie atinge todos esses pequenos empreendimentos. Desse modo, a falta desse capital exige que se recorra ao crédito em bancos, contudo, o grande obstáculo encontra-se no compromisso com as regras bancárias. Dessa forma:

(...) Assim, a insuficiência de capital exige que se recorra ao crédito para entrar ou permanecer numa atividade de comércio ou de fabricação; mas para manter o crédito é indispensável arranjar dinheiro líquido para efetuar o pagamento de pelo menos uma parte das dívidas contraídas. O dinheiro líquido funciona como primeiro pagamento para obter o crédito e depois como prestação para conservá-lo (...) (SANTOS, 2008, p. 232).

Por outro lado, o pequeno comerciante também precisa estabelecer as suas formas de vendas com seus clientes. Para o consumidor, no qual quase sempre é pobre e sem emprego permanente, o crédito representa uma necessidade essencial. Para Santos (2008), na falta do

crédito seria impossível prover as necessidades das famílias que consomem no circuito inferior, pois o trabalho temporário ou ocasional só permite o ganho de dinheiro casualmente.

Assim, este consumidor não está em condições de se dirigir ao comércio moderno, em geral implantado longe dos bairros pobres e cujo crédito é reservado às pessoas que podem pagar. Por outro lado, os produtos vendidos no comércio moderno, como os supermercados, por exemplo, são padronizados e indivisíveis, e as relações entre os agentes e os clientes são impessoais. Somente o pequeno comércio do circuito inferior está adaptado às condições da clientela pela venda a crédito e pelo fracionamento das mercadorias (SANTOS, 2008, p. 240).

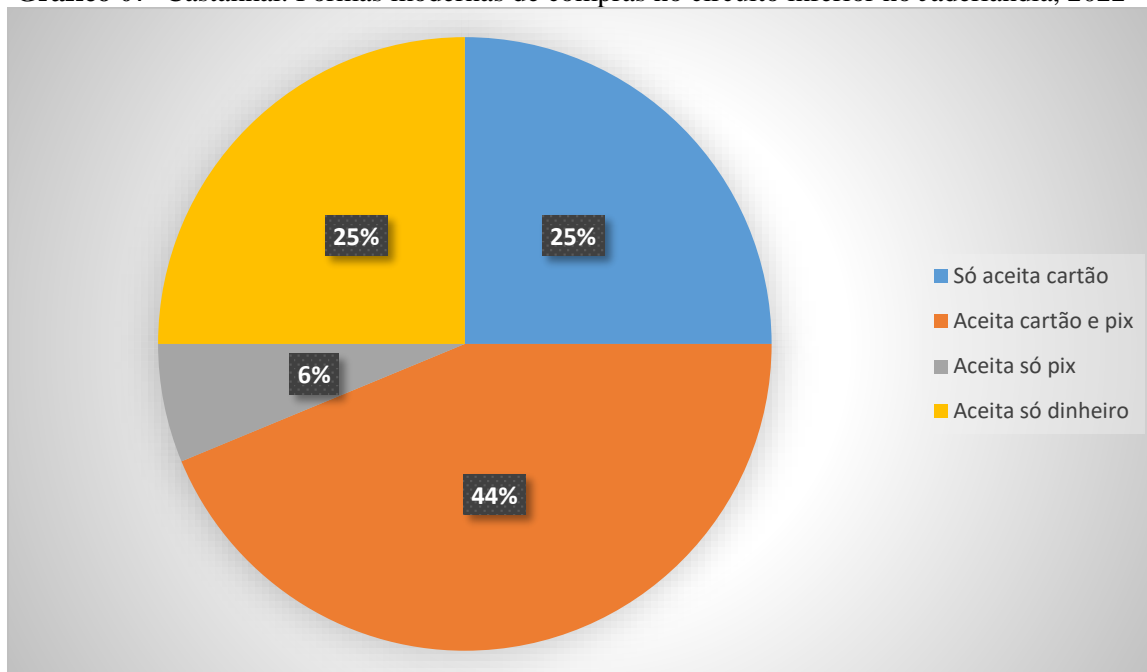
Contudo, em contrapartida, o uso de novas tecnologias no circuito inferior não deve ser desprezado. Montenegro (2006) e Silveira (2009) revelam como o circuito inferior usa cada vez mais as novas tecnologias da informação para executar suas atividades. O celular, o computador, a impressora, a internet são ferramentas incorporadas ao subsistema inferior, inclusive velhas atividades desaparecem e novas surgem a partir dessas técnicas como as lojinhas de manutenção de celulares, o cartão de crédito, o pix como formas de pagamento. Dessa forma, o circuito inferior recria novas atividades a partir da assimilação dos novos objetos técnicos.

Efetivamente, há uma complexa dialética entre os dois circuitos. Apesar de o circuito inferior ser menos permeável às modernizações, em razão dos custos que envolvem sua adoção, ainda assim certos objetos, como os telefones celulares, já fazem parte de pequenas atividades comerciais, e também o uso das “maquininhas de crédito” que viabilizam o encontro do circuito inferior às grandes empresas como Visa e Mastercard. Os dois circuitos da economia não podem ser explicados de maneira independente um do outro, pois ambos são complementares. Assim, é importante ressaltar, os circuitos não constituem sistemas fechados, mas apresentam-se interligados, conectados por intensas relações de complementaridade, de concorrências e muitas vezes de subordinação. Compreendem, em realidade, subsistemas do sistema urbano, no qual todas as formas de trabalho estão integradas.

Sendo assim, em consonância com a pesquisa, com objetivo de entender a relação das formas de modernização de pagamento que disponibilizam para seus clientes no Jaderlândia. 44% dos entrevistados disseram aceitar cartão e pix caracterizando essa relação de complementaridade com o circuito superior. 6% diz aceitar só pix. Outros 50% estão divididos em aceitar apenas dinheiro líquido e só cartão (gráfico 07). Assim, ainda

prevalecem pequenas operações em espécie, mesmo porque grande parte dos agentes do circuito inferior não possui conta bancária.

Gráfico 07- Castanhal. Formas modernas de compras no circuito inferior no Jaderlândia, 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022.

Assim, com a modernização do consumo aumentou-se a necessidade de crédito, tanto na classe mais pobre quanto na classe média. No entanto, as linhas de crédito no circuito moderno quase sempre são abertas para estimular cada vez mais a produção, já no circuito inferior são as necessidades de consumir que estão na origem desses créditos. Sendo assim, conforme Santos (2008), esse crédito no circuito inferior é pessoal e feito entre amigos, conhecidos e vizinhos, pois, dessa forma, o comerciante não vai à falência e assegura uma clientela fixa e estabelece uma relação pessoal entre o devedor e credor em todos os níveis do circuito inferior.

Isso foi observado durante o campo, quando foi perguntado aos pequenos comerciantes de onde eram os clientes que consumiam os seus produtos, se eram do próprio bairro ou de outros, e a maioria são do próprio bairro, são amigos e vizinhos com os quais possuem uma relação mais pessoal e de confiança, conforme a fala de um comerciante:

“Eu vendo aqui há 32 anos, logo quando cheguei aqui no bairro coloquei o meu comércio aqui, sempre pesquiso preços pra vender mais em conta pro eu cliente, e vendo aqui no cartão de crédito e débito e vendo no caderninho também que é o meu principal meio de me manter, porque nem todo mundo aqui tem cartão, nem todo mundo pode ter um cartão, né? Como meu comércio é muito antigo aqui, eu

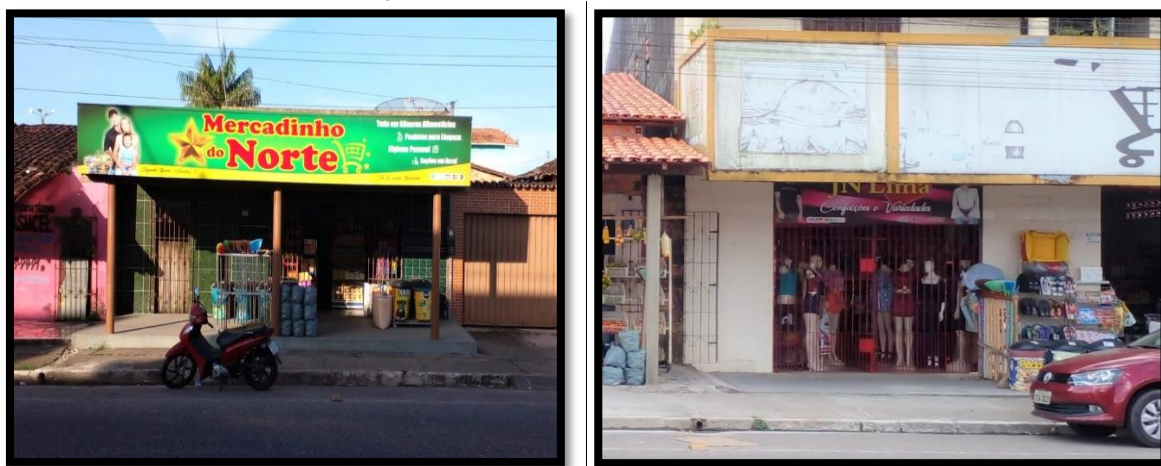
conheço muita gente já, e tem pessoas que eu tenho confiança de vender que sempre pagam direitinho. E sempre que eu posso ajudar o próximo, eu ajudo, é aquilo né, é dando que se recebe” (COMERCIANTE DO CIRCUITO INFERIOR NO JADERLÂNDIA, informação verbal através de entrevista, junho de 2022).

