



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE

EMILIA JOMALINIS DE MEDEIROS SILVA

**O SUPERMERCADISMO CARIOCA E A SÓCIO-ESPACIALIDADE DO
VAREJO ALIMENTAR NA CAPITAL FLUMINENSE**

RIO DE JANEIRO - RJ

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE

O SUPERMERCADISMO CARIOCA E A SÓCIO-ESPACIALIDADE DO
VAREJO ALIMENTAR NA CAPITAL FLUMINENSE

EMILIA JOMALINIS DE MEDEIROS SILVA

Sob a orientação do professor

Dr. Renato S. J. Maluf

Tese para obtenção do grau de doutora em Ciências
Sociais, no Programa de Pós-Graduação de Ciências
Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade
(CPDA/UFRRJ).

RIO DE JANEIRO - RJ

Junho de 2022

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S581s Silva, Emilia Jomalinis de Medeiros, 1986-
O SUPERMERCADISMO CARIOCA E A SÓCIO-ESPACIALIDADE
DO VAREJO ALIMENTAR NA CAPITAL FLUMINENSE / Emilia
Jomalinis de Medeiros Silva. - Rio de Janeiro, 2022.
376 f.

Orientador: Renato S J Maluf. Tese(Doutorado). -
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro,
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE, 2022.

1. Redes de supermercados. 2. Rio de Janeiro. 3.
Sócio-espacialidade. 4. desigualdade. I. Maluf, Renato
S J, 1952-, orient. II Universidade Federal Rural do
Rio de Janeiro. PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS
SOCIAIS EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE
III. Título.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento
de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA)

EMILIA JOMALINIS DE MEDEIROS SILVA

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Ciências Sociais.

Tese aprovada em 05/07/2022.

Conforme deliberação número 001/2020 da PROPPG, de 30/06/2020, tendo em vista a implementação de trabalho remoto e durante a vigência do período de suspensão das atividades acadêmicas presenciais, em virtude das medidas adotadas para reduzir a propagação da pandemia de Covid-19, nas versões finais das teses e dissertações as assinaturas originais dos membros da banca examinadora poderão ser substituídas por documento(s) com assinaturas eletrônicas. Estas devem ser feitas na própria folha de assinaturas, através do SIPAC, ou do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) e neste caso a folha com a assinatura deve constar como anexo ao final da tese / dissertação.

Prof. Dr. RENATO SERGIO JAMIL MALUF (CPDA/UFRRJ)
(Orientador)

Prof.^a Dr.^a CLAUDIA JOB SCHMITT (CPDA/UFRRJ)

Prof. Dr. JOHN WILKINSON (CPDA/UFRRJ)

Prof. Dr. JUSCELINO EUDÂMIDAS BEZERRA (UNB)

Prof.^a Dr.^a EVE ANNE BUHLER (UFRJ)



Emitido em 05/07/2022

DOCUMENTOS COMPROBATÓRIOS Nº 12419/2022 - DeptDAS (12.28.01.00.00.00.84)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 11/07/2022 12:58)

CLAUDIA JOB SCHMITT

DeptDAS (12.28.01.00.00.00.84)

Matricula: ###328#1

(Assinado digitalmente em 06/07/2022 09:48)

JOHN WILKINSON

DeptDAS (12.28.01.00.00.00.84)

Matricula: ###72#7

(Assinado digitalmente em 06/07/2022 09:42)

RENATO SERGIO JAMIL MALUF

DeptDAS (12.28.01.00.00.00.84)

Matricula: ###70#4

(Assinado digitalmente em 11/07/2022 12:35)

JUSCELINO EUDÂMIDAS BEZERRA

CPF: ###.###.893-##

(Assinado digitalmente em 07/07/2022 14:06)

EVE ANNE BÜHLER

CPF: ###.###.577-##

Visualize o documento original em <https://sipac.ufrrj.br/documentos/> informando seu número: **12419**, ano: **2022**, tipo: **DOCUMENTOS COMPROBATÓRIOS**, data de emissão: **06/07/2022** e o código de verificação: **b950be97fb**

RESUMO

O presente trabalho analisou a atual configuração das principais redes do setor supermercadista no município do Rio de Janeiro e a inter-relação entre sua distribuição sócio-espacial com demais dinâmicas da cidade. A pesquisa se valeu da construção de uma base de dados com informações sobre as 20 redes de principal presença na capital fluminense, bem como de trabalho de campo englobando todas as suas Regiões Administrativas. O estudo é realizado a partir de um duplo movimento, à luz do entendimento da espacialidade como uma encruzilhada de trajetórias. A dinâmica do setor é parte constituinte da sócio-espacialidade e a análise do varejo alimentar ajuda a compreender o espaço urbano. Assim, por um lado, apresento o histórico do supermercadismo no Brasil e especialmente no Rio de Janeiro, apontando suas principais tendências atuais, como uma expressiva expansão para regiões onde antes os supermercados eram menos expressivos. Esta expansão caracteriza-se não apenas pela presença de grandes redes chamadas corporações como também das chamadas redes regionais e redes associativistas. Por outro lado, o estudo apreende a capital fluminense em sua sócio-espacialidade, por entender que as dinâmicas prévias das regiões contribuem para a compreensão da atual sócio-espacialização das empresas e do varejo alimentar. Como resultado da análise, tem-se que as redes de supermercado distribuem-se diferentemente pelo território carioca e estabelecem práticas comerciais distintas com implicações potenciais para os hábitos alimentares das populações. Esse modelo se espraia como produto e indutor de desigualdades na provisão de alimentos, dada a seletividade espacial dos atores privados do abastecimento e de suas práticas. Este movimento de expansão relaciona-se com dinâmicas prévias de segregação sócio-espacial, marcadas pelas dimensões de centro-periferia, processos de favelização e de existência de multacentralidades em regiões distantes do núcleo central da capital fluminense. Ao analisar o avanço do controle privado sob o abastecimento alimentar em paralelo à atual organização de políticas e equipamentos de varejo públicos ou por ele ordenado, tem-se como resultado a insuficiente e desigual disponibilidade de equipamentos públicos e de políticas de abastecimento, como mercados públicos e as feiras livres, orgânicas e agroecológicas. Como em outras esferas da questão urbana, é crescente aqui o predomínio de uma lógica empresarialista de cidade e a forma como os alimentos são comercializados deve ser entendida como mais um elemento da privatização do espaço urbano. Por fim, buscou-se apreender a relação entre a organização sócio-espacial do supermercadismo com práticas varejistas informais de alimentos, sendo importante destacar que permanecem manifestas expressões informais de varejo alimentar, integrantes de um circuito inferior da economia, que interagem sócio-espacialmente com os equipamentos formais. Embora abordagens teóricas que privilegiam em sua análise a escala macro auxiliem na compreensão do movimento supermercadista na cidade como integrante de um processo global do varejo alimentar e do regime alimentar corporativo, não explicam por completo o conjunto de elementos verificados, haja vista as especificidades tanto do setor supermercadista, como da capital fluminense. Isto revela a necessidade de uma abordagem multiescalar, que olhe as desigualdades alimentares orientadas por uma abordagem interseccional, e que incorpore na análise dinâmicas “locais” e “territoriais”, sem, contudo, associá-las a dimensões “éticas” e “alternativas” como sugere parte da literatura do Norte Global.

Palavras-chave: Redes de supermercados, Rio de Janeiro, Sócio-espacialidade, Desigualdade.

ABSTRACT

The present work analyzed the current configuration of the main networks of the supermarket sector in the city of Rio de Janeiro and the interrelation between its socio-spatial distribution with other dynamics of the city. The research was based on the construction of a database with information of the 20 supermarket networks of main presence in the capital of Rio de Janeiro as well as fieldwork encompassing all its Administrative Regions. The study is carried out from a double movement, in the light of the understanding of spatiality as a crossroads of trajectories. The dynamics of the sector is a constituent part of socio-spatiality and the analysis of food retail helps to understand the urban space. So, on the one hand, I present the history of supermarkets in Brazil and especially in Rio de Janeiro, pointing out the main current trends in the sector, such as a significant expansion to regions where supermarkets were less expressive before. This expansion is characterized not only by the presence of large networks called corporations but also by the so-called regional networks and associative networks. On the other hand, the study apprehends the capital of Rio de Janeiro in its socio-spatiality, since understanding the previous dynamics of the locations contributes decisively to the understanding of the current socio-spatialization of companies and food retail in different manifestations. As a result of the analysis, the supermarket food retail actors are distributed differently across the territory of Rio de Janeiro and establish different commercial practices with potential implications for the population's eating habits. This model spreads as a product and inducer of inequalities in food supply, given the spatial selectivity of private supply actors and their practices. This expansion movement is related to previous dynamics of socio-spatial segregation, marked by the dimensions of center-periphery, slum processes and the existence of multicentralities in regions far from the central core of the Rio de Janeiro capital. When analyzing the advance of private control over food supply in parallel with the current organization of public provisioning policies or ordered by it, the result is the insufficient and unequal availability of public equipment and supply policies, such as public markets and fairs, including the organic and agroecological ones. As in other spheres of the urban question, here the predominance of an entrepreneurial logic of the city is increasing and the way in which food is marketed must be understood as one more element of the privatization of urban space. Finally, we also sought to apprehend the relationship between the socio-spatial organization of supermarkets and informal food retail practices, it being important to highlight that informal expressions of food retail remain manifest, as part of a “lower economic circuit”, which interact socio-spatially with formal equipment. Although theoretical approaches that privilege the macro scale in their analysis help to understand the supermarket movement in the city as part of a global process of food retail and the corporate food regime, they do not explain in isolation the set of verified elements, given the specificities of both the supermarket sector and the capital of Rio de Janeiro, which reveals the need for a multis-scale approach, that looks at food inequalities guided by an intersectional approach, and that incorporates “local” and “territorial” dynamics in the analysis, without, however, associating them to ethical and alternative dimensions as suggested by part of the Global North literature.

Keywords: Supermarket networks, Rio de Janeiro, socio-spatiality, inequality

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Comparativo do número de lojas: supermercado e autosserviço (mil)	p. 79
Gráfico 2 – Faturamento anual do autosserviço alimentar (em R\$ bilhões nominais)	p. 87
Gráfico 3 – Evolução da concentração (%) sobre o faturamento do setor Autosserviço e <i>Cash & Carry</i>	p. 89
Gráfico 4 – Variação de vendas entre 2019 e 2020 por tipo de cidade (Brasil)	p. 90
Gráfico 5 – Percentual de importância do faturamento Cadeias vs. total autosserviço (2020)	p. 90
Gráfico 6 – Comparação mensal de pedidos de <i>e-commerce</i> de supermercados (%)	p. 106
Gráfico 7 – Crescimento populacional – Rio de Janeiro (1872 – 2020)	p. 167
Gráfico 8 – População por Área de Planejamento – Rio de Janeiro (1981-2010)	p. 174
Gráfico 9 – Proporção de população em favelas por Área de Planejamento (Censo 2010)	p. 176
Gráfico 10 – Despesa com alimentação no domicílio por local de compra, na região metropolitana do Rio de Janeiro – 1987	p. 182
Gráfico 11 – Despesa com alimentação no domicílio por local de compra, na região metropolitana do Rio de Janeiro – 1995	p. 183
Gráfico 12 – Distribuição do gasto mensal familiar médio com alimentação, por local de compra – Brasil (2003/2009)	p. 184
Gráfico 13 – Distribuição percentual do gasto mensal médio com alimentação dentro do domicílio, nos locais mais comprados (exclusive o grupo “outros”, segundo o local de compra e a situação do domicílio - 2009)	p. 185
Gráfico 14 – Percentual da despesa monetária e não monetária média mensal familiar com alimentação fora do domicílio, segundo a situação do domicílio – Brasil (2002/2018)	p. 187
Gráfico 15 – Distribuição populacional por Área de Planejamento – 2020	p. 207
Gráfico 16 – Distribuição das feiras livres por Área de Planejamento	p. 208
Gráfico 17 – Lojas da Casas da Banha por RP (1978)	p. 220
Gráfico 18 – Lojas do Mar e Terra RP (1978)	p. 222
Gráfico 19 – Lojas Três Poderes por RP (1978)	p. 224
Gráfico 20 – Lojas Leão por RP (1978)	p. 225
Gráfico 21 – Comparativo de loja das bandeiras Carrefour e Atacadão (2021)	p. 236
Gráfico 22 – Comparativo de loja dos Supermercados Guanabara por RP (1978-2021)	p. 242
Gráfico 23 – Distribuição das lojas do Supermercado Mundial por RP (2021)	p. 243
Gráfico 24 – Distribuição das lojas do Supermercado Multi Market por RP (2021)	p. 245
Gráfico 25 – Distribuição das lojas do Supermercado Supermarket por RP (2021)	p. 246
Gráfico 26 – Distribuição das lojas do Supermercado SuperPrix por RP (2021)	p. 248
Gráfico 27 – Distribuição das lojas do Supermercado Super Compras por RP (2021)	p. 250
Gráfico 28 – Distribuição das lojas do Supermercado Super Rede por RP (2021)	p. 250
Gráfico 29 – Comparativo proporcional de número de lojas por AP – 1978 e 2021	p. 261

Gráficos 30 e 31 - Comparativo entre distribuição das lojas, pesquisas e da população	p. 262
Gráfico 32 - Presença das redes analisadas na AP2	p. 274
Gráfico 33 - Presença das redes analisadas na AP4	p.293

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Redes de supermercados analisadas e número de lojas no município.....	p.36
Tabela 2 – Número de lojas por tipificação dos formatos (2019)	p.101
Tabela 3 – Áreas de Planejamento, Regiões de Planejamento e Regiões Administrativas – Rio de Janeiro	p.170
Tabela 4 – Variação populacional por Área de Planejamento entre 1991-2000 e 2000-2010	p.175
Tabela 5 – População de favelas por Áreas de Planejamento	p.175
Tabela 6 – 10 bairros ou grupos de bairros com maior rendimento mensal nominal familiar <i>per capita</i> (2010)	p.177
Tabela 7 – 10 bairros ou grupos de bairros com menor rendimento mensal nominal familiar <i>per capita</i> (2010)	p.177
Tabela 8 – Os 25 bairros com maior número de domicílios particulares permanentes com pessoas residentes abaixo da linha pobreza, em 2010	p.178
Tabela 9 – Participação das despesas monetárias e não monetárias com alimentação nas despesas totais das famílias (%) (1987-2008/9)	p.181
Tabela 10 – Valor da despesa média-mensal familiar, com alimentação no domicílio, por local de compra, na região metropolitana do Rio de Janeiro – 1987 e 1995	p.182
Tabela 11 – Aquisições domiciliares com alimentação por local de compra – Brasil (2002 e 2008)	p.183
Tabela 12 – Quantitativo de comércios por tipo – Rio de Janeiro (1971)	p.213
Tabela 13 – Brasil: participação dos estados no faturamento do autosserviço, 2003 a 2020	p.227
Tabela 14 - Supermercados com sede no Rio de Janeiro dentre as 500 maiores empresas, segundo o Ranking Abras 2010	p.229
Tabela 15 - Supermercados com sede no Rio de Janeiro dentre as 500 maiores empresas, segundo o Ranking Abras 2020	p.229
Tabela 16 - Redes de supermercados analisadas e número de lojas no município	p.231
Tabela 17 – RA com maior número de lojas, considerando-se as 20 redes analisadas	p. 263
Tabela 18 – Bairros com maior número de lojas, considerando-se as 20 redes de supermercado analisadas	p. 266
Tabela 19 – Lista das lojas dos 20 principais supermercados por AP e RP	p. 267

Tabela 20 – Distribuição por RA de feiras livres e redes de supermercados na AP1	p. 272
Tabela 21 – Distribuição por RA de feiras livres e redes de supermercados na AP2	p. 276
Tabela 22 – Número de lojas dentre as redes pesquisadas na AP3	p. 285
Tabela 23 – Distribuição das redes na AP5, por RP.....	p. 304
Tabela 24 – Distribuição por RA de feiras livres e redes de supermercados na AP5	p. 304

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Distribuição das feiras livres por AP e RA – Rio de Janeiro (2021)	p.207
Mapa 2 – Distribuição de feiras orgânicas e/ou agroecológicas e/ou “da roça” (2021)	p.209
Mapa 3 - Distribuição espacial das lojas dos principais supermercados - município do Rio de Janeiro (1978)	p.215
Mapa 4 - Localização das lojas de atacarejo no município do Rio de Janeiro	p.254
Mapa 5 - Distribuição sócio-espacial dos índices de domicílios em situação de pobreza (2010) e das 20 principais redes de supermercados do Rio de Janeiro (2021)	p.265
Mapa 6 – Distribuição das redes de supermercados por RA - AP1 (2021)	p.273
Mapa 7 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP2 (2021)	p.275
Mapa 8 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP3 (1978)	p.286
Mapa 9 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP3 (2021)	p.287
Mapa 10 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP4 (1978)	p.294
Mapa 11 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP4 (2021)	p.295
Mapa 12 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP5 (1978)	p.300
Mapa 13 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP5 (2021)	p. 303

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Quadro síntese de fusões e aquisições	p.72
Imagem 2 – Município do Rio de Janeiro: Áreas de Planejamento e Regiões Administrativas	p.172
Imagem 3 – Macrozoneamento e definição dos vetores de crescimento.....	p.173
Imagem 4 – Imagem de uma feira de rua nos anos 1960.....	p.202
Imagem 5 – Texto publicado na sessão “Coisas de política”, no <i>Jornal do Brasil</i> (1967)	p.204
Imagem 6 – Mapa com localização das feiras livres no município do Rio de Janeiro (1992)	p.205
Imagens 7 e 8 – Pátio do supermercado Pão de Açúcar na rua Barão de Itambi, Botafogo, com FLV em primeiro plano, e do setor de FLV numa unidade extra, no bairro Vila da Penha	p.234
Imagem 9 – Sequência de postagens disponível na página do Zona Sul Supermercado, na rede social Instagram (2021)	p.238
Imagem 10 – Obra de arte “Proteção” (2020), de Wallace Prato, na exposição Crônicas Cariocas, no Museu de Arte do Rio.....	p. 240
Imagem 11 – Sequência de postagens disponível na página do Supermercado Guanabara, na rede social Instagram (2021)	p.241
Imagem 12 - Imagens nas áreas de FLVs de lojas da rede Supermarket em Paciência (AP5), à esquerda, e em Botafogo (AP2), à direita	p.247
Imagens 13 e 14 – <i>Outdoors</i> das redes Super Compras e Super Redes, às margens da Avenida Brasil – trecho Zona Oeste	p. 251
Imagem 15 – Barraca vendendo caqui, laranja e suco de laranja, em frente à unidade Atacadão, no Bairro Santa Cruz.....	p. 253
Imagens 16 e 17 – Pátio de FLVs e orgânicos no Mega Box – Penha	p. 256
Imagens 18 e 19 – Qualidades diferenciadas de FLVs comercializados em atacarejo, em bairro popular da AP5, à esquerda, e em bairro nobre na AP2, à direita	p. 268
Imagem 20 – Imagem retirada do <i>Google Maps</i> da unidade do Super Rede no Vidigal	p. 277
Imagem 21 – Gôndolas com produtos orgânicos em uma unidade do Supermercado Pão de Açúcar na AP2.....	p. 279
Imagem 22 Lojas de supermercado próxima à estação de trem Osvaldo Cruz.....	p.288
Imagem 23 – Loja Inter e comércio de alimentos na altura da estação Metro Colho Neto ..	p.290
Imagem 24 - FLVs em uma unidade do Rede Economia, na Estrada do Pedregoso	p.306
Imagem 25 – Alimentos comercializados no mercado popular de Bangu, próximo à estação de trem e a uma grande varejista.....	p.308
Imagens 26 e 27 – Produtos orgânicos comercializados em uma loja de atacarejo em região nobre da AP4	p.316
Imagem 28 – Entorno do Supermercados Unidos na Rocinha.....	p. 317
Imagem 29 – Comércio informal de alimentos em frente a um supermercado na AP1.....	p. 318
Imagens 30, 31 e 32 - Lojas de supermercados localizadas em “galerias” (AP 2, 3 e 5).....	p. 319

LISTA DE ABREVIACÕES E SÍMBOLOS

ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados
AP – Área de Planejamento
ASSERJ – Associação de Supermercadistas do Estado do Rio de Janeiro
CADE - Conselhos Administrativos de Defesa Econômica
CADEG – Centro de Abastecimento do Estado do Guanabara
CADEP - Campanha em Defesa da Economia Popular
CAISAN – Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional
CBD – Companhia Brasileira de Distribuição
CFS – *United Nations Committe on World Food Security*
CEAGESP - Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo
CEASA – Central de Abastecimento
CEASAMINAS – Centrais de Abastecimento de Minas Gerais
CIBRAZEM - Companhia Brasileira de Armazenamento
CIP - Conselho Interministerial de Preços
CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
COBAL - Cia. Brasileira de Alimentação
EM - Exposições de Motivos
ESG - *Environment, Social and Governance*
HLPE - *High Level Panel of Experts*
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICM – Imposto sobre Circulação de Mercadorias
IGA - *Independent Grocers Alliance*
FAO - Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação
FLF – Frutas, legumes e verduras
MARJ - Mercados Associados do Estado do Rio de Janeiro
ONG - Organização Não Governamental
ONU - Organização das Nações Unidas
PAA - Programa de Aquisição de Alimentos
PGPM - Programa de Garantia de Preços Mínimos

PMRC - Programa de Modernização e Reorganização da Comercialização

PNAA - Política Nacional de Abastecimento Alimentar

PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar

PND - Plano Nacional de Desenvolvimento

POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares

PT – Partidos dos Trabalhadores

RA – Região Administrativa

RP – Região de Planejamento

RGP - Redes Globais de Produção

RPG - Redes de Produção Global

SINAC – Sistema Nacional de Abastecimento

SAN - Segurança Alimentar e Nutricional

SAPS - Serviço de Alimentação da Previdência Social

SUNAB - Superintendência Nacional de Abastecimento

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	21
INTRODUÇÃO	24
Quem pesquisa e que questões me moveram para este estudo	24
Como o tema foi se constituindo	27
Por que apostar em um “olhar panorâmico” dos supermercados no município do Rio de Janeiro.....	30
Como a pesquisa foi realizada	33
Que elementos orientaram o percurso	38
A forma-conteúdo do trabalho e síntese das considerações finais.....	41
1 AS “CATEDRAIS DO CONSUMO” E O CONTROLE PRIVADO DO ABASTECIMENTO ALIMENTAR	42
1.1 O desafio do abastecimento alimentar na formação sócio-espacial brasileira	46
1.1.1 Políticas de abastecimento, instrumentos reguladores e as centrais de abastecimento	49
1.1.2 A discussão contemporânea sobre políticas públicas de abastecimento alimentar	53
1.2 Transformações no varejo com a chegada do autosserviço	57
1.2.1 A chegada do autosserviço no Brasil	60
1.2.2 Ações do estado em favor do setor	63
1.2.3 “Os estrangeiros estão chegando”	66
1.2.4 Os principais processos de fusão e aquisição	69
1.3 Aproximações teóricas do varejo de alimentos e as contribuições desde uma perspectiva de economia política.....	73
1.3.1 Os mercados como construção social e a forma oligopólio como estrutura do capital	73
1.3.2 A atualidade da discussão sobre a forma oligopólio com franja e a permanência da pluralidade de atores	76
1.3.3 Varejo e serviços na atual reprodução do capital.....	81
1.4 O panorama atual do supermercado brasileiro e sua relação com os principais atores da cadeia de abastecimento	86
1.4.1 Inovações digitais e o “varejo do futuro”	91
1.4.2 A construção da ideia de um “supermercado com propósito” e a compra como uma experiência.....	93
1.4.3 A relação entre os supermercados e a indústria de alimentos.....	95
1.4.4 A relação entre os supermercados e a produção de FLV	97
1.4.5 A relação entre os supermercados e atores da logística e distribuição	99

1.4.6 As metamorfoses do multicanal e a “jornada do consumidor”	101
2. ENTRE REGIMES, SISTEMAS E REDES: ONDE ESTÃO OS TERRITÓRIOS? UMA ONTOLOGIA ESPACIALIZADA PARA PENSAR O VAREJO ALIMENTAR DESDE O SUL GLOBAL	108
2.1 O enfoque dos sistemas alimentares para a construção de um campo de pesquisa	110
2.1.1 A concepção sistêmica: das ciências naturais para o campo dos alimentos e da alimentação	111
2.1.2 A discussão “institucionalizada” acerca do(s) sistema(s) alimentar(es)	114
2.2 Da análise dos sistemas para a análise dos regimes: a escala global.....	120
2.2.1 A Teoria dos Regimes Alimentares	121
2.2.2 O debate contemporâneo sobre a emergência de um terceiro regime alimentar.....	124
2.2.3 A internacionalização e globalização do varejo alimentar e a abordagem das redes de produção global	132
2.3 Para se pensar a geografia dos sistemas alimentares desde o sul global	135
2.3.1 A virada espacial e a perspectiva sistêmica na geografia miltoniana	136
2.3.2 A concepção de território: analisando o espaço a partir da compreensão de poder relacional	142
2.4 Perspectivas a partir da escala local	149
2.4.1 Os sistemas alimentares locais e localizados, a produção de alimentos enraizada e as abordagens e práticas das redes alimentares alternativas	150
2.4.2 A “miopia do local” e o localismo reflexivo.....	153
2.4.3 Como falar de sistemas alimentares e territórios desde o Sul global?.....	157
3 UM VAREJO ALIMENTAR E UM SUPERMERCADISMO <i>FROM RIO</i>: PASSADO E PRESENTE	164
3.1 O município do Rio de Janeiro como objeto empírico da análise	165
3.1.1 Breve contextualização da formação sócio-espacial	165
3.1.2 Elementos populacionais socioeconômicos sobre a atual sócio-espacialização do município: analisando a partir das áreas de planejamento	169
3.1.3 Subsídios para se pensar a aquisição e o consumo alimentar carioca	179
3.1.4 Alimentos e alimentação nos instrumentos de planejamento urbano	188
3.2 Políticas e instrumentos públicos de varejo de alimentos no município do Rio de Janeiro	193
3.2.1 Elementos sobre a história e a geografia política do abastecimento do município	193
3.3 O varejo alimentar carioca e os principais atores do setor supermercadista.....	210
3.3.1 As principais cadeias de supermercados dos anos 1950 até o final do século XX	211
3.3.2. As principais redes de supermercados dos anos 2000 até os dias atuais	226

4 A GEOGRAFIA DISSO TUDO E A SÓCIO-ESPACIALIDADE DAS PRINCIPAIS REDES DE SUPERMERCADO NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO 258

4.1 As Regiões de Planejamento e Administrativas e os bairros como janela interpretativa para o varejo alimentar das redes de supermercado 259

4.1.1 De nó da rede para “espaço vazio” de equipamentos de varejo – a Área de Planejamento 1270

4.1.2 A Área de Planejamento 2 como vitrine do “bom” e “moderno” varejo alimentar273

4.1.3 O supermercadismo no tradicional subúrbio carioca – A Área de Planejamento 3280

4.1.4 Do Joá ao Grumari: desigualdades e distintas experiências de consumo na Área de Planejamento 4290

4.1.5 O modelo supermercadista da Zona Oeste extrema – a Área de Planejamento 5 296

4.2 Dinâmicas territoriais e desigualdades sociais, raciais e alimentares 309

4.2.1 “Dentro do supermercado não há diferenças sociais”?309

4.2.2 Repensando a categoria desertos alimentares a partir das noções de desenvolvimento geográfico desigual e da existência de multicentralidades320

CONSIDERAÇÕES FINAIS 331

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 338

AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo ao CNPq, por apoiar pesquisadoras e pesquisadores de pós-graduação. Ao agradecer à instituição, estendo meus agradecimentos a quem defende a universidade pública brasileira de qualidade e comprometida com a justiça social desse país. Agradeço também à Biblioteca Nacional, por autorizar o uso de materiais coletados do seu acervo de jornais.

Agradeço à Renato Maluf, pela parceria nesta tese e noutras colheitas e semeaduras que surgiram ao longo desse caminho. Agradeço a todas e a todos do Centro de Referência em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional, o Ceresan, e seu Laboratório de Pesquisa, espaço incrível de construção coletiva do conhecimento em torno do tema da soberania e segurança alimentar e nutricional. Agradeço também à Regina Bruno, que muito carinhosamente me orientou nos primeiros anos do doutorado. Às amigas especiais que construí no CPDA e ao longo da vida universitária: Luiza Dulci, Orlando Júnior, Helena Lopes, Larissa Cabral, Joice Bonfim, Daniel Macedo, Isabela Vitória, Lívia Salles e Jaqueline Peluzo. Aos colegas Lucas Carvalho e Jaqueline Peluzo, pelo apoio na elaboração dos mapas. A todas as amigas e parcerias da agroecologia e da agricultura urbana, cujas prosas sempre me sopravam bons ventos: minha gratidão a Rosângela Santos, Juliana Diniz, Rosiney Dornelas, Aparecida Santos, Silvia Baptista, Ana Santos, Maraci Soares, Bernadete Montesano, Valdirene Militão, Annelise Fernandez, Ana Paula Santos, Claudemar Mattos, Guilherme Strauch, Renata Souto, Nathalia Carolina, Gabriela Fonseca, Marjorie Botelho, Claudio Paolino, Lia Caldas, Natalia Almeida, Eduardo Barcellos, Renato Cosentino, Vanessa Schottz, Giovanna Berti, Aline Lima, Joana Emmerick e muitas e muitos outros.