Essa é a típica relação entre credor e consumidor no circuito inferior, comprovando, assim, que somente o pequeno comércio deste circuito está adaptado para vendas nas condições que o cliente pode pagar (caderninho). Na realidade “essa é a única relação econômica possível que está nas condições da economia urbana bem pobre” (SANTOS, 2008, p. 240).

Com isso, a solidariedade encontrada na relação entre estes comerciantes e entre os clientes e os “donos” se dá de forma diferente daquela observada nas atividades do circuito superior, já que neste a complexidade mercantil não possibilita o contato direto e o capital e produtos são mais importantes. Ressalta-se que, embora a forma de venda denominada de “fiado” não seja uma prática recorrente para a maior parte dos comerciantes entrevistados, ainda pode ser verificada em alguns estabelecimentos tradicionais do bairro.

É interessante observar o padrão de estruturação dos estabelecimentos do circuito inferior do Jaderlândia (figura 12).

Figura 12- Castanhal. Estruturação dos estabelecimentos do circuito inferior no Jaderlândia, 2022





Fonte: Trabalho de campo, 2022

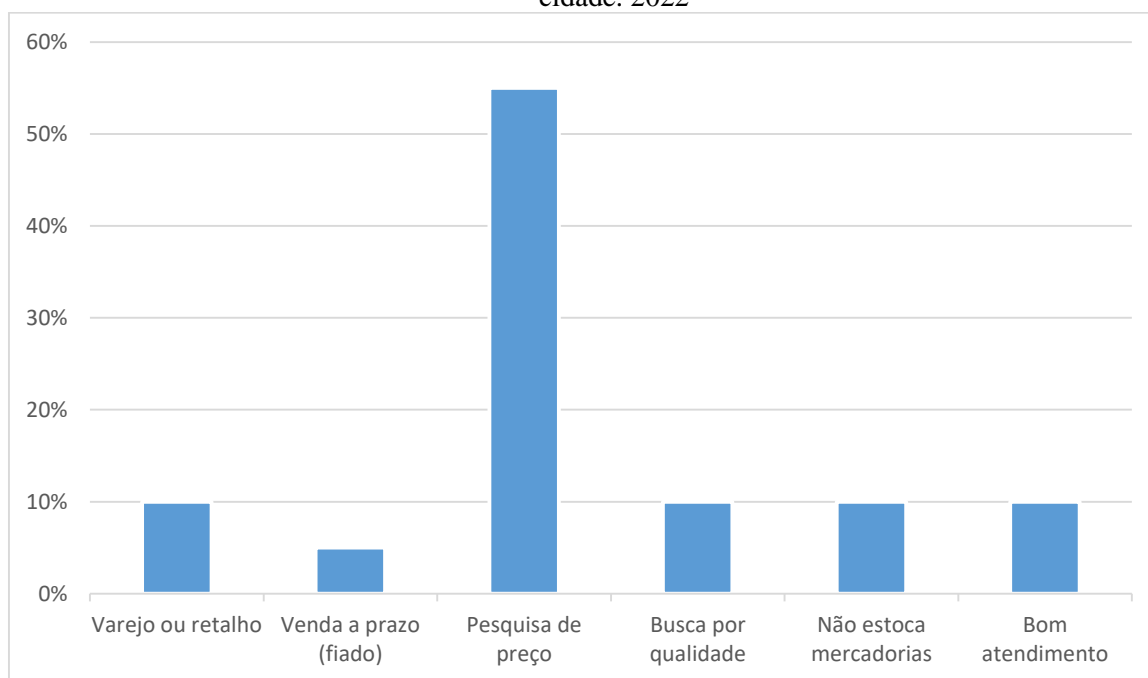
Sobre outra perspectiva, um fenômeno especialmente revelador da dinâmica do circuito inferior, observado nas imagens da figura 12, diz respeito aos gastos com propaganda e publicidade, que não são nulos. A publicidade passa a permear progressivamente este circuito, mesmo que sob formas extremamente simples como o “boca a boca,” cartões de visita, faixas, banners, cartazes, placas etc. Quase sempre essas formas de propaganda são criadas pelos próprios pequenos estabelecimentos, em outros casos são produzidas em conjunto com gráficas, estreitando assim os laços de complementaridade entre os circuitos inferior e superior marginal (MONTENEGRO, 2013).

Outro fator relevante é a relação de estoque das mercadorias, no circuito inferior os estoques reduzidos continuam sendo característicos, devido à limitação financeira dos estabelecimentos para realização de grandes estoques e também, em certo sentido, seguindo a lógica do circuito superior e superior marginal.

Assim, o circuito inferior da economia propicia a estruturação da pobreza, que se processa nas incipientes funções urbanas, na precariedade dos serviços e equipamentos urbanos, na questão do desemprego e da má remuneração, na redução do valor do trabalho, na localização, no acesso aos bens e produtos e no desvio de demanda. Portanto, as características presentes no bairro Jaderlândia, propiciam uma organização espacial que conduz à pobreza urbana, sendo que, como aponta Santos (2008), a pobreza e circuito inferior aparecem com relação de causa e efeito inegáveis.

Isso foi constatado no trabalho de campo realizado na rua Adailson Rodrigues, com o intuito de entender os efeitos da instalação dos atacarejos no desempenho comercial do bairro, já que, é marcante a presença de atividades do circuito inferior. Dessa forma, precisou-se entender quais seriam as estratégias usadas para estes estabelecimentos se manterem no mercado, frente ao número crescente de atacarejos que se instalou na cidade. Com isso, a maioria dos comerciantes destacou fazer pesquisa de preço para poder revender as mercadorias mais baratas (gráfico 08).

Gráfico 08- Castanhal. Estratégias utilizadas para se manter na forte presença dos atacarejos na cidade. 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

De acordo com o gráfico 08, no qual mostra as estratégias encontradas pelos pequenos comerciantes para se manter diante dos atacarejos na cidade. Onde 55% dos comerciantes afirmam fazer pesquisas de preços antes de comprar mercadorias para a revenda. 5% diz

vender a prazo (fiado) para alguns clientes de confiança. Outros 40% se dividem em 10% vende somente no varejo e a retalho, 10% busca por qualidade de mercadorias para revenda, 10% afirma não comprar grande quantidade de mercadorias (não estoque). E, por último, 10% garante oferecer um bom atendimento ao seus clientes.

No entendimento do pequeno comerciante, o que faz ele se manter no mercado diante da presença dos atacarejos é o preço competitivo dos produtos repassados aos clientes. Nesse sentido, outras variáveis também se fazem presente nessa relação, principalmente a de proximidade entre comerciante e consumidor. Assim também, outro diferencial é o atendimento, onde o pequeno comércio consegue trazer uma experiência de compra melhorada.

4.3 OS IMPACTOS AO CIRCUITO INFERIOR COM A INSERÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS DE ATACAREJOS

A teoria dos circuitos da economia urbana objetiva revelar a singularidade da urbanização nos países periféricos e indicar caminhos para se analisar o funcionamento das cidades, especialmente apontando para as atividades que são criadas visando a geração de trabalho e rendimento por parte das populações que não são incorporadas pelos circuitos produtivos modernizados tecnologicamente. No caso da cidade de Castanhal, o circuito inferior representado pelos comerciantes instalados no bairro Jaderlândia, onde há a presença do Assaí atacadista. Foi realizada 16 entrevistas com representantes deste circuito com intuito de desvelar as confluências comerciais.