Agradeço à minha família de Axé, à Flávia Ligel por todo amor, sabedoria e pertença ancestral compartilhada, e em extensão agradeço a todas as minhas irmãs desta jornada. Agradeço à minha família, em especial a Martin, que me incentivou cotidianamente a seguir e a não desanimar a achar o trecho deste caminho, e à minha tia Linda, pois, sem todo o seu apoio e afeto, chegar aqui teria sido ainda mais desafiador. Por fim, agradeço e dedico este trabalho a toda a energia ancestral que carrega o Rio de Janeiro, cidade onde a beleza insiste em existir em meio a tantos contratempos. Agradeço à força de suas ruas, seus atabaques, suas águas e suas matas.

Mais vale o pouco continuado do que tudo de uma vez.
(Provérbio da Rua)

APRESENTAÇÃO

Existe uma interação de raça, gênero e classe toda vez que a gente leva o prato à boca

(Carla Akotirene)

Num Brasil de origem escravocrata, colonial e de grandes diferenças regionais, a fome e as diferentes formas de provisão de alimentos marcam nossa história. Na literatura de Josué de Castro, na obra *Geografia da Fome* (2005), a fome ganhou marcadamente um *status* de problema estrutural, social e político, muito mais do que um problema contingencial. Noutra obra da literatura brasileira, escrita na década seguinte, há registros detalhados da carestia de alimentos vivida sobretudo pela população pobre e negra. Em *Quarto de Despejo: diário de uma favelada*, Carolina Maria de Jesus (2014) afirma: “É preciso conhecer a fome para saber descrevê-la.

Em um mundo onde a fome afeta mais de 800 milhões de pessoas, segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), infelizmente é comum pensar sobre comida e alimentos a partir da escassez. Surpreende-nos, inclusive, como, mesmo a fome sendo um problema da agenda internacional, há pelo menos cerca de 70 anos, ainda haja tantas pessoas sem ter o que comer. No Brasil, a fome, embora parecesse se tornar um problema quase suplantado em um passado recente, tem retornado, nos últimos anos, de forma significativa. Os dados divulgados em 2020 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), vieram arregimentar, através de números, aquilo que vinha se percebendo: a insegurança alimentar grave presente no lar de 10,3 milhões de brasileiros entre 2017 e 2018. Dados da Pesquisa Vigisan não apenas confirmam o que indicou a POF como apontam que, no contexto da pandemia da Covid-19, estes números recrudesçam. Sugere-se haver 19 milhões de brasileiros/as em situação de fome e 119 milhões em situação de insegurança alimentar (REDE PENSSAN, 2021).

A notícia marca um grave retrocesso no combate à fome, na garantia da soberania e segurança alimentar e no direito à alimentação adequada e saudável. Regredimos 15 anos em cinco! Os dados são categóricos em mostrar que a maior vulnerabilidade à insegurança alimentar e fome continua sendo em domicílios chefiados por mulheres e pessoas autodeclaradas negras (pretas e pardas). Dos domicílios com insegurança alimentar grave, 51,9% são chefiados por mulheres. O mesmo ocorre quando analisados os dados por raça. Enquanto no total, 45,9% dos

domicílios pesquisados são lares de pessoas não brancas, para os casos de insegurança alimentar grave o número sobre para 75,3% (REDE PENSSAN, 2021). É a população negra quem mais vê de perto a fome. Carolina Maria de Jesus “reedita-se” cotidianamente nas periferias das grandes cidades.

Apesar disso, é preciso também pensar em alimentos a partir da abundância, sobretudo num país como o Brasil. Falar de alimentos e de alimentação é também falar de cultura, diversidade e ancestralidade. A forma como uma população alimenta carrega forte bagagem cultural, como ressalta a crítica ao nutricionismo que, ao olhar para os alimentos e para a alimentação apenas pelo conteúdo nutricional e sua relação com a saúde física, ignora aspectos-chave como a dimensão do prazer, da sociabilidade, da identidade, da cultura e da espiritualidade. Nas religiões afro-brasileiras Umbanda e Candomblé, as práticas religiosas são todas baseadas em alimentos – sua partilha – que possuem dimensão sagrada. A “comida de santo” é oferenda para Orixás e, quando partilhada entre os terrenos, possibilita que se compartilhe o axé, força vital, que vem das divindades do Orum, o mundo espiritual.

Definitivamente são diversas as portas de entrada para falar dos alimentos, da alimentação e da comida. E, enquanto campo que tem sido objeto de estudo a partir de diversas lentes de análise, acionar os alimentos por cada uma dessas “portas de entrada” apresenta particularidades próprias. É possível também compreender os alimentos e a alimentação em sua dimensão política e econômica, localizando estes dois aspectos dentro do macrodebate sobre o desenvolvimento do capitalismo. No Brasil, foi também pelos tabuleiros de tantas baianas que o povo preto conseguiu libertação. Desde então, falar de comida já era falar de política e de luta antirracista.

Neste presente trabalho, os alimentos aparecem de forma predominante como mercadorias. Afinal, de fato, na ampla maioria das vezes, também o são no sentido de que circulam no mercado até chegar à ampla maioria da população brasileira. É inclusive também por esta dimensão que se justifica o contraditório contexto de abundância de alimentos e persistência de fome. Busco fazer isso sem, portanto, ignorar tudo o mais que são os alimentos para nós. É considerando justamente essa multidimensionalidade dos alimentos e da alimentação que tracei os objetivos deste trabalho de forma a contribuir com a análise conjuntural do que se vê hoje no município do Rio de Janeiro. Uso o tema das redes de supermercado para falar de varejo e abastecimento alimentar em uma região em particular. Ir ao supermercado é uma prática cotidiana da ampla maioria da população brasileira.

Seria impossível encerrar esta apresentação sem mencionar o pano de fundo desafiador desta tese, que foi escrita no decorrer de fatos históricos de extrema importância. Esta tese carrega implicitamente um tempo histórico que envolveu, em 2016, a orquestração política do impedimento da presidenta eleita democraticamente Dilma Rousseff (momento que marcou o recrudescimento do cenário político nacional) e a eleição, em 2018, de Jair Bolsonaro, com uma campanha indicando inflexões severas nas políticas de educação, ciência e tecnologia que se verificaram ao longo deste mandato presidencial. Por fim, em 2020, houve a pandemia da Covid-19. O necessário isolamento social para sua contenção impactou a vida de todos e, no nosso caso, pesquisadores/as de doutorado, também as nossas metodologias de pesquisa.

Neste caso, em particular, o referido tema de pesquisa ganhou notável projeção durante a pandemia. O abastecimento alimentar e também a condução das redes de supermercados de suas atividades, consideradas como “essenciais”, se tornaram *trend topics* na linguagem das redes sociais. No estado do Rio de Janeiro, inclusive, a Associação Estadual chegou a assinar um termo de cooperação técnica, junto ao governo do estado, para cessão de espaço para vacinação contra a Covid-19 (ASSERJ, 2021a), embora a ideia não tenha se concretizado. Se, por um lado, o isolamento social trazia implicações negativas na execução do cronograma da tese, por outro também me surpreendeu de forma positiva, ao poder acessar atores do setor através das plataformas de redes sociais e eventos remotos. Muitos de seus porta-vozes e associações da classe foram às redes sociais ampliar seu diálogo direto com a sociedade, através de redes sociais como Facebook e Instagram e o Youtube.

Enfim, a presença tão marcante do varejo alimentar supermercadista é um desafio, mas também uma potência que me moveu ao longo da pesquisa. Por um lado, os supermercados garantem o abastecimento no sentido da disponibilidade, por outro, “só compra quem pode”. Carla Akotirene, uma das minhas maiores referências intelectuais, foi precisa em uma postagem numa rede social, em maio de 2021: “Existe uma interação de raça, gênero e classe toda vez que a gente leva o prato à boca”. Esta tese não traz as pessoas de carne e osso, mas os territórios que nos ajudam bastante a compreender esta afirmação. Akotirene também costuma dizer que “raça informa classe”, e eu acrescento: “espaço e território também”!

Boa leitura!

INTRODUÇÃO

Começo compartilhando minha experiência de construção do “objeto de pesquisa”, seu significado para quem o constrói, sua relevância e justificativa. Em seguida, apresento uma breve problematização do tema desta tese, os principais elementos que me orientaram em termos de objetivos e questões e a metodologia desenvolvida e executada para a realização da pesquisa. Ao final, há um resumo da forma-conteúdo desta tese para melhor localizar a leitora e o leitor no conjunto do trabalho.

Quem pesquisa e que questões me moveram para este estudo

Esta tese é, inevitavelmente, resultado de um “pensar situado”. Veronica Gago propõe esta expressão para denominar o método no qual a pessoa que pesquisa se situa, ou seja, reconhece que fala a partir de um corpo e se reconhece como parcial. Este pensar situado, inevitavelmente parcial, funciona como um ponto de entrada, uma perspectiva que singulariza uma experiência. Embora ainda visto no campo das ciências sociais como um “problema a ser minimizado”, nesta perspectiva, o pensar situado torna-se uma potência singular na construção de um quebra-cabeça, “um retalho em uma arte de bricolagem” (GAGO, 2020, p.12).

Muitos outros autores e autoras acionam essas ideias a partir de outras categorias, destacando que a busca pela totalidade é uma marca da visão de mundo eurocentrada. Dentre as referências possíveis, me sinto especialmente contemplada com a palavra que Gago escolhe para evidenciar o tempo-espço de cada uma e cada um, já que o pensamento espacializado orientou em grande medida o exercício desta pesquisa. Situar é por algo em alguma localização, uma situação, ou *situ*-ação, logo, um lugar específico no espaço que o sufixo ação denota que esteja em constante movimento. Esse pensar se situa das mais variadas formas, tanto na perspectiva da localização geográfica no sentido *stricto* como também na geografia de afetos e paixões.

Falando em afetos, não visualizo ser possível realizar um trabalho extenso de pesquisa sem que este ofício envolva encanto, sentimento de entusiasmo, cólera e exaltação. Digo tudo isso fazendo coro às críticas que problematizam o lugar objetivo e de isenção que, durante muito tempo, as Ciências Humanas e Sociais, ancoradas num viés de racionalidade científica eurocentrado, reivindicaram para si, em analogia a pesquisas no campo das Ciências Exatas e da Natureza. Embora seja uma crítica consensuada em significativas vertentes do pensamento social crítico, me parece sempre relevante o registro, que serve também como uma forma de se

posicionar para quem lerá este trabalho. Isto, entretanto, não relega a esta produção de conhecimento um lugar menor, pelo contrário: partir deste entendimento favorece e qualifica o próprio diálogo de ideias e produção de conhecimentos¹.

Decerto, há anseios próprios que nos levam, como pesquisadoras e pesquisadores, à construção de um determinado objeto de pesquisa. Pessoalmente, enquanto ativista e entusiasta de circuitos mais curtos de comercialização, percebo de perto o desafio de construir e manter estes espaços. O fortalecimento dos mercados de maior proximidade, em especial aqueles socialmente construídos com forte protagonismo de agricultoras/es e consumidoras/es engajados na militância política, é chave no sentido de reprodução das famílias agricultoras em seus modos de vida, bem como da sua dimensão cultural. É também uma forma de garantir alimentos mais saudáveis à população urbana, num contexto em que a associação entre alimentos e doenças é cada vez maior (IPES FOOD, 2017). Por outro lado, são diversos os desafios para tal, de forma que muitas vezes o acesso a esses mercados ainda se dá de forma bastante reduzida e segmentada, tendo muitas vezes, como fator de inclusão e exclusão, a renda de quem consome.

Situação oposta parece ocorrer no caso de grandes redes supermercados, atores de mercado estratégicos cuja importância enquanto local de compra de alimentos para preparo em casa para a ampla maioria da população, especialmente nas áreas urbanas, é cada vez maior. Em junho de 2018, a Organização Não Governamental (ONG) Oxfam lançou o estudo “Hora de Mudar” (OXFAM, 2018), que analisa os lucros bilionários das grandes redes de supermercado e o lado reverso desta moeda: péssimas condições de trabalho, pobreza, fome e outros impactos negativos na vida de agricultores. Já em 2013, o tema das corporações era objeto de outro relatório da organização, *Behind the Brands* (Por trás das marcas, em português), que apresentou dados das 10 maiores empresas de alimentos e bebidas no mundo e mostrou a contradição existente entre o lucro e o acúmulo de poder, pelas empresas, e problemas relacionados ao acesso à terra, à água e às condições de trabalho de trabalhado e das populações rurais.

Dada a relevância dessas pesquisas, me parecia pertinente analisar como se expressa o poder corporativo que a ONG denuncia em outras escalas de análise: a escala importa, e essas grandes corporações concretizam seu poder sobre os territórios. Como salientam Scoones *et al.* (2017) ao debaterem a importância de se pensar e construir políticas rurais emancipatórias, “[...]”

¹ Nos estudos sobre alimentos e alimentação, alguns exemplos de trabalhos que exploram esta crítica estão em Pollan (2008) e Nestle (2019). Esta autora apresenta diversos casos em que ciência e política atrelaram-se, desconstruindo esta ideia idílica da ciência como saber absoluto e isento de valores.

para explorar os contornos do “emancipatório” através de tais perspectivas também temos que entender a elite, o reacionário e o não emancipatório, e como a prática regressiva muitas vezes se torna o senso comum hegemônico” (SCOONES *et al.*, 2017, p. 9) [tradução da autora].

Essas reflexões iniciais começaram a ganhar corpo em um relatório técnico elaborado em 2017, no qual sistematizei informações sobre dinâmicas de produção, distribuição e comercialização de alimentos no estado do Rio de Janeiro (JOMALINIS, 2019). Embora bastante incipiente do ponto de vista teórico-metodológico, pude ali realizar um primeiro levantamento de dados e informações sobre o sistema agroalimentar fluminense. Os resultados instigantes e as lacunas identificadas na pesquisa me motivaram a reestruturar a pesquisa acadêmica no doutorado. Meu ativismo em torno da agroecologia e da soberania alimentar neste estado me instigava a compreender mais sobre suas dinâmicas agroalimentares, aproximando prática política de pesquisa acadêmica.

Assim, reestruturei um novo projeto de pesquisa que, para mim, apresentava uma relevância acadêmica, social, econômica e política evidente. Estando o varejo alimentar intimamente ligado àquele momento em que produção e consumo se realizam (estabelecendo inclusive de forma concreta um entrelaçamento entre campo e cidade), me parecia possível uma análise a partir de uma perspectiva multiescalar, contemplando atores globais, regionais e locais. Ao ter como ponto de partida o conhecimento sobre o poder econômico das grandes varejistas, o suposto teórico inicial da tese embasava-se na Teoria dos Regimes Alimentares (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989), já que especialmente a leitura acerca do atual Regime Corporativo (MCMICHAEL, 2009) é sistematicamente acionado no campo da crítica ao sistema alimentar hegemônico. Esses autores destacam o papel importante que as corporações ganharam na economia política dos alimentos e da alimentação, em especial, a partir dos anos 1970, década considerada um marco de transição na economia e na política mundial em inúmeras literaturas e abordagens teóricas. A forma corporação ganhou destaque em diversas etapas deste sistema agroalimentar, sendo o setor do varejo dos alimentos uma destas.

Ao longo do percurso da tese, foi interessante perceber, porém, que, em que pese a validade dessa abordagem numa escala de análise global (pois é inegável que há concentração de poder nos casos de algumas empresas e que suas práticas influenciam significativamente a dinâmica do setor e o comportamento dos demais), muitos outros atores do varejo alimentar (desde as redes regionais às feiras livres) não desaparecem. Ao mesmo tempo, nem tudo que

eventualmente é classificado como local pode ser compreendido como contra-hegemônico. Entre as duas pontas desta lógica binária há uma diversidade de formatos e práticas existentes.

Como o tema foi se constituindo

No ano de 2020, em meio à pandemia do coronavírus, os supermercados ganharam uma diferente projeção nos noticiários e no cotidiano das pessoas. Nas palavras de representantes do setor, os supermercados, junto à saúde e à segurança, constituiriam um tripé que traria as condições de estabilidade para que se superasse a crise posta no Brasil. Enquanto outros espaços de comercialização de alimentos como feiras livres chegaram a ser temporariamente fechadas em alguns municípios (CANAL RURAL, 2020), os supermercados, que foram classificados como serviço essencial, mantiveram-se abertos ao longo de todo o período da pandemia. Segundo representantes do setor em entrevistas e eventos remotos, em nenhum lugar do mundo os supermercados fecharam. Seus representantes foram à imprensa e às redes sociais afirmar que garantiriam o estoque de alimentos e produtos e se adequariam às normas e aos protocolos de segurança. Embora esta última afirmativa tenha sido contestada em diversas situações (ÉPOCA, 2020), no geral, a logística dos alimentos no Brasil foi garantida, e um aumento expressivo nas margens de venda dos supermercadistas fora alcançado. Isso ocorreu pela queda no consumo de alimentos fora de casa e porque mesmo aquelas pessoas que possuíam o hábito de adquirir alimentos em mais de um local de compra passaram a concentrar suas vendas em poucos locais, por motivos de segurança sanitária. A necessidade de isolamento social e o decorrente movimento familiar de preparação para despensa levaram a um consumo muito mais elevado nos primeiros meses da pandemia. Enquanto diversos outros segmentos da economia viam suas receitas colapsarem, os supermercados registraram alta nos lucros.

Também no contexto da pandemia, as notícias que saíam sobre os supermercados se inseriam numa discussão mais ampla sobre o abastecimento alimentar, fazendo ascender um debate que, na verdade, é importante e estratégico para além da conjuntura posta pela Covid-19. Dois anos antes, esse debate também ganhou holofotes, quando uma crise de abastecimento eclodiu em meio a um contexto de instabilidades econômicas e políticas. Após sucessivas altas no valor do óleo diesel, milhares de caminhoneiros interromperam seus serviços e realizaram protestos em rodovias nacionais. Na região metropolitana do Rio de Janeiro, a segunda maior do Brasil, dentre os alimentos que faltaram à população, registraram-se bens alimentícios como

batata, laranja e limão. A escassez, por sua vez, levou à alta dos preços dos alimentos (TERRA, 2017), deixando em evidência a fragilidade que existe na conexão – longa – entre produção e consumo. Afinal, de onde vem o alimento que consumimos? Como se dá e que atores e processos estão envolvidos na equação produção, comercialização e consumo? De onde vem o que comemos e como abastecemos de alimentos nossas casas?

Dentro do que se chama de Estudos Alimentares, do inglês *Food Studies*, o abastecimento e o varejo alimentar são componentes no denominado enfoque dos sistemas alimentares e se caracterizam, em boa parte do mundo, pela presença dos supermercados, uma forma de realizar esse varejo cuja marca principal é o autosserviço. Na história brasileira, o abastecimento alimentar emergiu, desde muito cedo, como um grande desafio da realidade brasileira, já que a conformação histórico-geográfica, em sua função periférica e colonial, colocou o Brasil numa condição internacional de exportadora de bens agrícolas e minerais. Linhares (1979) e Linhares e Silva (1979), em dois trabalhos referentes ao tema do abastecimento, relatam as inúmeras situações em que o Brasil vivera crises de abastecimento, com picos de carestia e alta de preços nos alimentos que compunham a mesa da população.

Na atualidade é muito difícil pensar sobre as formas de comercialização de alimentos sem considerar o papel relevante que ocupam os supermercados – especialmente no varejo, mas também no atacado. Reardon *et al.* (2002; 2003; 2004; 2005; 2007) ressaltam a importância dos supermercados que nos países latino-americanos transformando de maneira agressiva e muito rápida os mercados agroalimentares. Ancorando-me neste entendimento para desdobrar o trabalho que aqui proponho, escolhi como tema de análise as principais redes de supermercados, enquanto atores socioeconômicos relacionados ao varejo de alimentos, como forma de compreender os canais predominantes de comercialização de alimentos para consumo dentro de casa.

O setor trabalha com baixas margens de lucro, e isso dá a seus atores uma competitividade forte, ao mesmo tempo em que possuem uma lógica de economia de escala e poder econômico concentrado. Ele também se caracteriza por um formato de oligopólio com franja (CYRILLO, 1987), o que abre espaço para a permanência de outros formatos e arranjos (que terão repercussões sócio-espaciais, como será visto no terceiro e quarto capítulos do trabalho). No Brasil, a Cia. Brasileira de Distribuição (CBD) e o Carrefour² são as líderes do setor. Elas

² No início desta pesquisa, três grandes cadeias despontavam no ranking de maior faturamento do setor, sendo a terceira delas o grupo Walmart. Porém, em 2019, a bandeira saiu do Brasil e passou a ser o Grupo BIG, deixando

possuem atuação internacional, podendo ser entendidas como corporações, assim como o grupo chileno Cencosud. Porém, ao mesmo tempo em que estes três grupos apresentam lucros muito superiores a outras empresas do ramo, há ainda uma diversidade de atores existentes, denominadas pelo setor de redes regionais. Estas empresas, numa escala de análise mais localizada, ocupam um papel importante no varejo alimentar das localidades em que desenvolvem atividades. O processo de concentração e internacionalização não fez desaparecer por completo outras formas e equipamentos de varejo alimentar.

Compreendo as redes de supermercado, então, como um conjunto de lojas de autosserviço, com mesma identidade visual e integradas em seus processos. Um grupo econômico pode ter uma ou mais redes e uma rede pode ser composta por uma ou mais empresas; neste último caso, tem-se uma rede de modelo associativista. As redes de supermercado representam uma forma de realizar o varejo em unidades de autosserviço integradas em rede, não sendo estas redes homogêneas em suas características, história e distribuição espacial. Farina *et al.* (2005, p.135) afirmam que por cadeias de supermercados são consideradas aquelas redes compostas por cinco ou mais lojas com o mesmo nome e Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Em análise historiográfica, é possível perceber o uso maior da ideia de cadeia em tempos pretéritos. Na atualidade, porém, vê-se muito mais a referência à palavra rede do que à cadeia. Parece que também aqui percebeu-se o limite da abordagem da cadeia, atualizando o termo para a noção “em rede”. O uso da categoria “rede”, e não empresa, permite que se faça referência à ideia de rede mesmo nos casos em que uma mesma bandeira possui dois ou mais CNPJs associados. Optei por usar a expressão “rede de supermercado”, usando a palavra em seu uso coloquial, ou seja, não como referência ao conceito rede presente nas Ciências Sociais. Por principais redes de supermercado, entendem-se aquelas que apresentam 10 ou mais unidades no município ou quando a soma das bandeiras supermercado e atacado de autosserviço – o atacarejo - de uma mesma empresa soma este número. Encaixam-se nessa categoria tanto redes de capital internacional como nacional, com significativa expressão no município e em alguns casos também no estado.

também de publicar seus dados e saindo, então, do Ranking da Abras. Logo em seguida, em 2021, a rede Carrefour comprou o Grupo Big, aquisição aprovada em maio de 2022 pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

Por que apostar em um “olhar panorâmico” dos supermercados no município do Rio de Janeiro

Para compreender um pouco deste cenário, nosso recorte escolhido para análise e observação empírica é o município do Rio de Janeiro. Tendo sido gestado nos Estados Unidos, foi na América Latina e no leste e sudeste asiáticos que os supermercados viram um mercado em ascensão nas últimas décadas (REARDON *et al.*, 2005). Em nível global, a segunda metade do século XX caracteriza-se pela concentração e centralização de capital, ou seja, pelo crescimento do volume do capital através da união de vários capitais num só, ou na absorção de um pelo outro, como a fusão de empresas e a constituição de sociedades anônimas. Fusões também ocorreram com empresas não apenas do varejo em si, mas de funções vinculadas à dinâmica do sistema agroalimentar. Orientando-se pelo crescimento, inclusive em termos de escopo geográfico de grandes redes, Wrigley (2013) e Wrigley e Wood (2018) analisam a expansão de atores como o WalMart, Tesco, Carrefour e Ahold para outros países, além dos seus de origem, e oferecem uma análise global do varejo a partir da difusão dos supermercados no marco da globalização, que tem nas empresas transnacionais um de seus principais pilares. Estudos que levam em consideração as transformações relativas à globalização, considerando sobretudo o olhar para este fenômeno desde o Sul e, especialmente, a América Latina – como toda a obra de Milton Santos – nos ajudam a compreender a introdução e expansão das corporações do varejo de alimentos.

No Brasil, com o fortalecimento dos atores privados mediante concentração, fusões e verticalização de atividades, verificadas especialmente a partir dos anos 1990 (WRIGLEY, 2013), e o enfraquecimento de políticas públicas de abastecimento alimentar, consolidou-se o predomínio das redes de supermercado. Em análise histórica, importantes supermercados do município foram comprados ao longo dos anos 1990, 2000 e 2010, por redes internacionais. Apesar da expressiva entrada dos supermercados, assim como dos processos de fusões e de internacionalização, no Brasil e na América Latina, o grau de concentração do mercado varejista brasileiro ainda apresenta taxas inferiores de concentração se comparado com outros países (AGUIAR, 2009).

Um outro conjunto de trabalhos, embora não desconsidere a concentração característica do setor em algumas empresas internacionais, joga luz à existência de outras formas de varejo que permanecem tanto em pequenas e médias cidades como também nas grandes, especialmente em áreas com população de baixa renda, mesmo com o avanço do formato supermercadista

(MONTEIRO *et al.*, 2012; FLEXOR, 2014). Se por um lado há uma forte concentração perceptível nos valores de faturamento das grandes empresas, cuja diferença é bastante expressiva em comparação às demais lojas, a característica de um oligopólio com franja permanece (CYRILLO, 1987). Ao analisar a atual presença das grandes corporações no município do Rio de Janeiro, notam-se a participação sobretudo das bandeiras do grupo CBD e um crescimento expressivo da bandeira de atacarejo do grupo Carrefour, o Atacadão. No entanto, ao mesmo tempo em que, em escala nacional, é possível perceber o domínio de algumas grandes corporações internacionais de varejo de alimento, quando se redimensionou a escala de análise, no caso, para o município do Rio de Janeiro, também se pode perceber a existência dessas grandes corporações junto a uma diversidade de outras pequenas e médias redes de supermercados em nível regional e local. Ademais, no município do Rio, é notável a estratégia de associativismo.

Um desafio aqui posto foi aprimorar um enfoque-teórico metodológico que transcenda dicotomias local/global e hegemônico/alternativo, sem desconsiderar as contribuições da literatura que alimentam estas categorias, pensando uma paleta de atores e formas de ação em rede num determinada região e território. Numa escala regional, como estes atores coexistem, integram uma sócio-espacialidade e geram implicações nas práticas alimentares da população? Como se espacializam estas redes e que outros atores atuam no campo do varejo de alimentos? Que implicações territoriais derivam desta ação, no sentido de produzir e reproduzir desigualdades presentes neste município, especialmente desigualdades alimentares?

Por fim, em termos de justificativa para o recorte empírico deste projeto, cabe destacar a relevância de estudar a circulação e o abastecimento alimentar, sobretudo em territórios urbanos. O crescimento dos supermercados acompanha, no mundo e no Brasil, o processo intenso de urbanização da segunda metade do século XX. Cyrillo (1987, p. 43) sugere que a estrutura de expansão do varejo refletia o grau de desenvolvimento e urbanização. É importante reconhecer que a tendência da população mundial continua sendo o aumento da concentração nas áreas urbanas – com o cuidado de não cair em um fatalismo da urbanização. Em muitos casos, isso implica pensar estratégias de alimentar regiões com intensa densidade populacional e baixo índice de produção de alimentos. *Ipes Food* (2017) destaca que hoje um dos principais problemas das cidades no nosso tempo é a comida. Tal preocupação se deve ao incremento da população urbana mundial (54% da população mundial vivia em áreas urbanas em 2016, com estimativas para chegar a 66%, em 2050) e às dificuldades do sistema alimentar em abastecer essa população, resolver antigos problemas e dar conta de novas problemáticas. Pensar o abastecimento urbano

em suas dimensões, atores, processos e conflitos é uma demanda e um desafio concreto da atualidade. Salienta-se também o acesso desigual neste espaço urbano à alimentação saudável – o que algumas referências denominam de desertos alimentares –, tema sobre o qual será falado mais adiante.