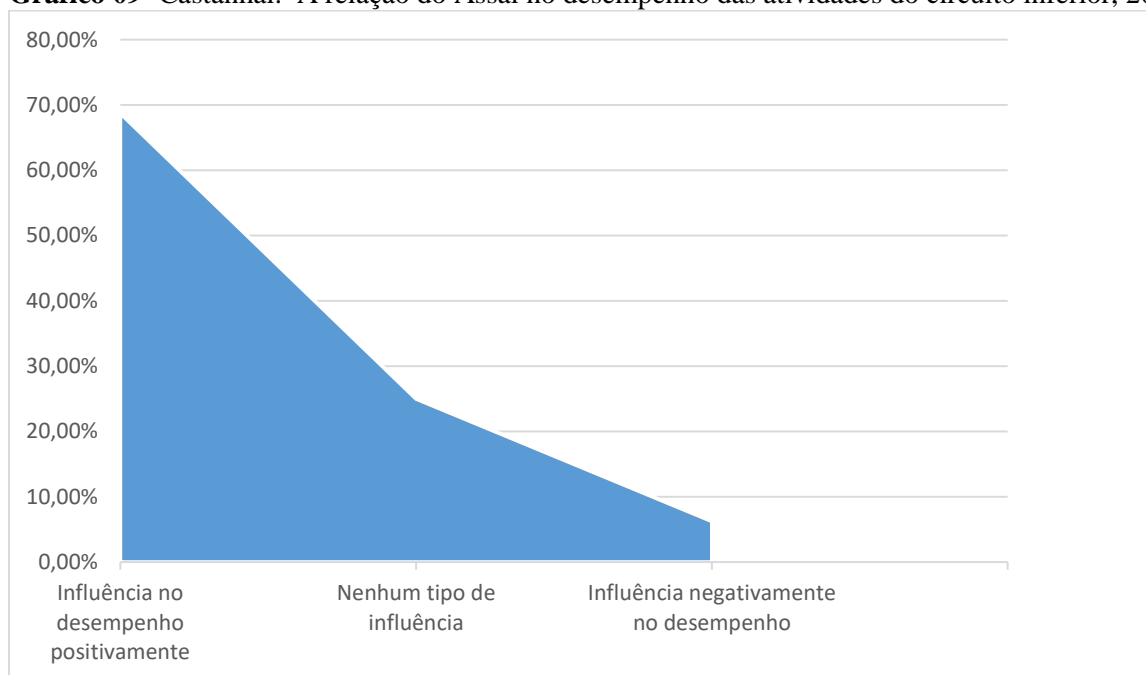
Desta feita, o circuito inferior ainda que seja consequência da não inserção à modernização última do sistema produtivo, não é separação deste, pelo contrário, é a face que ao mesmo tempo mostra-se antagônica e é também integrada e de certa maneira interdependente, ao receber os produtos oriundos da modernidade e se beneficiando da circulação de capital pulsado pelo circuito superior.

Dessa maneira, a maior parte dos entrevistados afirmam que não há confluências diretamente do Assaí no desempenho de suas atividades, pelo contrário, é justamente a presença do atacarejo que fez aumentar o fluxo de pessoas no bairro e, conseqüentemente, as suas vendas. Ainda por cima, relataram frequentar o atacarejo para fazer compras no atacado e revender no varejo.

“O Assaí aí me ajuda muito, sempre compro lá pra revender aqui, compro também lá por causa que tem promoção lá também, né? E fica mais pertinho pra mim agora abastecer aqui, antes eu tinha que ir lá pro centro, agora não, é bem aqui. E, quando eu consigo comprar na promoção lá, eu consigo vender aqui por um preço até melhor” (COMERCIANTE DO CIRCUITO INFERIOR NO JADERLÂNDIA, informação verbal através de entrevista, junho de 2022).

De todo modo, a satisfação com a presença dos atacarejos é perceptível em quase todos os pequenos comerciantes entrevistados. Afirmações de forma que, não só o Assaí, mas todos os outros atacarejos presentes na cidade contribui de alguma forma no desempenho de suas atividades, seja como mais opções de compra, mudanças na estrutura urbanística da cidade e, urbanização do bairro. A união de todos esses atributos favorece o processo de modernização do bairro e, conseqüentemente, o dinamismo para as atividades do circuito inferior.

No campo de atividades que compõe o circuito inferior do bairro Jaderlândia, a importância de suas atividades “típicas” conserva-se e se expande no período atual, haja vista a expansão do pequeno comércio varejista de alimentos, das frutarias, lojinhas de manutenção de celulares, dos salões de cabeleireiro, do comércio de vestuário, dos armarinhos, do comércio de artigos de perfumaria e de autopeças e outros. Dessa forma, no gráfico 09, observa-se a representação percentual da influência do Assaí no desempenho dessas atividades.

Gráfico 09- Castanhal. A relação do Assaí no desempenho das atividades do circuito inferior, 2022

Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

No gráfico 09, fica claro o quanto a presença do Assaí ajuda no dinamismo dessas atividades, de modo que 68,75% dos entrevistados consideram positiva a presença. 25% afirmam não sofrer nenhum tipo de influência positiva e nem negativa do Assaí no desempenho de suas vendas. E, apenas 6,25% dizem que a presença de um atacarejo no bairro afeta negativamente suas vendas.

Em contrapartida, observa-se agora a concepção de um comerciante que se diz prejudicado com a presença do atacarejo. Na figura 13, destaca-se o mercadinho Lima, o maior e o mais abastecido do bairro, mantém-se no mercado há mais de 20 anos, possui uma área em torno de 100 a 200 m² com dois caixas e três funcionários. Os Principais produtos comercializados são alimentos básicos como arroz, feijão, leite, café, produtos de limpeza e outros.

Figura 13- Castanhal. O maior empreendimento próximo ao Assaí, 2022



Fonte: Trabalho de campo, 2022

Conforme entrevista realizada com o proprietário, as estratégias utilizadas por ele para se manter por muito tempo no ramo e após a chegada do atacarejo é buscar preços e qualidade. No entanto, mesmo se mantendo há bastante tempo e obtendo consumidores fiéis, ele diz que se sente prejudicado com a presença do atacarejo tão próximo, pois alguns clientes passaram a fazer suas compras do mês no atacarejo e não mais em seu mercadinho, apenas vão quando falta algo ou aqueles clientes que tem um baixo poder aquisitivo.

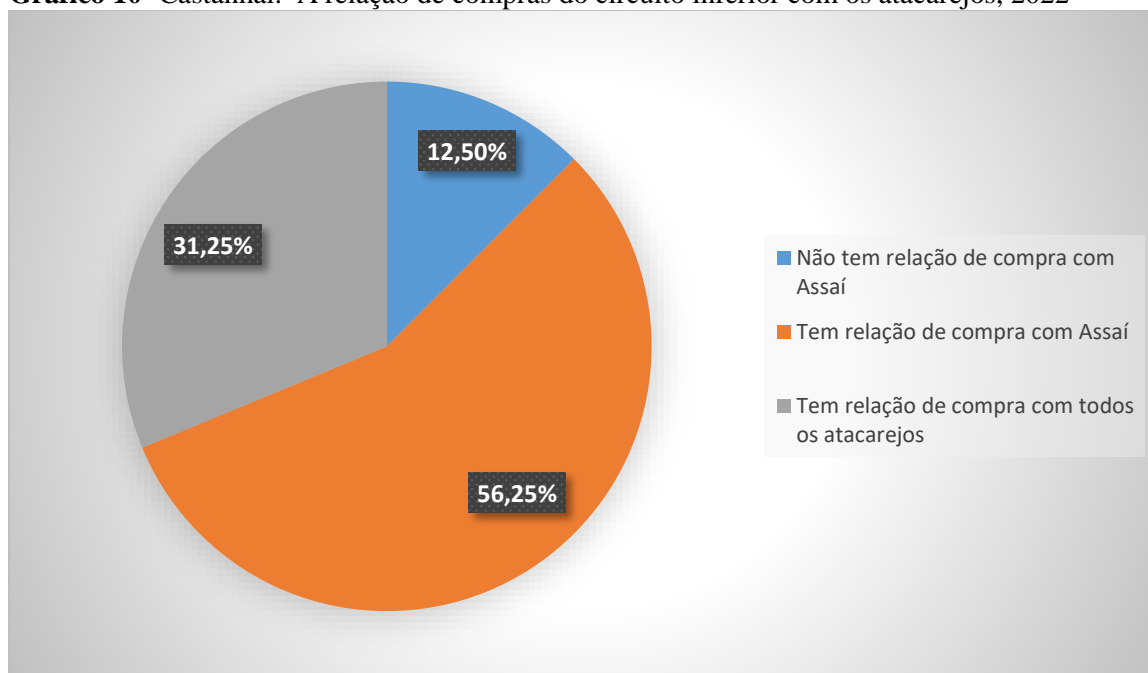
O relato do comerciante anterior leva a apreensão de duas questões relacionais, a economia e o espaço, pois os eventos capitalistas visam a reprodução ampliada do capital de maneira que não se tem uma precisão métrica de distância das atividades do mesmo ramo que se pode alcançar e, neste caso, as atividades mais próximas do atacarejo receberam os maiores impactos, embora haja a interação social com a sociedade local.