Essa breve contextualização histórica mostra a importância e a presença econômica das redes de supermercado que são, em geral, tema de pesquisa nos campos da ciência econômica e da administração. Eficiência, padrões de concentração, estratégias para redução de desperdício, desafios de logística e distribuição são alguns dos temas-chave das pesquisas acadêmicas. Aqui, o objeto de estudo em análise é percebido desde a perspectiva econômica, mas não se limita a esta abordagem que olha estes atores enquanto firma. As redes também são percebidas como objeto político, entendendo que economia (e alimento) é política e, por fim, também parto da premissa de que atores econômicos também o são, essencialmente, geográficos, estabelecendo com o espaço uma relação de (re)produção. As redes de supermercados aparecem aqui como elementos de compreensão de construção sócio-espacial: estes atores e processos, objetos e ações, (re)produzem o espaço (HARVEY, 2008, 2010, 2011, 2013).

Em meio a esta pluralidade de empresas, há uma diversidade de práticas e estratégias, localizações sócio-espaciais e, como consequência, implicações distintas para as práticas de consumo alimentar. Por outro lado, poucas ações e inovações são verificadas na construção e no aprimoramento de instrumentos públicos de abastecimento, o que também evidencia a importância deste tema de pesquisa. Frente a todas estas reflexões – e compreendendo a importância de um enfoque territorializado para um estudo com este propósito –, apostou-se no que chamo de um “olhar panorâmico” do município do Rio de Janeiro, como recorte geográfico de análise para compreender a construção territorial desses atores e suas implicações para a (re)produção do espaço e das dinâmicas sócio-espaciais de desigualdades, especialmente as alimentares. Segundo Silva (2012):

A análise do setor supermercadista pela Geografia permite entender o movimento de reprodução do espaço urbano através da localização das lojas, da ação do poder público para receber os estabelecimentos, a criação de novos empregos, as mudanças nos hábitos de consumo, as relações entre o comércio tradicional e as grandes empresas, as conversas entre as pequenas e as grandes redes. Além disso, a produção de novas centralidades no espaço urbano anuncia a dinâmica da vida na cidade, revelando os movimentos de concentração e desconcentração, centralização e descentralização, vias e bairros valorizados e desvalorizados, locais prestigiados e locais esquecidos da cidade etc. (SILVA, 2012, p. 15).

Assim, nosso problema de pesquisa é entender como se desenvolvem sócio-espacialmente as principais redes de supermercado presentes no município do Rio de Janeiro e que repercussões territoriais e no abastecimento alimentar derivam desse processo. O objetivo geral deste trabalho é analisar a atual configuração das principais redes do setor supermercadista no município do Rio de Janeiro e a inter-relação entre sua a distribuição sócio-espacial com demais dinâmicas deste município, tais como as desigualdades econômicas, raciais e alimentares no município. Subjacente a esse objetivo, encontram-se as seguintes perspectivas (I) identificar que elementos as redes de supermercado informam sobre dinâmicas de abastecimento alimentar, especialmente no município do Rio de Janeiro; (II) identificar elementos relativos à sócio-espacialidade do município do Rio que contribuem com a compreensão da distribuição e do desenvolvimento das redes supermercadistas, (III) entender a complexidade da abordagem dos sistemas alimentares e as tendências contemporâneas do varejo e do abastecimento de alimentos; (IV) apontar os atuais principais traços e desafios no que tange ao abastecimento alimentar do referido município.

Como a pesquisa foi realizada

A definição deste tema deu-se ao longo do primeiro semestre de 2018, sendo bastante distinto da minha proposta original de pesquisa quando do ingresso do doutorado, em março de 2017. Embora o tema não me fosse totalmente desconhecido, foi necessária uma significativa pesquisa bibliográfica orientada para a construção desse objeto de pesquisa no segundo ano do curso de doutorado, em 2018. Já em 2019, me dediquei à primeira escrita de texto e busquei avançar na apresentação de elementos do objeto empírico da tese, tendo como horizonte a qualificação do projeto. Mudanças significativas foram tomadas após a qualificação, em setembro de 2019, que levou ao formato atual do trabalho. Parte importante da pesquisa da tese ocorreu após a emergência da pandemia da Covid-19, como o desenvolvimento da metodologia para coleta de dados bem como sua execução. Embora as lojas tenham permanecido em atividade durante toda a pandemia, tive como escolha pessoal não realizar o trabalho de campo até a aplicação da segunda dose da vacina. Em termos de dimensões ou etapas da pesquisa, identifico oito elementos-chaves.

O primeiro deles refere-se à revisão bibliográfica. Quatro frentes de revisão bibliográfica foram identificadas e realizadas para a elaboração deste trabalho. Primeiramente, foi feita uma revisão bibliográfica identificando alguns dos principais enfoques inseridos no campo dos

estudos (agro)alimentares, como o enfoque dos sistemas alimentares, a teoria dos regimes alimentares, das redes de produção global e das redes alimentares alternativas. Um segundo esforço de revisão e análise bibliográfica buscou dar conta de uma ampla literatura em torno do tema da tese, o varejo de alimentos e, em especial, os supermercados, e o abastecimento alimentar. Constituem-se como referências Maluf (1988) e Cyrillo (1987) que permitem olhar o tema em perspectiva histórica. Reardon *et al.* (2002; 2004; 2005; 2007) auxiliam esse olhar, desde 1990, sobre os supermercados na América Latina, especificamente, denominada por eles de países em desenvolvimento. Chiodo (2010) também tem um precioso trabalho sobre as experiências de políticas de abastecimento na América Latina e ascensão dos atores privado. Belik (1999), Cunha (2006) e Cunha e Belik (2012a; 2012b) também apresentam o tema em perspectiva nacional, bem como Amin e Aguiar (2006) e uma série de notas elaboradas pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Ao se reafirmar ao longo do processo como uma pesquisa ancorada numa abordagem sócio-espacial, a revisão bibliográfica para o estudo incorporou uma literatura recente em torno dos conceitos geográficos relevantes para a tese – espaço, território e, também, paisagem –, privilegiando autores que apresentam ou buscam uma interlocução com abordagens descoloniais: Santos (1979; 1996), Haesbaert (2004; 2010; 2014; 2021), Souza (1995; 2013), Saquet (2007; 2013) e, por fim, Cusicanqui (2019) e Gago (2020), trazendo uma ruptura epistemológica para a categoria território desde a epistemologia feminista. Também foram identificados autores da geografia que têm buscado realizar uma interface entre a ciência geográfica e este campo de pesquisa dos sistemas alimentares, como os trabalhos de Coe e Wrigley. Por fim, o último apanhado teórico introduziu uma discussão em torno do espaço urbano e da formação urbana do município do Rio de Janeiro, de forma a encerrar a “territorialização” de nossa discussão, trazendo a noção de desigualdades alimentares para um diálogo acerca das desigualdades territoriais em relação com os atores dos sistemas alimentares. Destaco os trabalhos de Abreu (2011), Marafon e Seabra (2004; 2014; 2016), Flexor (2014), Castro Júnior (2018), Ribeiro (2001; 2017), Ribeiro (2015) Gómez-Ribeiro e Queiroz-Ribeiro (2021), Sposito (2013), Reese (2018; 2019) e Motta (2021).

Em termos metodológicos, optei por trabalhar com uma amostragem que fosse significativamente representativa do total de lojas e redes do setor. A proposta desde seu início era exercitar um olhar mais sistêmico sobre o setor e não uma pesquisa que privilegiasse determinadas redes. Parecia mais relevante analisar aquelas com maior atuação no município

escolhido para a pesquisa, jogando luz às suas particularidades. Para a definição do que seria incorporado na análise territorial, fiz um cruzamento de dados das principais redes da Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (ASSERJ) - que, pelo seu tamanho e amplitude, não poderia ser incorporada na totalidade - junto à classificação das maiores redes realizada pela Associação Brasileira de Redes de Supermercados (ABRAS) com o Instituto Nielsen. Ademais, elaborei uma pesquisa qualitativa em documentos das associações do setor, redes sociais das supermercadistas e na Plataforma *Google Maps*. Daí, chegou-se a um total de 20 redes de principal presença no município, que podem ser categorizadas de forma diversa quanto à sua amplitude (redes internacionais/vinculadas a empresas internacionais, redes regionais e redes municipais) e quanto ao seu tipo de capital (internacional e nacional; neste último caso, redes associadas ou não). Em todos estes 20 casos identificados, o número de lojas é igual ou maior que 10. A soma de lojas destas 20 redes totaliza 452 unidades.

Feita esta amostragem, dois movimentos foram realizados: buscar informações sobre suas histórias e entrar em contato com representantes. Apesar de diversos contatos com todas as redes cuja distribuição das lojas fora analisada, através dos mais variados canais, não obtive aceite de nenhuma delas para a realização de entrevistas.

Tabela 1 – Redes de supermercados analisadas e número de lojas no município

Rede	Total
Super Rede	51
Supermarket	48
Compras	45
Zona Sul	41
Rede Economia	36
Multi Market	31
Extra	25
Prezunic	25
Campeão	20
Guanabara	20
Pão de Açúcar	19
Mundial	19
Inter	17
Assaí	15
SuperPrix	14
Unidos	11
Atacadão	9
Carrefour	4
O Bom Atacadão	1
Mega Box	1
Total Geral	452

Fonte: elaboração própria.

Da pesquisa histórica, feita no pico da pandemia, foi possível perceber que tinham muitas informações. Ela se deu na base de dados da hemeroteca Biblioteca Nacional, a partir das palavras “cadeia de supermercado”, “rede de supermercado” e dos nomes das principais cadeias da cidade que hoje inexistem. Impossibilitada de visitar as unidades em função da pandemia, investiu-se na pesquisa histórica e mais do que sistematizar informações sobre as redes da referida amostragem, fizemos uma coleta de dados de redes antigas, das que, tendo como referência dos dados dos próprios jornais percebia-se ser as principais redes de supermercado considerando a no município. Desta pesquisa originou-se o capítulo 3.

Findada esta etapa, levantei dados para ir a campo. A opção pela escala municipal, dentre outros fatores, contribuiu na coleta de diversos dados para a análise, que se orienta pela divisão de bairros, regiões administrativas e de planejamento e áreas de planejamento do município. O recorte municipal escolhido, porém, não pretende reificar uma lógica político-administrativa. É um recorte escolhido para fins de observação empírica, uma etapa indispensável em qualquer

trabalho de pesquisa que não desconsidera que, em certa medida, seria possível fazer esta discussão, levando-se em consideração outras escalas, como a metropolitana. Assim como há uma integração dos municípios da baixada fluminense com a capital, verificada, por exemplo, a partir da análise da malha urbana feita por Oliveira (2014), muitas destas lojas têm evidenciado uma estratégia de expansão que não se limita aos recortes da capital.

Do ponto de vista de dados secundários referentes às redes e associação do setor, destaco a pesquisa feita através das redes sociais e a leitura das publicações da *Revista Super Negócios*, publicada pela Asserj (números 1 ao 30). A revista, desde sua 16ª edição, de setembro de 2020, passou a ter uma tiragem mensal, quando também passou a ter conteúdo interativo, com links para vídeos no *Youtube* e áudios. Também se fez uso de *Clipping* a partir do recurso “Google alertas”, com as palavras: “abastecimento alimentar”, “abastecimento de alimentos”, “segurança alimentar” e “supermercado”. Já para coleta de dados relativos ao município estudado, foram utilizadas as pesquisas Classificação Nacional de Atividades Econômica (CNAE), Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), do Instituto Pereira Passos (IPP) e informações sistematizadas e divulgadas pela ABRAS/Nielsen e pela Asserj.

A etapa de visita a unidades físicas foi muito prejudicada devido à conjuntura da pandemia da Covid-19 e à necessidade de isolamento social. Ainda que em nosso caso as atividades dos atores analisados não tenham sido interrompidas, optei por não realizar o campo por precaução de contágio. Assim, as visitas ocorreram algumas em novembro e dezembro de 2021, depois foram interrompidas com um novo aumento no contágio em decorrência da variante Ômicron, a maior parte delas entre março e abril de 2022. Foram realizadas 26 visitas, contemplando-se todas as regiões de planejamento. A visitação permitiu o levantamento de dados muito relevantes, embora a partir de uma metodologia mais qualitativa, pois, devido ao curto tempo para fechamento do trabalho, não foi possível aplicar o instrumento elaborado para levantamento mais preciso de algumas informações. Foram contempladas em visitas todas as redes e todas as RPs.

Embora a realização tardia do campo conforme o planejado tenha impactado a execução da pesquisa, outras estratégias foram se desenhando como forma de minimizar esta ausência. Em tempos de pandemia, houve um número expressivo de produções em redes sociais de supermercadistas e associações do setor, ademais de empresas de consultorias e até mesmo influenciadores e influenciadoras e um *reality show* produzido na plataforma *Youtube* dedicado ao tema. Esse “trabalho de campo remoto” permitiu me aproximar do “objeto” da tese em tempos

de isolamento e muito aprendizado: Acompanhamentos de 30 eventos remotos síncronos das associações e empresas atuantes no setor. Apesar de não ter sido possível a visitação das lojas e a realização de entrevistas, por outro lado o contexto da pandemia levou à realização de diversos eventos remotos – considerados aqui materiais de domínio público –, que permitiram o acesso a informações relevantes sobre os atores e o setor.

Por fim, ainda que com dificuldades de realizar entrevistas com representantes do setor, outras entrevistas foram realizadas; atores foram mapeados e devidamente segmentados entre representações do estado, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada. Foram elaborados questionários semiestruturados para cada um dos três segmentos listados. Ao longo da pesquisa, houve entrevistas de forma remota. Não consegui fazer nenhuma entrevista com representantes de redes. Ao todo, foram sete entrevistas com atores e ativistas do campo agricultura e alimentação, uma com uma empresa de consultoria, uma com representante de uma loja de autosserviço, quatro com representantes de instituições públicas e duas entrevistas com trabalhadoras em lojas de supermercado, uma localizada na AP2 e outra na AP5.

Que elementos orientaram o percurso

A tese está dividida em quatro capítulos, além desta introdução e das considerações finais, cada qual orientado por uma questão de pesquisa específica. A questão geral é como se desenvolvem sócio-espacialmente as redes de supermercado no município do Rio de Janeiro e quais são suas repercussões no tocante ao abastecimento alimentar. Parto da premissa de que as dinâmicas de abastecimento alimentar na cidade do Rio de Janeiro transformaram-se significativamente nas últimas décadas tendo aumentado o papel desempenhado por equipamentos privados de abastecimento, notadamente aqueles do setor supermercadista. Redes tradicionais do município e do estado foram adquiridas por grandes redes ao longo dos anos 1990 e 2000, porém, outras bandeiras regionais e associativistas seguem tendo uma presença significativa no município, sobretudo em regiões que apresentaram recente crescimento populacional.

Desta questão geral se desdobram as quatro questões específicas. A primeira questão específica é como se deu a dinâmica de desenvolvimento do setor supermercadista no Brasil e quais as suas principais transformações e características nestas primeiras duas décadas do século XXI e tendências futuras. O objetivo específico que orienta a resolução desta questão específica é analisar as principais mudanças que levaram o setor supermercadista à conformação atual, com

destaque para os fatores globais e nacionais que se relacionam com o crescimento expressivo do setor e os processos de fusão, aquisição e internacionalização de tradicionais bandeiras ao longo dos anos 1990 e 2000, sobretudo. Há uma significativa produção teórica nesta direção, envolvendo autores internacionais e brasileiros.

Entender as tendências contemporâneas e as especificidades do setor supermercadista envolve: compreender elementos centrais da construção de instrumentos e equipamentos públicos de abastecimento alimentar e a atual situação destas ações; analisar a consolidação da hegemonia e da concentração do setor em poucas redes a nível nacional, bem como levar em consideração a permanência de pequenas e médias empresas, as bandeiras “regionais”. Também se analisará a relação dos supermercados com outros atores estratégicos para o abastecimento alimentar e sua capacidade em orientar determinadas configurações e transformações neste campo. Isto é, como esse setor tem coordenado um campo (ou não) e que fatores permitem que ele atue dessa forma e tenha um determinado nível de influência. Por compreender que essa discussão se ancora no limite em reflexões no tocante a dinâmicas de reprodução do capital, ao final do capítulo foram apresentados alguns apontamentos teóricos que permitem uma reflexão sobre o papel da comercialização (neste caso, de alimentos) nessa dinâmica, atualmente.

Quais são as contribuições para o estudo do varejo alimentar em contextos urbanos no Sul global presentes nas abordagens recentes mais destacadas dos estudos agroalimentares é nossa segunda questão. Em termos teóricos, nossa discussão se ampara no campo dos estudos (agro)alimentares, entendendo que há uma discussão implícita neste campo sobre escalas de análise e de apreensão de um determinado fenômeno. Se, por um lado, abordagens como a teoria dos regimes alimentares aportam instigantes reflexões sobre a economia política presente nas dinâmicas alimentares, por outro invisibilizam particularidades de experiências captáveis quando uma análise privilegia outras escalas de observação. Entre enfoques mais orientados pela escala “global” ou “internacional”, assim como aqueles que optam pela “localização” ou “territorialização” da abordagem, o que se identifica é que, em ambos os casos, o local de produção das grandes referências teóricas de ambos os casos é, em grande medida, outro que seja o Sul global. Pretendo contribuir com um olhar desde o Sul global para estas grandes narrativas, fazendo uso de autores da Geografia Crítica e da Geografia Brasileira, pois entende-se não ser possível captar particularidades dos sistemas alimentares urbanos do Sul global com leituras excessivamente externas a estas realidades.

Como se deu a dinâmica de desenvolvimento de distintos equipamentos públicos e privados de alimentos e quais são hoje os principais atores do setor supermercadista no município do Rio de Janeiro são as questões que orientam nosso terceiro capítulo. Responder-se-á esta questão específica fazendo, inicialmente, uma contextualização histórica dos principais equipamentos de abastecimento público que a cidade já conheceu e dos principais atores do varejo supermercadista do município, desde a chegada dos supermercados na cidade. Aqui, serão elencadas as características centrais das redes que hoje se apresentam no município do Rio de Janeiro e as especificidades do setor em relação a outros contextos nacionalmente verificados, como, por exemplo, a presença significativa dos casos associativistas e o crescimento recente no segmento atacarejo. Utilizar-se-ão dados quantitativos e qualitativos levantados em pesquisa remota e em pesquisa de campo e serão sistematizados e analisados comparativamente dados do Instituto Pereira Passos (IPP), considerando-se as divisões administrativas de Área de Planejamento (AP) e Região Administrativa (RA). O capítulo envolve, também, analisar a manutenção de instrumentos públicos de abastecimento, como as feiras livres, e o surgimento e a consolidação de feiras voltadas para a comercialização de alimentos orgânicos. Existem, hoje, no município do Rio de Janeiro, 160 feiras livres e 22 feiras orgânicas.

Por fim, o último capítulo da tese busca responder como se dão os atuais processos de sócio-espacialização das principais redes supermercadistas no município e que convergências existem com as dinâmicas de segregação e desigualdades sócio-espaciais, alimentares e raciais, características do município do Rio de Janeiro. Neste sentido, convergem as discussões sobre direito alimentação e direito à cidade. A ideia é analisar a dimensão sócio-espacial da distribuição das redes, pensando critérios de comparação para essa abordagem sócio-espacial e acionando, quando devidamente munidos de elementos que assim o permitam, a abordagem territorial. Considera-se a existência de paralelos entre seletividade espacial das empresas supermercadistas e a segregação sócio-espacial com repercussões na forma de comprar alimentos e em desigualdades. Apresentar-se-ão e serão analisados os dados quantitativos e qualitativos sobre a sócio-espacialização das diferentes redes e, para isso, será imprescindível caracterizar o próprio município e suas diferenças “regionais”.

Considerando-se as diferenças e a diversidade de distribuição sócio-espacial das redes, que relações estes elementos têm com especificidades das regiões deste município? É possível identificar relações que possam existir entre desenvolvimento desigual do município, levando em conta indicadores sociais das distintas áreas de planejamento e instrumentos privados de

abastecimento? A inspiração foram os estudos relacionados aos ambientes alimentares e às noções de desertos alimentares, mas aportando na análise a partir de leituras críticas a este conceito.

A forma-conteúdo do trabalho e síntese das considerações finais

A tese está dividida em quatro capítulos, além da apresentação, introdução e das considerações finais. No primeiro capítulo, apresento um panorama sobre o abastecimento alimentar e os supermercados. No segundo capítulo, aponto algumas das principais abordagens teóricas que orientaram minhas reflexões, destacando suas potencialidades e fragilidades para a análise empírica do nosso caso. No terceiro capítulo, aponto dados sobre as principais supermercadistas do município, tanto do passado como da atualidade. No quarto capítulo, mostro a análise da sócio-espacialidade do varejo, especialmente do segmento dos supermercados e implicações para as desigualdades sócio-espaciais e alimentares.

Ao final, listo as considerações finais do trabalho e ratifico a hipótese que foi sendo elaborada e precisada ao longo da pesquisa, de que as redes de supermercados se distribuem sócio-espacialmente na capital fluminense, confluindo com dinâmicas urbanas características da capital de periferização, segregação sócio-espaciais, mas também de favelização e constituição de importantes centralidades em regiões consideradas periféricas. Elas apresentam estratégias territoriais e funções distintas no tocante ao papel que cumprem no abastecimento alimentar da população. A distribuição desigual e diferenciada de equipamentos, sobretudo privados, mas também públicos de abastecimento alimentar, (re)produz desigualdades sócio-espaciais, especialmente no que tange à desigual provisão de alimentos, com impacto para a realização do direito à alimentação adequada e saudável.

Para além de um cenário de deserto alimentar, sugestionado em trabalhos já desenvolvidos (CASTRO JUNIOR, 2018), há uma diversidade de cenários identificados da distribuição do setor, tais como a expansão de atacarejos e de supermercados para localidades mais centrais em áreas periféricas e na sua interação com o varejo informal de alimentos, inclusive de alimentos frescos, ora remetendo a uma função repulsiva deste varejo, ora atrativa. Neste sentido, defendo a ideia de que existe a organização de um supermercadismo carioca, cuja compreensão prescinde que se entendam as dinâmicas sócio-espaciais da capital fluminense.

1 AS “CATEDRAIS DO CONSUMO” E O CONTROLE PRIVADO DO ABASTECIMENTO ALIMENTAR

“Todo mundo gosta de ir ao supermercado”, disse um importante representante do setor supermercadista, em um dos eventos remotos realizados por associações e empresas do setor supermercadista que pude assistir, ao longo da pandemia da Covid-19. Essa frase ficou ressonando um tempo na minha cabeça. É verdade que valeria uma correção: não sei se todos gostam de ir ao supermercado, mas, de fato, quase todo mundo o frequenta. Afinal, ele é, hoje, um local de experiência de consumo (sobretudo de alimentos, embora não se restrinja a eles) da ampla maioria da população, especialmente nas cidades e nos grandes centros urbanos. Excetuando-se o contexto da pandemia da Covid-19, quantas vezes na semana se costuma ir ao supermercado?

Mesmo sendo uma prática cotidiana, pouco se parou para refletir sobre ela enquanto questão social. Os supermercados surgem num determinado tempo-espço e, ainda que a frase proferida remeta a uma situação harmoniosa e ausente de conflitos entre este equipamento de varejo e a população, os noticiários – do presente e do passado – mostram algo diferente. Em pesquisa histórica na Hemeroteca Digital, da Biblioteca Nacional, que permitiu conhecer mais sobre cadeias de supermercado cariocas hoje inexistentes, é evidente que, especialmente nos anos 1980, a população brasileira viveu um certo “clima de guerra” com os supermercados, com ondas de saque em várias localidades do país. À época, a estratégia de fixação de preços em função do plano cruzado levou à prisão donos e funcionários acusados de precificação irregular dos produtos (ABRAS, 2002, p.119).

São igualmente inúmeros os relatos de violência no chão dos supermercados e em seu entorno. Alguns exemplos são: uma série de saques a supermercados, em 1962, envolvendo, dentre outras, as redes Sendas e Casas da Banha, que evidenciavam a insatisfação com a situação econômica do país (ABRAS, 2002, p.103); uma chacina ocorrida numa loja dos supermercados Peg-Pag, no bairro da Gávea, Rio de Janeiro (ROMANO, 2015); o espancamento de uma moça grávida após comer um pedaço de queijo (JORNAL DO BRASIL, 1986b, p. 30) e a agressão a um menino que chegou a ter traumatismo craniano por comer uma maçã (JORNAL DO BRASIL, 1981, p.15). Afinal, o supermercado, tão entranhado no cotidiano social, é também um lugar de viver e ver a reprodução de contradições presentes na sociedade.

Se são diversas as transformações verificadas na história do supermercadismo brasileiro, conforme se verá, este cenário descrito mantém-se atual. Especialmente nos últimos dois anos de realização deste trabalho, 2020 e 2021, os supermercados aparecem de forma recorrente nas notícias e capas de jornais impressos e eletrônicos. Com o recrudescimento da insegurança alimentar e da fome, é notório o aumento de casos de furtos de alimentos, o que desde já anuncia que a presença de alimentos em gôndolas do supermercado não é sinônimo de população alimentada. Alguns destes casos acabaram ganhando maior notoriedade por seus desfechos violentos, como: o caso de um furto num atacarejo em Salvador, no estado da Bahia, que acabou com dois homens negros assassinados em abril de 2021 (OBSERVATÓRIO DO TERCEIRO SETOR, 2021); a brutal morte de um senhor negro no bairro Passo D'Areia, em Porto Alegre, em novembro de 2020, e um caso numa loja da rede Assai, em Limeira, São Paulo, em agosto de 2020, onde um homem negro foi obrigado a ficar de cuecas para provar que não havia furtado nenhum item do mercado.

Nada disso, porém, é novidade. Uma reportagem de 1984 evidenciava, em seu título, a contradição existente entre fome, de um lado, e alimentos à venda, de outro: “Fome leva mais de 200 a saquear supermercados” (TRIBUNA DA IMPRENSA, 1984, p. 5), narra o terceiro saque em oito dias ocorrido numa loja dos Supermercados Leão, no bairro Vila Kennedy, município do Rio de Janeiro. Embora a pandemia da Covid-19 tenha recrudescido o cenário da insegurança alimentar no Brasil, antes dela outros casos vinham sendo noticiados. Um caso no Supermercado Extra, na Barra da Tijuca, município do Rio de Janeiro, onde um segurança matou um cliente por suposta suspeita de furto, é um exemplo.

Feita essa importante menção de que embora seja um “modelo tipo exportação” aqui também é palco de algo constituinte da sociedade brasileira – a violência, especialmente contra a população negra –, cabe aqui compartilhar algumas definições sobre o que é um supermercado, a partir de bibliografias estruturantes desse trabalho. Para a geógrafa Pintaudi (1981, p. 50), “[...] os supermercados são superfícies comerciais que concentram territorialmente e financeiramente o capital, possibilitando às pessoas encontrarem, num mesmo local, um grande conjunto de mercadorias disponíveis para seu abastecimento, não sendo necessário ir a vários pontos da cidade para compra de produtos”. Já Maluf (1988, p. 284) define os supermercados como “[...] um equipamento de varejo que corporificam o capital comercial localizado na última etapa da circulação das mercadorias que é sua realização no consumo final [...]”. Amparado na

perspectiva da economia política, Maluf compreende o supermercado não como uma atividade de intermediação comercial, mas sim como uma última etapa de circulação das mercadorias.

Tendo sido gestado nos Estados Unidos, os supermercados viram na América Latina e no leste e sudeste asiáticos um mercado em ascensão (REARDON *et al.*, 2005). A nível global, a segunda metade do século XX caracteriza-se pelo domínio de grandes empresas nos diversos ramos do sistema agroalimentar. Esse domínio passou a ser marcado pela concentração e centralização de capital, ou seja, pelo crescimento do volume do capital através da união de vários capitais num só, ou na absorção de um pelo outro, como a fusão de empresas e a constituição de sociedades anônimas. Fusões também ocorreram não apenas com empresas do varejo em si, como também envolveram empresas de funções vinculadas à dinâmica do sistema agroalimentar.

Os supermercados podem ser analisados a partir de várias “portas de entradas”, lentes de análise. Dentre os trabalhos de tese e dissertações identificados ao longo da revisão bibliográfica, predominam estudos na área de administração, economia e áreas afins, que os enxergam como firmas (*firm-centric literature*) e têm o objetivo de apontar estratégias, tais como de redução de desperdício, aumento no faturamento, dentre outros. Aqui, olham-se os supermercados com o objetivo de entender o que eles informam sobre a dinâmica de abastecimento alimentar em um determinado recorte geográfico e que repercussões sócio-espaciais eles possuem.