Os fatores econômicos têm uma força de alteração nas relações sociais tendo na literatura a concepção do “espaço mercadoria” (CARLOS, 2005), ideia cunhada em que

expressa a conformação espacial como força produtiva produzindo ambientes cada vez de menor interações sociais em lugar de acirramento de competitividade.

Ainda nessa perspectiva de entender os rebatimentos da presença dos atacarejos sobre o circuito inferior no Jaderlândia, perguntou-se aos pequenos comerciantes se eles possuíam uma relação contínua de compras nesses estabelecimentos. O gráfico 10 revela a realidade.

Gráfico 10- Castanhal. A relação de compras do circuito inferior com os atacarejos, 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

Este gráfico revela como o circuito superior e o circuito inferior estão atrelados e são, em muitas ocasiões, complementares, de maneira que 56,25% dos entrevistados diz ter relação de compras no Assaí. 31,25% tem relação de compra com todos os atacarejos da cidade. Apenas 12,5% diz não comprar nos atacarejos somente em distribuidoras. De todo modo, fica exposto que mais de 80% dos comerciantes do circuito inferior recorre aos atacarejos para comprar no atacado e revender no varejo.

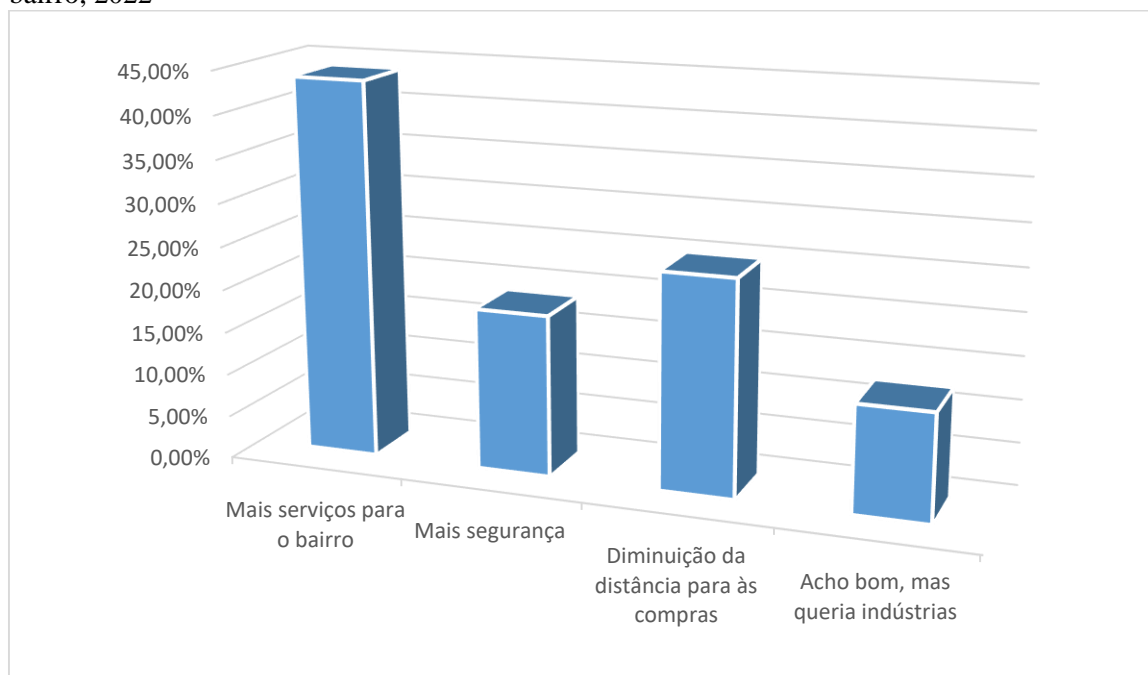
Os circuitos da economia urbana são interdependentes, com o circuito inferior sendo o resultado indireto do circuito superior, ao mesmo tempo em que o superior também se beneficia da dinâmica gerada pelo circuito inferior, além de dominá-lo. O circuito inferior está presente em toda parte, demonstrando a complexidade e permanência na cidade, mesmo com forte convivência com o circuito superior.

Dessa maneira, nas formas de trabalho desenvolvidas criativamente pela população pobre, como alternativa de trabalho, pode-se observar como esta população utiliza-se dos recursos possíveis em seu meio, assim como se adapta (utilizando algumas variáveis do período, dentro de suas condições) à realidade atual. Assim, apesar do circuito inferior ser encontrado frequentemente em bairros periféricos das cidades, no entanto, juntamente se estabelecem onde o circuito superior prevalece.

As novas tecnologias da informação e o desenvolvimento dos sistemas de transportes concretizaram a interdependência dos lugares que é comandada pelas grandes empresas e pelo Estado. A instalação dos sistemas técnicos obedece à racionalidade do capital, logo é seletiva. Essa racionalidade une-se as próprias racionalidades dos lugares, esses por sua vez exercem papéis distintos na divisão territorial do trabalho, daí a importância de considerar o lugar e a região na constituição do circuito superior e inferior das cidades.

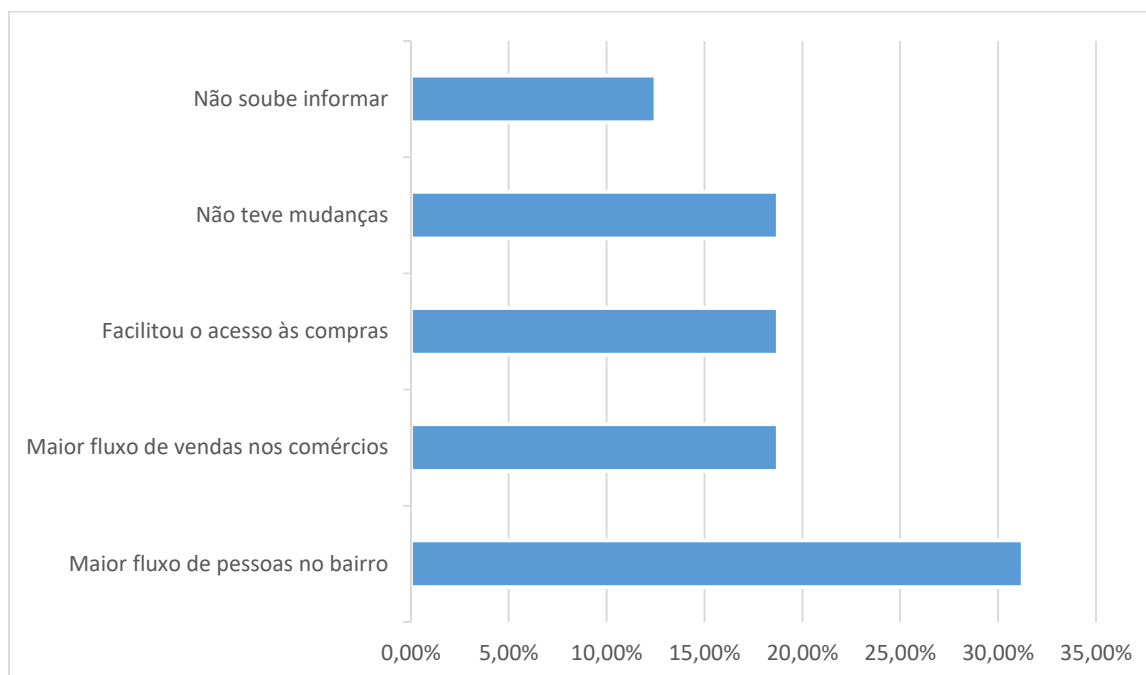
Assim sendo, torna-se importante compreender o ponto de vista do circuito inferior, neste caso, representado pelos comerciantes do bairro sobre as mudanças no que concerne à modernização impulsionada pela presença do atacarejo e, que em certa medida, incidiu na remodelação dos equipamentos urbanos do bairro o que por dedução pode contrapor aos interesses do circuito inferior, sendo a pesquisa de campo responsável em desvelar as deduções, tal como nos próximos gráficos (11 e 12):

Gráfico 11- Castanhal. Relatos dos pequenos comerciantes sobre o processo de modernização do bairro, 2022



Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

Conforme aponta o gráfico 11, os pequenos comerciantes evidenciam características de modernização no bairro após a instalação do Assaí. 43,75% apontam a chegada de mais comércios e serviços tal como, bancos 24h, grandes redes de farmácias. 18,75% afirmam se sentir mais seguros morando e trabalhando no bairro, pois há mais frequência de policiamento nas ruas. 25% afirmam que a modernidade trouxe a diminuição da distância para ir às compras, não sendo necessário ir ao centro da cidade. E 12,5% consideram boas as mudanças ocorridas, no entanto, gostaria de mais indústrias no bairro. Assim, em consonância ainda sobre os aspectos de mudanças nos equipamentos urbanos, observa-se o gráfico 12.

Gráfico 12- Castanhal. Mudanças percebidas a partir da instalação do Assaí no bairro, 2022

Fonte: Trabalho de campo; elaboração própria, 2022

No gráfico 12, pontua-se algumas grandes mudanças no bairro observadas pelos entrevistados. 31,25% diz ter percebido um maior fluxo de pessoas que passaram a habitar e circular no bairro. 18,75% afirmam ter aumentado suas vendas nos últimos anos. 18,75% acham que não houve mudanças de forma alguma, continua como era antes. E 12,5% não souberam informar nada, pois chegaram depois da instalação do Assaí.

Portanto, a permanência e a expansão do circuito inferior no Jaderlândia, mesmo diante dos modernos e sofisticados estabelecimentos vinculados às redes de capital elevado, reflete a relevância comercial no atendimento da comunidade local. A relação que se estabelece entre esses pequenos comerciantes e a comunidade é pautada na proximidade e reconhecimento, de forma que para permanecer no mercado são adotadas mudanças que se caracterizam como inovações, com intuito de manter e atrair clientes. Isso deixa claro que, simultaneamente, a implantação dos atacarejos em Castanhal, mais especificamente no Jaderlândia, implicou desordenamento e melhoramentos nas estruturas tradicionais do circuito inferior.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos últimos anos, o comércio organizou variadas formas para a troca de produtos, como supermercados, hipermercados, shopping centers e, mais recentemente, os atacarejos, trazendo significativas implicações para a vida das pessoas, principalmente nas facilidades que produziram no abastecimento urbano.

Ao abordar as concepções e características das atividades comerciais supermercadista, em especial, os atacarejos, observou-se que se constituem como importantes categorias comerciais que foram inseridas em diferentes países, de diferentes culturas, onde o local e o mundial encontram-se justapostos.

Conforme o que foi visto, a partir da década de 1970, as grandes redes de hipermercados mundiais chegaram ao Brasil e impulsionaram novas práticas comerciais. Assim, apenas na década de 1990, com a internacionalização do capital e o modo de produção flexível é que houve o avanço no setor de autosserviço, resultando na junção espacial e do capital. Sendo assim, os atacarejos, considerados uma das grandes superfícies comerciais modernas por meio do sistema “self-service”, são criados para reduzir custos e aumentar lucros.

A partir da análise dos principais atacarejos atuantes no Brasil e no Pará (Assaí, Atacadão e Mix atacarejo), constatou-se como essas grandes redes vêm se inserindo no processo de mundialização econômica e até influenciando-o. Elas elaboram as principais estratégias comerciais para se instalarem e conquistar o mercado consumidor e, concomitantemente, fidelizá-lo. As grandes metrópoles, por exemplo, são os lugares escolhidos por boa parte delas e fizeram também com que muitos espaços periféricos tomassem novos valores.

A respeito das funções urbanas impactadas pela presença dos atacarejos nas cidades médias, como no caso de Castanhal, conclui-se que as empresas do setor supermercadista, têm optado pela construção do formato, visto que elas se beneficiam da função urbana das cidades médias que desempenham um significativo papel de distribuição de bens e serviços, ou seja, são cidades-centros regionais e que, por meio da presença destes agentes econômicos, ampliam esses papéis nas escalas regional e da cidade. Assim, há neste contexto, não uma refuncionalização, mas uma ampliação das funções urbanas tradicionais já estabelecidas.

A localização privilegiada de Castanhal em meio ao papel de grande complexidade na rede urbana regional, já que está inserida em uma realidade tanto metropolitana quanto na

condição de centralidade de cidade média exercido no nordeste paraense, é um dos motivos que explica o desejo do setor produtivo da economia se instalar, o que permite uma dinâmica de fluxos de mercadorias e pessoas e favorece o desempenho das empresas e o crescimento urbano e comercial da cidade. Castanhal exerce grande atração comercial no nordeste do Estado, como afirma Coelho (2019) Castanhal se consolidou como polo do atacarejo no interior paraense.

Nesse sentido, constatou-se que a localização sempre foi essencial ao desenvolvimento do comércio. Dos primórdios aos dias atuais, nas metrópoles mundiais, grandes e médias cidades, as áreas para a instalação do comércio sempre foram estrategicamente escolhidas. Tanto o poder público quanto o privado investem para que esses “novos espaços” possam apresentar a infraestrutura básica para implantação dessas grandes superfícies comerciais que, ao se instalarem, agregam valor ao lugar. Com a exigência de grandes áreas para sua instalação, os atacarejos buscaram espaços em avenidas de fluxo rápido (Av. Barão do Rio Branco) e às margens dos principais eixos viários (BR-316). Tal apropriação estabeleceu importantes transformações na organização interna da cidade. Criaram-se novas espacialidades ao entorno das redes, melhoramentos na infraestrutura, de serviços, e de segurança.

O estudo das três modalidades comerciais de atacarejos: Atacadão (grupo Carrefour); Assaí atacadista (grupo pão de açúcar); Mix atacarejo (grupo Mateus), auxilia na compreensão da formação e organização dos espaços urbanos e suas complexidades, possibilitam ainda, enxergar as mudanças sociais e a evolução dos valores. Conhecer suas estratégias tornou-se de fundamental importância para analisar e compreender as mudanças que estas provocam no urbano, pois, elas impuseram uma nova lógica locacional, na distribuição, na venda e na exposição de produtos.

Com isso, observou-se a lógica de distribuição das lojas pelo país. As unidades dos grupos Assaí e Atacadão encontram-se espalhadas por todo o território nacional; considerando os Estados brasileiros, o Assaí está em todos e apenas Roraima e Acre não contam com a presença do Atacadão. Todavia, ambas as redes possuem uma maior concentração nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, onde há um maior mercado consumidor, bem como densidades técnica e populacional que possibilitam a expansão das referidas empresas.

Diferentemente do que acontece com o grupo Mateus, com suas lojas restritas às regiões nordeste e norte do Brasil, especialmente em seu estado de origem, o Maranhão, a partir de onde tem se difundido para outros estados. Após alguns anos, chegou ao Pará, nas

idades de Marabá e Parauapebas, cidades médias do sudeste paraense. Percebeu-se que a expansão do grupo se dá a partir das proximidades, mesmo privilegiando as principais cidades, mas não se restringindo a elas.

O atacarejo é uma modalidade nova de comércio que surgiu no Brasil, baseada nas formas tradicionais de atacado e varejo. No entanto, ele se utiliza de dois tipos de mercados: self-service (autosserviço) e cash e carry (pague e leve). Nesse sentido, este mercado tem uma de suas características voltada para consumidores que queiram comprar produtos e quantidade a preço de fábrica. A propósito, neste mercado, a principal característica é quanto mais quantidade se compra menos se paga. Portanto, atende pequenos comerciantes e o consumidor final. Além disso, a estrutura física é feita em grandes galpões que parecem depósitos, onde funciona o empilhamento das mercadorias.

As empresas de atacarejos sempre buscam reduzir seus custos e quando possível diminuir o fator geométrico entre si visando ter controle pleno sobre todo o processo. Cada etapa tem suas próprias contradições e suas nuances segundo o lugar de atuação. Dessa forma, as empresas Assaí e Atacadão encontram-se presente no Pará nas cidades de Belém, Ananindeua, Castanhal, Parauapebas, Santarém e Marabá estrategicamente suas expansões se dão pela metrópole e cidades médias paraense, onde facilmente é encontrado um vasto mercado consumidor.

Além disso, compreendeu-se que as cidades as quais estão recebendo essas grandes lojas, não se tratam de qualquer centro urbano, mas de cidades que desempenham papéis importantes na rede urbana paraense, como a metrópole, cidades médias e as que, mesmo não estando no patamar de cidades médias, têm grande importância regional.

O que essas grandes empresas mais buscam nos critérios para suas instalações, é maior viabilidade de consumo. No Pará, essa expansão ocorre mais em cidades ao Leste do Estado e ao longo de rodovias importantes para funcionalidade da circulação, distribuição e consumo, com intuito de ampliação do capital.