Esse primeiro capítulo está subdividido em cinco partes. Como se está falando do varejo de uma mercadoria especial, dos alimentos, antes de entrar no assunto específico dos supermercados, do seu surgimento, da sua chegada e consolidação no Brasil e dos principais temas levantados pelo setor na contemporaneidade, trago elementos constitutivos do abastecimento alimentar e de políticas alimentares no Brasil. Na sequência, apresento a origem do autosserviço, especialmente no Brasil, a partir de uma revisão bibliográfica que considera os principais autores dedicados a este tema: Cyrillo (1987), que desenha o perfil dos supermercados no Brasil até os anos 1980 e olha para o varejo de alimentos e para os preços praticados; Pintaudi (1981; 1988), que olha o tema desde uma perspectiva da geografia; Monteiro *et al.* (2012) e Farina *et al.* (2005), que analisam a questão da formação de preço e reforçam a ideia do oligopólio em franja; uma série de documentos elaborados pelo BNDES no final dos anos 1990 e no início dos anos 2000, tais como os assinados por Saab e Gimenez (2000); Reardon *et al.* (2004; 2005; 2007), autores que na literatura internacional são referência sobre a expansão dos supermercados no países em desenvolvimento, e Chiodo (2010), autor argentino que analisa estruturas de abastecimento e expansão dos supermercados em alguns países latino-americanos. Outros

trabalhos que foram importantes aqui são: Maluf (1988), Belik (1999), Flexor (2014), Amin e Aguiar (2006), Coe (2004) Coe e Wrigley (2007) e algumas dissertações e teses referentes ao tema, tais como de Cleps (2005), Wilder (2003) e Leda (2017).

A terceira parte desse capítulo apresenta as principais transformações no segmento supermercadista nos últimos 20 anos e recentes transformações digitais. As fontes principais foram documentos de representantes do setor, notadamente da Abras e da Asserj, além de outros referenciais teóricos. A quarta parte do capítulo busca apresentar os principais aspectos que envolvem a relação dos atores supermercadistas com outros da cadeia do abastecimento de alimentos, tais como: a indústria da alimentação; os produtores de frutas, legumes e verduras (FLVs); as empresas de logística e distribuição e o próprio consumidor, apontando tendências e eventuais conflitos nessas relações. Novamente, foram utilizados materiais das associações assim como um conjunto de atividades remotas divulgadas em redes sociais, tanto das associações como das empresas do setor, como as empresas de consultoria.

Por fim, após todo esse recorrido, destacam-se, no quinto e último item do trabalho, alguns elementos teóricos sobre comercialização de alimentos e estruturas em oligopólio e reprodução do capital que ajudam a compreender os movimentos sistematizados nos itens prévios, à luz das dinâmicas e dos processos de (re)produção do capital. O tema da circulação não figura como principais tendências de pesquisa no campo da economia política contemporânea, o que foi um desafio na condução da análise. Uma lacuna identificada e que se acredita ser preciso que se acumule mais diz respeito à relação desses processos com as dinâmicas de reprodução do capital. Chamo a atenção para este ponto especialmente em se tratando da capital fluminense, onde o capital comercial tem papel importante, econômico e político, também, fazendo-se representar na política institucional. Nesse sentido, entender mais destes processos contribui na análise das forças políticas econômicas do município analisado.

Para além da descrição analítica, a intenção, neste capítulo, é começar a estabelecer relações entre essa reconstrução histórica – que chega até os dias atuais – sobre os supermercados com alguns dos distintos enfoques existentes hoje nos estudos agroalimentares. Essa é uma forma de apreender o que acontece no varejo alimentar, especialmente no formato supermercado. O varejo de alimentos vem transformando os sistemas alimentares, antes e depois dele. É importante ressaltar a complexidade deste tema, que tem desdobramentos sob vários pontos de vistas e campos técnico e do conhecimento.

1.1 O desafio do abastecimento alimentar na formação sócio-espacial brasileira

Um texto que tome para si a tarefa de estudar o tema do abastecimento alimentar deve, quase obrigatoriamente, ter como ponto de partida os trabalhos de Linhares (1979) e Linhares e Silva (1979). Estes autores relatam, em uma retrospectiva histórica, diversas situações que a população brasileira viveu, como crises de abastecimento com picos de carestia e alta de preços nos alimentos que compunham a mesa da população brasileira. Decerto, a conformação histórico-geográfica brasileira, que tem como um dos principais traços a sua função, periférica e colonial, de exportadora de bens agrícolas e minerais, traz elementos importantes para se analisar as dinâmicas de abastecimento interno, bem como o lugar do Brasil na produção e circulação de alimentos em nível internacional. Para Linhares (1979, p. 22), mesmo a produção agrícola voltada para o mercado doméstico esteve sempre subordinada aos interesses da produção de base exportadora. Ao definir a noção de abastecimento, Linhares e Silva (1979) afirmam que:

Negamo-nos a aceitar uma conceituação que circunscreva a questão aos quadros dos canais de comercialização, ou seja, como fazer chegar determinados gêneros a uma certa clientela. [...] Uma história do abastecimento a partir de um quadro limitado como este não chegaria nunca ao âmago da questão. [...] Acreditamos que as crises não são meras obstruções nos “canais” de abastecimento. Tal termo, ao nosso ver, engloba um fenômeno muito mais amplo, envolvendo questões como a produção (o que se produz? onde? para que mercado?), a circulação – englobando aí transporte, comercialização e armazenagem – e o consumo (e, é claro, envolvendo a questão da distribuição/centralização da renda, pois, se em determinados momentos desaparecem certos produtos indispensáveis, na maioria dos casos existem gêneros, o que falta é dinheiro) (LINHARES; SILVA, 1979, p.17-18).

A questão do abastecimento alimentar e da disponibilidade de alimentos constituiu, assim, um grande desafio no que veio a se tornar o Brasil. Desde muito cedo, o processo de colonização estabeleceu uma estrutura de comercialização que não favorecia o desenvolvimento de pequenos produtores, visto que a estrutura de intermediação foi se reproduzindo no circuito espacial da produção e do consumo de bens agrícolas: “[...] nada favoreceu o desenvolvimento de uma atividade agropastoril estável e diversificada, abundante e acessível à população”, afirma a autora (LINHARES, 1979, p. 42). Como desdobramento, a história do abastecimento é permeada de crises. Dentre muitas delas, a primeira que se tem registro ocorreu em 1870, sem que houvesse uma intervenção do estado (MENEZES *et al.*, 2015, p. 24).

Nessa ocasião, assim como em outras, havia um *trade off* entre o estado adotar políticas de valorização da exportação ou de valorização da produção para consumo interno. Com a intensificação dos processos de urbanização e industrialização, cresciam os desacordos no

tocante ao tema do abastecimento, já que, por um lado, interessava a setores ligados à indústria que os alimentos se tornassem mais baratos, enquanto para as oligarquias rurais a prioridade deveria ser políticas econômicas e cambiais que favorecessem a exportação dos gêneros alimentícios³. Dentre as várias funções importantes que cumprem os textos de Linhares (1979) e Linhares e Silva (1979), salienta-se a de localizar a temática dos alimentos como um problema de economia política, no sentido de apresentar os antagonismos entre classes e setores da sociedade e as diferentes ações e intervenções do estado através do tempo. É uma história política e social que envolve aspectos histórico-estruturais, muito longe de ser apenas uma história sobre técnicas de comercialização onde as soluções para os problemas adotem uma postura “meramente setorial” (LINHARES, 1979, p. 24).

Becker (1966), em um texto que serviu de referência para construir essa geografia e história do abastecimento no Rio de Janeiro, classifica o abastecimento, como “[...] um complexo sistema de relações que se estabelecem entre a produção, o armazenamento, o transporte, a comercialização e o consumo de alimentos” (BECKER, 1966, p. 33). Sua definição, apesar de insuficiente, considerando-se o debate e as definições atuais (por exemplo, a autora coloca principalmente a dimensão da disponibilidade, sem considerar o acesso, como um grande desafio desse sistema), chamou a atenção por já apresentar elementos centrais nas abordagens atuais: compreender o abastecimento alimentar como um conjunto diverso de atividades que mediam a produção e o consumo de alimentos, assim como incorporar à análise a ideia de sistema – estrutura dinâmica na qual a eventual alteração em um dos seus componentes reverbera nos demais. Segundo a autora, caberia a esse sistema ajustar as diversas condições que existem em seus dois extremos, fazendo explícita referência ao fato de a produção de alimentos ter, em muitos casos, caráter cíclico e concentrada em curtos períodos, enquanto o consumo é uma demanda contínua e diária da população. Para sua realização, é preciso que os alimentos tenham preços acessíveis de acordo com a renda da população (BECKER, 1966, p. 33-34), e sua definição também inclui a questão do preço e dos hábitos alimentares.

Nierdele e Wezs Júnior (2018) provocam a pensar sobre o lugar do abastecimento interno na historiografia brasileira que, para os autores, enfatiza de forma desproporcional a dimensão da exportação e da divisão internacional do trabalho. Ressaltam que, em certa medida, essa ênfase justifica-se pelo recorte que privilegia o macro e o entendimento da inserção brasileira nas

³ Este tensionamento também se refletia na prioridade que se dava para o uso de equipamentos de estocagem (BECKER, 1966, p.145).

relações capitalistas, invisibilizando outras formas para além da dinâmica “maior”. Uma leitura existente e que se relaciona com este apontamento é a crítica na historiografia à lógica da sucessão de grandes ciclos (açúcar, ouro, café), que acaba por não valorizar outros aspectos socioeconômicos que ocorriam no cotidiano do Brasil colônia, como se o intervalo entre os “ciclos” fosse uma “experiência de vazio” (LENHARO, 1993, p. 27). Embora de extrema relevância por jogar luz a essa relação de exploração e espoliação e suas negativas heranças, esta é uma abordagem que invisibilizou eventualmente outras existências. Se, por um lado, Linhares (1996) muitas vezes analisa o modelo exportador como um fator de determinação, por outro também destaca, em momentos de sua obra, esta diversidade de outras produções de alimentos:

É errôneo pensar que o Brasil viveu de açúcar, nada mais do que açúcar, nos primeiros séculos, e, depois, no século XIX, até a ruptura de 1930, de um segundo “produto-rei”, o café. Estatísticas recentes revelam a predominância extraordinária, ainda hoje, da mandioca, velho e tradicional cultivo das primeiras populações indígenas, da bacia amazônica, o milho pré-colombiano, que correspondia às regiões em contacto com as vertentes pré-andinas, e, finalmente, a batata-doce, cujo grande núcleo de dispersão parece ter sido a região do Brasil central. São todos produtos majoritariamente produzidos no Brasil, de forma recorrente, parte fundamental da agricultura indígena pré-colombiana, incorporada aos hábitos alimentares dos novos habitantes europeus e africanos (LINHARES, 1996, p. 4).

Tanto Linhares (1979) como Lenharo (1993) incorporam em sua análise a produção de subsistência e dinamização de mercados internos. Nesta direção, Lenharo (1993), ao analisar o lugar desse segmento na composição da burguesia nacional, vai afirmar a existência de grupos de empresários comerciais locais, vinculados ao comércio de gêneros e animais. Estes grupos localizam-se justamente no sul de Minas, como reflexo da expansão da mineração e, segundo o autor, atores do setor mercantil chegaram, em decorrência da acumulação de capitais, a ampliar seus negócios para a aquisição de terras, se dedicando a atividades produtivas, como ao açúcar e ao café (LENHARO, 1993, p. 27).

Tem-se, assim, um desafio de cuidadosamente destacar o papel que cumpriu e cumpre, ainda hoje, na história política, econômica e social do abastecimento, a grande “lavoura para exportação” – hoje, o que seria o agronegócio –, sem perder de vista e pôr no esquecimento uma “história que a história não conta” da produção de alimentos cujo destino é o consumo local e que remete às práticas alimentares locais e regionais ainda hoje existentes. Compreende-se que, se, por um lado, esta leitura – das grandes lavouras – não dá conta de compreender a diversidade de modos de produção que poderia existir, segue sendo chave, pois tem força explicativa da

configuração predominante, ainda que não a única. Da mesma forma, entender o papel agrário-exportador que se cumpre ajuda a entender a forma dispersa em que a produção de alimentos em escala ocorria e questões cruciais ainda hoje, como a fome. Isso tem impacto no abastecimento, tanto pela questão da disponibilidade (circuitos longos mais sujeitos a imprevistos, irrupções) como do acesso e do preço. Castro (2005) relaciona, por exemplo, a atividade canavieira com a situação de fome em localidades da região Nordeste. Desse modelo resultou que esta produção ainda hoje dispõe de muito menos terras, menos recursos (públicos, inclusive) e muitos desafios para o acesso a mercados. Qualquer semelhança com os desafios do presente não é mera coincidência!

1.1.1 Políticas de abastecimento, instrumentos⁴ reguladores e as centrais de abastecimento

Mais recentemente, o trabalho de Menezes, Porto e Grisa (2015) também contribuiu para a construção dessa historiografia do abastecimento alimentar no Brasil, incluindo análises sobre as políticas alimentares contemporâneas. Estes autores dividem as políticas de abastecimento alimentar em quatro períodos: entre 1889 até 1930; dos anos 1930 até o golpe de 1964; um que compreende as políticas exercidas pelo regime militar que perduram até 1985 e, por fim, um período que compreende da redemocratização aos dias atuais. Remontando aos anos finais do século XIX, é crescente a importância dada à temática do abastecimento em função da urbanização e industrialização em andamento. Novas políticas foram gestadas no sentido de garantir o abastecimento alimentar dessa população. Porém, a importância dada ao café na agenda político-econômica relegava para segundo plano os problemas de produção e abastecimento internos. Prevaleceu-se, neste período da história, uma postura liberal no tocante à pauta do abastecimento, com a ocorrência de diversas crises de carestia e manifestações por parte da sociedade.

Um exemplo de ação para minimizar essas crises foi a criação do Comissariado de Alimentação Pública, em 1918, para regular preços e estoques. O órgão – primeiro constituído pelo Estado para intervir no abastecimento alimentar – regulava, por exemplo, o valor máximo para a comercialização no varejo de alimentos considerados de primeira necessidade. Houve um momento também em que a estratégia adotada foi de aumentar a emissão de moedas, o que

⁴ Instrumento aqui entendido como instrumento da política pública.

causou, porém, aumento da inflação. Ao mesmo tempo, a exportação do café permanecia como pauta prioritária até os anos 1929-1930, quando ocorreu, no plano internacional, a crise de 1929, e, no plano doméstico, a Revolução de 1930 e o fim da chamada Política do Café com Leite (MENEZES; PORTO; GRISA, 2015, p. 27).

Já no período que compreende os anos de 1930 até 1964, que se caracteriza por um processo de intensa urbanização e industrialização, houve a criação, no Governo Getúlio Vargas, do Serviço de Alimentação da Previdência Social (SAPS), do Programa de Garantia de Preços Mínimos (PGPM) e de Comissões e Conselhos para tratar do tema do abastecimento. Ademais dessas ações por parte do Estado, este período se caracteriza pelo desenvolvimento de diversas atividades em escala mais local, voltadas para a comercialização que foram fundamentais na garantia do abastecimento, tais como: ambulantes, feiras, quitandas, empórios, mercearias e mercados municipais, já existentes nesse período nas principais cidades brasileiras (LEDA, 2017, p. 21-22). Fatores como o expressivo êxodo rural e a Segunda Guerra Mundial impactaram negativamente a provisão de alimentos. Outra política relevante, criada no governo João Goulart, é a Superintendência Nacional de Abastecimento (SUNAB), de 1962 (LAVINAS; NABUCO, 1992, p. 21).