Notou-se a diferença de como essas redes se orientam em relação sua distribuição e fixação nos arranjos espaciais. As lojas Atacadão e Assaí seguem lógicas semelhantes estão presentes na metrópole, cidades médias e cidades de grande importância para sua região. Já o grupo Mateus segue uma lógica mais regional a partir do seu Estado de origem, o Maranhão.

Uma das características peculiares é a importância da situação geográfica que Castanhal exerce como referência de centro comercial no Nordeste do Pará. Essa importância

se deu a partir da construção da rodovia BR-010, pois localização privilegiada do município transformou Castanhal num grande polo comercial.

Conforme o processo atual de reprodução do capital, as grandes redes globais de comércio implantadas em Castanhal reafirmam o papel polarizador desta cidade, destacando-a como uma grande atração na rede urbana do nordeste paraense. Além do mais, esses estabelecimentos se destacam como resultado do processo de transformação e redefinição do setor, ao mesmo tempo em que reafirmam as mudanças ocorridas no comércio tradicional no bairro Jaderlândia, marcado pela permanência de pequenos comerciantes que adotam novas estratégias de gestão e negociação com fornecedores e clientes diante da concorrência das redes globais de atacarejos.

No contexto de caracterização dessa nova modalidade de comércio (atacarejos), considera-se as grandes vantagens e desvantagens que se dão no âmbito de estrutura, funcionamento e organização desses estabelecimentos. Por um lado, essas grandes superfícies apresentam vantagens como realização de compras em maiores quantidades, maior facilidade logística, alto poder de artifícios junto aos fornecedores. Por outro lado, as principais desvantagens estão vinculadas ao atendimento, oferta de serviços customizada, mesmo com direcionamentos para baixá-las, e pouca relação direta com clientes.

A teoria dos dois circuitos da economia urbana apresenta elevado potencial explicativo da urbanização dos países periféricos na atualidade. A pobreza urbana surge da dialética dos dois subsistemas: superior e inferior. No entanto, destaca-se que alguns processos devem ser uma interação relativamente atual entre circuito superior e inferior que acontece, na qual diz respeito ao consumo, quando este é ampliado a população mais pobre através do crédito, fazendo que o circuito superior também se aproprie da produção deste tipo de consumo, como acontece com as redes de atacarejos que oferecem esse serviço.

As formas tradicionais e modernas de comércio convivem e se relacionam simultaneamente, tornando um pouco mais complexa a dinâmica desse segmento em Castanhal. A complexidade fica clara na forma de atuação dos pequenos estabelecimentos tradicionais, que adotaram novas estratégias para permanecer frente aos grupos globais.

Hoje, a relação de consumo entre circuito inferior e superior se dá cada vez mais de forma sobreposta. As relações de concorrências estabelecidas entre os pequenos comerciantes e as grandes redes globais são marcadas pela readaptação desses pequenos comerciantes que, ao mesmo tempo em que veem nos atacarejos possibilidades de lucrar levando em conta o abastecimento dos seus pontos comerciais, reinventam-se objetivando resistir aos

empreendimentos globais. Em Castanhal, tornou-se muito comum a circulação de consumidores e comerciantes da cidade e de fora buscando produtos acessíveis para seu consumo e/ou para abastecimento de seus comércios nos atacarejos.

De acordo com os próprios comerciantes, o papel desempenhado pelas redes globais de atacarejos não provoca somente instabilidades no funcionamento dos seus comércios, contudo, representam alternativas de melhoramento de estratégias de vendas, modernização de suas atividades, urbanização na cidade, emprego, renda. Os pequenos proprietários de comércio, especialmente do bairro Jaderlândia, adotam estratégias que resultam em novas formas de atuação, tais quais aceitação de cartão de crédito, pix, além de priorizar a relação de proximidade com seus clientes.

Inicialmente, a composição do bairro Jaderlândia III, ocorreu por meio de ocupações e migrações, posteriormente, motivado pelo processo de descentralização, impulsionado pela expansão urbana e aumento demográfico, implicou no deslocamento e ampliação de atividades comerciais e de serviços. Portanto, é nesse processo de expansão além do esperado, é que houve de alguma forma, mudanças na estrutura urbanística e, urbanização do bairro. A união de todos esses atributos favorece o processo de modernização do bairro e, conseqüentemente, o dinamismo para as atividades do circuito inferior.

Os levantamentos feitos aqui no âmbito das implicações na cidade de Castanhal a partir do papel desempenhado pelos atacarejos é apenas um reflexo do que acontece em outras cidades. Assim, as novas formas de atuação dos pequenos comerciantes da cidade, especialmente do bairro Jaderlândia, a partir da readaptação e utilização de novas estratégias frente às redes globais de comércio, revelam que estes estabelecimentos tradicionais varejistas surgem e permanecem no cenário econômico local/regional e assumem importância na dinâmica de seus respectivos núcleos urbanos.

REFERENCIAS

ABRAS. Acesso a versão digital da edição da revista SuperHiper. Disponível em: <http://www.abras.com.br>. Acesso em: 27 de out. 2020.

ALVES, G. A. As centralidades periféricas: da segregação socioespacial ao direito à cidade. In: Carlos, A. F. A.; SANTOS, C. S.; ALVAREZ, I. P. (Org.). **Geografia urbana crítica: teoria e método**. São Paulo: Editora contexto, 2018. p. 109-123.

AMARAL, D. B.; RIBEIRO, W. O. Castanhal (PA): entre a dinâmica metropolitana e a centralidade sub-regional de uma cidade média. **Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, Amapá, v. 9, n. 1, 2016, p. 77-105. Disponível em: <<https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/view/2572/0>>. Acesso em: 20 de set. 2020.

ARANTES, P. F; GUERREIRO, I; HIRAO, F. H; OLIVEIRA, S. B. **Reforma urbana e autogestão na produção da cidade**. In: Gestão pública e sociedade: Fundamentos e políticas públicas de economia solidária. São Paulo: Outras expressões, 2012.

ASPAS. O supermercadismo avança no Pará. **SuperHiper Pará**. Pará, nº 1, p. 12-15, 2002.

BARATA SALGUEIRO, T. **Do comércio a distribuição**: roteiro de uma mudança. Lisboa: Celta, 1995, 268p.

BAPTISTA, J. A; RAMIREZ, P. Et at. **Canais de Distribuição Logístico Atacarejo**: Um estudo de caso na empresa XYZ Dist. Com. Ind. Ltda. Seget 2012.

BRASILEIROS compram nos “atacarejos” em busca de mais economia. **Portal Globo, Bom Dia Brasil**, 20 jan. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/01/brasileiros-compram-nos-atacarejos-em-busca-de-mais-economia.html>. Acesso em: 10 outubro 2020.

BARDIN, L. **Análise do conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977. 225 p.

BAUMAN, Z. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Lisboa: biblioteca 70, Edição 70, 1995. (tradução Artur Morão).

CARLOS, A. F. A. **A cidade**: o homem e a cidade; a cidade e o cidadão; de quem é o solo urbano? São Paulo: Contexto, 2007.

CARLOS, A. F. A. O direito à cidade e a construção da metageografia. In: **Cidades**: revista científica, vol. 2, nº4. Presidente Prudente: Grupo de estudos urbanos, 2005. P. 221-247.

CARREFOUR. Quem somos? Disponível em: <http://www.carrefour.com.br>. Acesso em: 27 de out. 2020.

CATAIA, M; SILVA, S. C. **Considerações sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana na atualidade.** Boletim campineiro de geografia, v 3, n1, 2013.

CARVALHO, A. S; SILVA, J. C. M. Et al. **Segregação socioespacial e direito à cidade:** uma análise do setor sudeste de castanhal-pa. IHGP, Belém, v 06, n. 2, p. 41-60, 2019.

CHEPTULIN, A. **A dialética materialista:** categorias e leis da dialética. V. 2. São Paulo: Alfa Omega, 1982. (tradução Leda Rita Cintra Ferraz).

CLEPS, G. D. G. **Estratégias de reprodução do capital e as novas especialidades urbanas:** o comércio de autosserviço em Uberlândia-MG. Rio Claro. Tese de Doutorado – UNESP, 2005.

COELHO, P. Inauguração da empresa Atacadão consolida Castanhal como polo do atacarejo do interior paraense. Disponível em: <http://castanhal.pa.gov.br>. Acesso em: 03 de ago. 2022.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano.** São Paulo: Editora Ática, 1989.

CORRÊA, R. L. Análise crítica dos textos geográficos: breves notas. **GeoUERJ**, Rio de Janeiro, n.14, p.7-18, 2º. Semestre de 2003.

CORRÊA, R. L. **Estudos sobre a Rede Urbana.** 1 ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2006.

COSTA, M. A. F.; COSTA, M. F. B. **Projeto de pesquisa:** entenda e faça. 3ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

CYRILLO, D. C. **O papel dos supermercados no varejo de alimentos.** São Paulo: Instituto de Pesquisas Econômicas – IPE-USP, 1987.

FONTES, R. G. **Expansão Urbana no Município de Castanhal:** o caso do bairro da Jaderlândia III. 2006. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Curso de Geografia, Faculdade de Geografia e Cartografia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2006.

GAMBOA, S. A. S. Metodologia da pesquisa educacional. In: FAZENDA, I. (Org.). **A dialética na pesquisa em educação:** elementos de contexto. 6 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GODOY, Arilda S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.35, n.3, p.20-29, maio/jun.1995. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2020.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. 8 ed. Rio de Janeiro: Record. 2004.

GONÇALVES, I. L. M. “**A gente tem uma vida lá fora...**” Relações entre gestão de recursos humanos e sociabilidade das pessoas empregadas nos supermercados da região metropolitana

de Belém. Belém: UFPA, 2009, 432p. Tese de doutorado apresentada ao programa de pós-graduação em ciências sociais, UFPA. 2009.

HAESBAERT, R. Precarização, reclusão e “exclusão” territorial. **Terra Livre**, Goiânia, v. 2, n. 23, 2004, p. 35-52.

HARVEY, D. O trabalho, o capital e conflito de classes em torno do ambiente construído nas sociedades capitalistas avançadas. *Espaço e Debates*, n. 6, jun./set., 1982.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 23ª ed. Edições Loyola, São Paulo, Brasil, 2012.

HESPANHOL, R. A. M. A contribuição do trabalho de campo para a pesquisa científica. In: DAVID, C.; WIZNIEWSKY, C. R. F. (Org.). **Agricultura transformações socioespaciais: olhares geográficos e a pesquisa de campo**. Porto Alegre: Jade, 2015.

IANNI, O. **A era do globalismo**. 2 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Divisão Urbano Regional**. Rio de Janeiro: Diretoria de Geociência/ Coordenação de Geografia, 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2020.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. REGIC-2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/cartas-e-mapas/redes-geograficas/15798-regioes-de-influencia-das-cidades.html?=&t=acesso-ao-produto>. Acesso em: 19 jul. 2020.

KITABAYASHI, R. T. **Estratégia competitiva do varejo supermercadista da região metropolitana de Belém**: 1990 a 2004. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de pós-graduação em economia, UNAMA, 2005.

JAPIASSU, H.; MARCONDES, D. **Dicionário básico de Filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

JUNIOR, R. S. L. História e memória da formação do bairro do Jaderlândia na cidade de Castanhal Pará. **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História**- ANPUH. São Paulo, 2011.

LARA, A. M. B.; MOLINA, A. A. Pesquisa qualitativa: apontamentos, conceitos e tipologias. In: GONZAGA, Maria T. C.; TOLEDO, César A. (Org.). **Metodologia e técnica de pesquisa nas áreas de ciências humanas**. Maringá: Eduem, 2011. p. 121-172.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LEFEBVRE, H. **Lógica formal, lógica dialética**. 5 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991. (Tradução Carlos Nelson Coutinho).

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. 5 ed. São Paulo: Centauro, 2008. (Tradução Rubens Eduardo Frias).

LEFEBVRE, H. **La producción del espacio**. Madri: Capitán Swing, 2013.

LIRA, B. C. **O passo a passo do trabalho científico**. 2 ed. Petrópoles, Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

MATOS, P. F.; PESSÔA, V. L. S. Observação e entrevista: construção de dados para a pesquisa qualitativa em geografia agrária. In: RAMIRES, Julio C. de L.; PESSÔA, Vera L. S (Org.). **Geografia e pesquisa qualitativa: nas trilhas da investigação**. Uberlândia: Assis Editora, 2009. p.279-291.

METTON, A. “**La expansion du commerce périphérique in France.**” *Annales de Geographic*, nº 506, XCI, Paris, 1982, p. 463-479.

MINADEO, R. **Gestão de marketing: fundamentos e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2008.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MIRANDA, R. R. **Interfaces do rural e do Urbano em áreas de colonização antiga na Amazônia: estudo de colônias agrícolas em Igarapé-Açu e Castanhal (PA)**. 2009. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2009.

MORAES, A. C. R. **Geografia: pequena história crítica**. 21ª ed. São Paulo: Annablume, 2007.

MONTENEGRO, M. R. **O circuito inferior da economia urbana na cidade de São Paulo no período da globalização**. Dissertação (Mestrado em Geografia) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

MONTENEGRO, M. R. Dinamismos atuais do circuito inferior da economia urbana na cidade de São Paulo: expansão e renovação. **geousp espaço e tempo (online)**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 33-45, 2013.

ORTIGOZA, S. A. G. A metrópole pós-moderna como centro do consumo: notas sobre São Paulo (Brasil) e Lisboa (Portugal). **Estudos geográficos** 101-117. Rio Claro, 2007.

PÃO DE AÇUCAR. Quem somos? Disponível em: <http://www.paodeacucar.com.br>. Acesso em: 25 de out. 2020.

PELLEGRINI, L. **II commercio in Itália**. Bologna, Il mulino, 2000, 123p.

PMC- PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTANHAL. **História do Município**. Castanhal: PMC, 2013. Disponível em: <http://www.castanhal.pa.gov.br/sobrecastanhal.php>. Acesso em: 13 ago. 2021.

PESSÔA, V. L. S. **Geografia e pesquisa qualitativa: um olhar sobre o processo investigativo**. *Geo UERJ*, Rio de Janeiro, n. 1, ago. 2012. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/3682/2554>. Acesso em: 21 jul. 2020.

PRODANOV, C. FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2 ed. Rio Grande do Sul: FEEVALE, 2013.

RIBEIRO, W. O. **Entre a metrópole e a cidade média**: a complexidade das interações espaciais e das dinâmicas de centralidade da cidade de Castanhal, no nordeste paraense. *Geosp – espaço e tempo* (online), v. 20, n. 1, p. 115 – 129, mês. 2016. ISSN 2179-0892.

RIBEIRO, W. O. **Interações espaciais na rede urbana do Nordeste do Pará**: particularidades regionais e diferenças de Bragança, Capanema e Castanhal. 2017. 356f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, 2017.

SAMIR, A. **A crise do imperialismo**. Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977. (Tradução de Marcos Arão Reis).

SAQUIS, G. B. **Estrada de Ferro de Bragança**: memória social e patrimônio cultural. 1 ed. Belém: Iphan, 2017.

SANTOS, M. "O período técnico-científico e os estudos geográficos", *Geografia, Revista do Departamento de Geografia da USP*, n.º 4, 1990, pp. 15-20.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 10 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SANTOS, B. S. **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: Técnica e tempo, razão e emoção. 4ed. 9 reimp. São Paulo: Edusp. 2017.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1993.

SANTOS, M. **O espaço dividido**. São Paulo: editora da Universidade de São Paulo, 2008a.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo**: Globalização e Meio Técnico-científico-informacional. 5 ed. São Paulo: Edusp, 2008b.

SANTOS, M. **Espaço e Método**. 5ed. São Paulo: Edusp, 2012.

SANTOS, M. **O trabalho do Geógrafo no Terceiro Mundo**. 5 ed. São Paulo: Edusp, 2013. (Tradução de Sandra Lencione).

SA VAREJO. 2021. Disponível em: <https://www.savarejo.com.br/detalhe/reportagens/assai-abre-sua-segunda-loja-em-belem-e-a-sexta-no-para>. Acesso em: fev. 2022.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História e Ciências Sociais**, Rio grande do Sul, v. 1, n. 1, jul. 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351/pdf>. Acesso em: 03 ago. 2020.

SERPA, A. O trabalho de campo em geografia: uma abordagem teórico-metodológica. **Boletim Paulista de Geografia** – Associação dos Geógrafos Brasileiros, São Paulo: AGB, pp. 7- 24. 2006.

SILVA, J. de S.; BARBOSA, J. L. O sentido do trabalho Informal na construção de alternativas socioeconômicas e o seu perfil no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: IETS, 2006.

SILVA, C. H. C. **As grandes superfícies comerciais**: Os hipermercados carrefour no Brasil. GEOUSP – espaço e tempo, São Paulo, Nº 14, pp. 89 – 106, 2003.

SILVA, M. B. **A Dinâmica do Comércio de Autosserviço do Varejo Alimentar e Expansão das Lojas de Vizinhança na Cidade de Uberaba**. 2011. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Uberlândia.

SILVA, R. R; CLEPS, G. D. G. Geografia do comércio e os processos de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de Shopping Centers. **Anais do XVI encontro de geógrafos**, Porto Alegre, 2005.

SILVEIRA, M. L. Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana. **Ciência Geográfica**, V.XVII, p. 63-70, 2013.

SIQUEIRA, J. L. F. **Trilhos**: o caminho dos sonhos. Bragança, 2008.

SILVEIRA, M. L. Finanças, consumo e circuitos da economia urbana na cidade de São Paulo. Caderno CRH, Salvador, v. 22, n. 55, jan./abr. 2009

SOUZA, M. L. **ABC do Desenvolvimento Urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2003.

SUERTEGARAY. D. A. **Pesquisa de campo em geografia**. IV encontro estadual de geografia de Minas Gerais. Minas Gerais. 2002.

SUPERHIPER- Revista da Associação Brasileira de Supermercados. **Ranking ABRAS 2003**, V. 29, n. 342, maio 2003.

SUPERHIPER- Revista da Associação Brasileira de Supermercados. São Paulo: **Ranking ABRAS 2002**, v. 28, n. 324.

SPOSITO, E. S. **Geografia e filosofia**: contribuição para o ensino do pensamento geográfico. São Paulo: UNESP, 2004.

SPOSITO, M. E. B. Segregação socioespacial e Centralidade Urbana. Et al: VASCONCELOS, P. A. **A Cidade Contemporânea**: Segregação espacial. São Paulo: Contexto, 2013.

SPOSITO, M. E. B. Reestruturação urbana e segregação socioespacial no interior paulista. **Scripta Nova**. Universidad de Barcelona. Vol. XI, núm. 245 (11), 1 de agosto de 2007. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-24511.htm>. Acesso em: 15 mai. 2021. (2007a). Não paginado.

SPOSITO, M. E. B.; ELIAS, Denise; SOARES, MAIA, Doralice S.; GOMES, Edvânia T. A. O estudo das cidades médias brasileiras: uma proposta metodológica. In: SPOSITO, Ma.

Encarnação (Org.). **Cidades médias**: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007b. 632p. P. 35-67.

SPOSITO, M. E. B.; SPOSITO, E. S. Reestruturação Econômica urbana e Cidades médias *In*: XII Seminário Internacional RII Iberoamericana de Investigadores sobre Globalização e Território, 12. **Anais**, Belo Horizonte, 2012.

SPOSITO, M. E. B. O chão em pedaços: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo / Maria Encarnação Beltrão Sposito. -Presidente Prudente: [s.n], 2004.

TAVARES, M. C. **Instituições de comercialização de alimentos**: impacto do autosserviço. Belo Horizonte: UFMG, 1984, 167p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas, UFMG, 1984.

TOPALOV, C. La urbanizacion capitalista. Cidade do México: Editorial Edicol, 1978.

TRINDADE JR, S-. C. C. **A natureza da urbanização na Amazônia e sua expressão metropolitana de Belém-Pa**. Geografares, Vitória, v.1 n. 1, p. 117-129, 2000.

TRINDADE JR, S-. C.C. **Grandes projetos, Urbanização do território e metropolização na Amazônia**. Terra Livre, São Paulo, v.26, p.177-194, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. S. Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo. In: _____. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

ULHARUZO, C. G. **Novos Paradigmas da Economia Industrial e Economias de Escala**: estudo de casos em fabricantes de autopeças do R.G.S. Porto Alegre: UFRGS, 1993.

YAZBEK, M. C. **Classes subalternas e assistência social**. São Paulo: Cortez, 2009.

YÁZIGI, E. **O mundo das calçadas**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP; Imprensa oficial do Estado, 2000.

APÊNDICE

Roteiro de entrevista para clientes dos atacarejos

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA - PPGG/UEPA

ENTREVISTA 1:

Dia: / /

Hora:

Loja:

Nome:

sexo:

- 1) Idade entre:

<input type="checkbox"/> 18 e 30 anos	<input type="checkbox"/> 31 e 40 anos
<input type="checkbox"/> 41 e 50 anos	<input type="checkbox"/> 51 e 60 anos
<input type="checkbox"/> acima de 61 anos	

- 2) Escolaridade:

<input type="checkbox"/> fundamental incompleto	<input type="checkbox"/> fundamental completo
<input type="checkbox"/> médio incompleto	<input type="checkbox"/> médio completo
<input type="checkbox"/> superior incompleto	<input type="checkbox"/> superior completo
<input type="checkbox"/> pós graduação	

- 3) Você mora no bairro onde se localiza este estabelecimento comercial?
 sim não se não, qual? _____

- 4) Por que compra neste estabelecimento?

- 5) Qual a periodicidade você vem a este estabelecimento durante o mês?
 1 vez
 2 vezes
 quinzenalmente
 ou não vem mais vezes

- 6) Este estabelecimento é utilizado para fazer suas compras mensais?
 sim
 não
 não faço compras mensais

- 7) Você avalia que a instalação da empresa trouxe mudanças para área ao entorno? Quais?

- 8) Como você avalia a questão dos preços das mercadorias deste estabelecimento com relação aos outros da cidade? () excelente () bom () razoável () ruim
- 9) Como você avalia a instalação dos atacarejos na cidade?

Roteiro de entrevista para comerciantes do Jaderlandia

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA - PPGG/UEPA

ENTREVISTA 2:

Dia: / /

Hora:

Loja:

Nome:

sexo:

- 1) Qual é a área do seu estabelecimento comercial?
 até 100 m²
 entre 100 m² e 200 m²
 entre 200 m² e 300m²
 acima de 400 m²

- 2) Qual o número de caixas do seu estabelecimento comercial?
 1 a 3 7 a 9
 4 a 6 acima de 9

- 3) Qual o número de funcionários?
 0 a 3 7 a 9
 4 a 6 acima de 9

- 4) Quais os principais produtos comercializados no seu estabelecimento?

- 5) Há quanto tempo ele funciona no bairro Jaderlandia?

- 6) Quais são as estratégias utilizadas para este estabelecimento se manter sólido no mercado, frente ao número crescente de grande superfície comercial que vem se estalando na cidade nos últimos anos?

- 7) Para você, a instalação de um atacarejo neste bairro ajuda ou não o desempenho do seu estabelecimento? Por quê?
 sim não
- 8) Número em média de clientes que fazem compras mensalmente?
 até 50 clientes 51 a 100 clientes
 101 a 150 clientes acima de 150 clientes
- 9) Qual a média de clientes diários no estabelecimento?
 até 50 clientes 51 a 100 clientes
 101 a 150 clientes acima de 150 clientes
- 10) Qual a forma de abastecimento do seu comércio? Onde você compra?
- 11) Onde abastecia anteriormente da chegada dos atacarejos?
- 12) Quais vantagens o levam abastecer seu estabelecimento nos atacarejos?
 Facilidade de acesso
 diversidade de produtos
 poder de escolha
 maior margem de lucro
 outro
- 13) Qual o horário de funcionamento?
- 14) Qual a forma mais usada de pagamento no empreendimento?
 dinheiro pix outros
 cartão crédito/débito c. alimentação
- 15) Mão de obra é familiar ou contratada? Quantos funcionários?

- 16) Com a implantação desse atacarejo no bairro (ASSAÍ), você observa mudanças de infraestruturas no bairro? Quais mudanças? Quais implicações sobre sua atividade?

Roteiro de entrevista com moradores do entorno das lojas

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA - PPGG/UEPA

ENTREVISTA 3:

Dia: / /

Hora:

Loja:

Nome:

gênero:

1) Idade entre:

- 18 e 30 anos 31 e 40 anos
 41 e 50 anos 51 e 60 anos
 acima de 61 anos

2) Escolaridade:

- fundamental incompleto fundamental completo
 médio incompleto médio completo
 superior incompleto superior completo
 pós graduação

3) Há quanto tempo você mora aqui?

4) Como era a visão aqui antes da implantação do atacarejo? Na sua análise o que mudou e o que permaneceu? Surgiram novos empreendimentos?

5) Este estabelecimento é utilizado para fazer suas compras mensais?

- sim
 não
 não faço compras mensais

6) Qual a periodicidade você vai a este estabelecimento durante o mês?

- 1 vez
 2 vezes
 4 vezes
 todos os dias

- 7) Como você avalia a questão dos preços das mercadorias deste estabelecimento com relação aos outros da cidade? () excelente () bom () razoável () ruim
- 8) Você acha que a instalação da empresa trouxe mudanças para área ao entorno? Quais?
() asfalto
() iluminação pública
() saneamento básico
- 9) Como você avalia a instalação dos atacarejos na cidade?
- 10) Como morador você acha que melhorou ou prejudica a vida de vocês a instalação deste atacarejo?