No contexto do regime militar, há uma controversa coexistência de políticas de fortalecimento do papel do Estado com políticas de livre mercado (MENEZES; PORTO; GRISA, 2015, p.12)⁵. O estado passou a ter uma intervenção mais direta, atuando não apenas na questão do preço e do estoque, como também na oferta de alimentos nos mercados atacadista e varejista (BELIK, 2000, p.135). Criada pelo governo que antecede o Golpe Militar, a Sunab, ao longo da década de 1980, foi constantemente citada em notícias de jornais que abordaram o tema do preço dos alimentos, naquele contexto de crise. O órgão teve uma atuação importante no controle dos preços, através do Conselho Interministerial de Preços (CIP), criado em 1968: uma estratégia de controle de preços praticados pelo mercado⁶.

⁵ Outro elemento característico deste momento, analisado pelos autores, é a chegada e consolidação de um modelo agrário-exportador baseado na revolução verde e na modernização conservadora.

⁶ Antes do CIP, a primeira vez que houve controle de preços de forma institucionalizada fora entre 1965 e 1967, quando foi criado um sistema de controle voluntário através da Comissão Nacional de Estímulo à Estabilização de Preços (Conep). Uma reportagem do Jornal do Brasil, de 1985, afirma que, “Em maio de 1966, o Governo verificou que o controle voluntário não funcionava, mesmo com os estímulos, e resolveu penalizar as empresas que praticavam aumentos de preços muito acima das projeções [...]. A experiência resultou na implantação do controle compulsório, através da criação do Conselho Interministerial de Preços (CIP) em 29 de agosto de 1968” (JORNAL DO BRASIL, 1985b, p. 22).

Um dos instrumentos de atuação da Sunab fora a Campanha em Defesa da Economia Popular (Cadep), uma política que objetivava regular a oferta e a procura pelo acompanhamento dos problemas junto aos comerciantes e tinha como suposto manter uma lista de preços mensal, fixada previamente. Os varejistas poderiam se alinhar a esta campanha. Uma reportagem publicada no Correio da Manhã, em 1967, apresentou uma lista com 191 empreendimentos aderindo ao “Preços Cadep” (CORREIO DA MANHÃ, 1967, p. 5). Já segundo outro texto, de 1969, dois anos depois (PEIXOTO, 1969, p. 25), 95 estabelecimentos do Rio⁷ eram filiados à política (o que representava, à época, 60% do comércio varejista de alimentos, segundo a reportagem). Como contrapartida, os filiados faziam uso da Companhia Brasileira de Armazenamento (Cibrazem) e elaborava-se, mensalmente, uma lista de preços com 36 artigos básicos. Abras (2002, p.109) também cita que, em 1970, a Cadep, junto à associação, criou a campanha “Seja amiga de você mesma, compre em supermercado”. Neste mesmo ano, a Secretaria Municipal de Abastecimento de São Paulo proibira a venda de produtos de mercearia em feiras da zona central da cidade, fato que chamou bastante atenção. Já pelo lado da produção, havia a política de preços mínimos, definida pela Conab.

Foi também nos anos 1970 que se iniciou a implementação de um modelo institucional de centrais de abastecimento, o Sistema Nacional e Centrais de Abastecimento (Sinac). Sua proposta era estabelecer uma rede entre unidades atacadistas regionais para servir como ponto de referência aos negócios entre produtores e distribuidores. No âmbito da Sinac, foram implantadas, em articulação com estados e municípios, 22 empresas denominadas de Centrais de Abastecimento, 47 entrepostos e mercados expedidores e 158 equipamentos varejistas nos principais centros urbanos do país (CUNHA; BELIK, 2015, p. 220-221). O Sinac foi coordenado pela Cia. Brasileira de Alimentação (Cobal) e vigente entre 1972 e 1988. Retornar-se-á o tema das Ceasas mais adiante. Ainda nos anos 1970, 1974 é a data de criação do Conselho Nacional de Abastecimento, cuja sigla era Conab (LAVINAS; NABUCO, 1992, p. 22; MENEZES et al., 2015, p.65). À Sunab, caberia o papel fiscalização, e à Conab a intervenção nas dinâmicas de abastecimento (Ceasas, crédito rural, produção agrícola, dentre outros).

A década seguinte, os anos 1980, período da redemocratização, foi marcada por uma grave crise econômica e expressiva inflação. A partir desta década, também foram surgindo

⁷ Embora não fique explícito na reportagem, considera-se que a matéria fala do município visto à época ainda existir o estado da Guanabara.

outros programas de abastecimento popular (PELIANO, 2001). A atuação da Sunab frente ao varejo aparece diversas vezes nos jornais da década de 1980. Uma reportagem de domingo, do Jornal do Brasil, em 1985, explica em detalhes como se davam o controle dos preços e o desafio especial de controlar os produtos agrícolas:

A lista CIP/Sunab funciona da seguinte forma: o Governo fixou margens máximas de lucro que os supermercados podem ter com cada um dos 41 produtos. Desde que esse máximo seja respeitado, os supermercados podem reajustar os preços, para compensar os aumentos de custos que tiveram. A Sunab pesquisa diariamente os preços e, sempre que detecta algum aumento excessivo, convida o supermercado a explicar qual foi o aumento de custo. Se a resposta não for satisfatória e a Sunab concluir que, na verdade, o supermercado aumentou sua margem de lucro para além do permitido, obriga-o a voltar atrás. [...]. Depois que o CIP apertou as amarras das indústrias e a Sunab passou a vigiar de perto as etiquetadoras dos supermercados, os preços dos produtos industrializados estabilizaram-se e, e alguns casos, até baixaram. Mas na área dos produtos agrícolas, onde os mecanismos do Governo para controlar preços não chegam, a corrida dos aumentos não tem obstáculos. Nos últimos 40 dias, os hortigranjeiros dispararam, apesar de estarem em épocas de safra com bons valores de produção (JORNAL DO BRASIL, 1985b, p. 22).

Foi também nessa década que se iniciou o desmonte do Sinac. O abandono de outras construções no campo da política agrícola que também ocorreram nesta época. Durante a década de 1990, época das privatizações, essas centrais de abastecimento passaram, em sua maioria, para a responsabilidade dos estados e municípios, e assim permanecem até os dias de hoje, com exceção da central de São Paulo (Ceagesp) e a de Minas Gerais (Ceara Minas), que continuam federalizadas (CONAB, 2017, p. 9). Em 2018, eram 74 Ceasas, das quais 22 em capitais, comercializando uma quantidade estimada de 16,8 milhões de toneladas (mi/t), movimentando cerca de R\$ 36 bilhões (BELIK, 2020, p. 46).

Os anos 1990 foram marcados pela liberalização e privatização também no campo do abastecimento alimentar (BELIK; MALUF, 2000). Foi também um momento marcado pela mobilização da sociedade civil no combate à fome. Exemplos desse desmonte são a eliminação de estoques e a fusão de várias companhias, como a Cobal e a Cibrazem, na CNA, futura Conab, à época vinculada ao Ministério da Economia e depois ao Ministério da Agricultura (reforçando, num certo sentido, a visão de abastecimento alimentar sob apenas a ótica da agricultura) (LAVINAS; MALUF, 1992). O controle das altas taxas de inflação que marcaram sobretudo a década anterior trouxe uma profunda mudança nos anos 1990, inclusive para as dinâmicas relativas ao abastecimento alimentar e ao consumo das famílias. Atualmente, no geral, a maior parte destes equipamentos tem como função a comercialização de alimentos de outras regiões para subsequente distribuição destes itens na localidade em que opera, deixando de se

constituírem como atores que executam políticas públicas voltadas para o abastecimento. Isto se diferencia de períodos pretéritos, segundo Cunha e Belik (2012a, p.47), pois o Sinac também exercia outras funções que remetem à ideia de regulação, como o estabelecimento de padrões e normas técnicas, como no caso de embalagens e técnicas de produção.

1.1.2 A discussão contemporânea sobre políticas públicas de abastecimento alimentar

Uma definição mais recente do conceito de abastecimento alimentar aparece em Maluf (2017). Nesta, questões como restrições no acesso a alimentos em função da renda, especialmente para o caso da alimentação adequada e saudável, são destacadas. Assim, abastecimento alimentar:

[...] engloba o conjunto diverso e complexo de atividades (e agentes) que medeia o acesso aos alimentos e sua produção, o que vai muito além da mera disponibilidade de bens na medida em que participa da própria determinação dos modos como se dão tanto o acesso/consumo quanto a produção/distribuição desses bens. Nesses termos, trata-se de questões de abastecimento o fato de ainda convivermos com restrições no acesso contínuo e não custoso aos alimentos pelas populações de menor renda e grupos mais vulneráveis, bem como no acesso a uma alimentação adequada e saudável pelo conjunto da população. [...]. Acrescentem-se os fatores que transcendem o âmbito nacional, a saber, os papéis do comércio internacional e das grandes corporações num sistema alimentar globalizado, bem como as crises alimentares periódicas e cada vez mais sistêmicas, como é o caso da mais recente delas, deflagrada em 2006/7 (MALUF, 2017, p.179).

Nas décadas mais recentes, especialmente a partir da eleição do Partido do Trabalhadores (PT) para o governo federal, em 2003, avanços significativos no tocante às políticas públicas relativas à Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) foram verificados: políticas em favor da agricultura familiar e da produção de alimentos para o consumo doméstico; políticas de combate à fome e transferência direta, como o Fome Zero e o Brasil sem Miséria, e políticas institucionais de compras públicas, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Houve também a reativação e construção de espaços de participação da sociedade civil no tocante a esta agenda, como o caso do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea) e outros conselhos de participação social e popular bem como a constituição de uma Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (Caisan) (MENEZES; PORTO; GRISA, 2015, p. 75-87).

Em que pese os inúmeros avanços, é importante notar que algumas das demandas enfrentaram entraves, como, por exemplo, uma proposta que chegou a ser esboçada de Política Nacional de Abastecimento Alimentar. Esta foi uma das demandas resultantes da 2ª Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, ocorrida em 2004, no tocante ao acesso aos alimentos. Segundo o relatório da conferência, uma das propostas prioritárias aprovadas em plenária para o tema do abastecimento fora a de:

[...] incentivar e institucionalizar a criação de órgãos de abastecimento locais e regionais, em parceria com a sociedade civil organizada, levando em conta a intersetorialidade para: a) Oferecer assistência técnica para planejar o escoamento e a comercialização agrícola. b) Ampliar, garantir recursos e agilizar a operacionalização dos programas governamentais para a aquisição dos produtos dos agricultores familiares urbanos e rurais. c) Estabelecer políticas estáveis de estoques, no abastecimento de produtos alimentares básicos para proporcionar a regulação de ofertas, demandas e preços, garantindo a SAN (BRASIL, 2004, p.16).

No ano seguinte, em 2005, o Consea enviou à Presidência da República um documento intitulado “Recomendações para uma Política Nacional de Abastecimento Alimentar”. No documento, seria um objetivo da política de abastecimento “[...] ampliar o acesso dos diversos segmentos da população a alimentos de qualidade e promover uma alimentação adequada e saudável e a diversidade de hábitos alimentares, em simultâneo à valorização das formas socialmente equitativas e ambientalmente sustentáveis de produção e comercialização de alimentos [...]” (CONSEA, 2005, p.1). Populações pobres de regiões metropolitanas seriam um dos segmentos prioritários dessa política. Este documento fala também da necessidade de se retomar o papel do estado neste campo, cabendo a ele a “[...] regulação de um sistema nacional de abastecimento [...] se impondo como **instância organizadora e reguladora das funções de abastecimento**” (grifo nosso). A regulação estatal entraria em cena em casos como oscilação artificial nos preços dos alimentos ou concentração na oferta de gêneros de primeira necessidade. Caberia também ao Estado o papel de aproximação entre produção e consumo, especialmente quando se tratando da agricultura familiar e de promoção de “sistemas públicos descentralizados constituídos de equipamentos públicos articulados e com capacidade de atuar no complexo dos sistemas agroalimentares locais e regionais” (CONSEA, 2005, p. 8). Por fim, o documento também menciona o papel importante de estados na implantação e revitalização de equipamentos como feiras e mercados populares.

Alguns dos desafios que aparecem na segunda conferência e são reforçados neste documento se referem à necessidade de uma regulação pública dos mercados de alimentos, bem

como da construção de um modelo socialmente justo, como, por exemplo, investimento público para o fortalecimento dos pequenos e médios empreendimentos rurais e urbanos que pudessem inibir e frear a concentração de mercado e a instalação de grandes lojas em perímetro urbano. Fala-se também sobre a recriação e revitalização de espaços e equipamentos públicos de comercialização direta da produção. Um dos resultados concretos que saiu desses documentos e discussão foi o Programa Brasileiro de Modernização do Mercado de Hortigranjeiro (Prohort), instituído em 2005⁸. O programa tinha como finalidade contribuir para o desenvolvimento e a modernização do setor hortigranjeiro nacional. Assim, proporcionaria maior interação entre os diversos agentes governamentais envolvidos e os integrantes da cadeia de produção e distribuição, além de buscar a melhoria e a ampliação das funções dos mercados atacadistas, reforçando o papel das Ceasas como plataforma-chave de abastecimento. Também previa a criação de sistemas de informações que permitissem a geração de dados sobre a comercialização dos produtos (CUNHA; BELIK, 2015).

Analisando-se as Exposições de Motivo (EM), documentos oficiais emitidos pelo Consea, o tema do abastecimento alimentar retornou à pauta deste Conselho em 2012, como resultado de uma atividade de plenária. O documento, que propôs um desenho do que seria uma Política Nacional de Abastecimento Alimentar (PNAA), tomou como base um material prévio de proposição da referida política elaborado pela Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (CAISAN)⁹. Neste documento, o Consea propõe uma visão de abastecimento:

[...] não como simples questão de armazenagem, transporte e distribuição atacadista e varejista, mas como um *sistema integrado que se estende da produção ao consumo no qual o Estado e a sociedade civil figuram enquanto atores relevantes*. Nesses termos, a PNAA tem como campos de atuação tanto os alimentos (disponibilidade e acessibilidade de bens) quanto a alimentação (modos de apropriação dos bens pela população), englobando ações de caráter geral relacionadas com o comércio de alimentos e os serviços de alimentação, bem como ações dirigidas a grupos populacionais específicos, todas coordenadas com programas voltados para a produção equitativa e sustentável dos alimentos (CONSEA, 2012, p. 2).

À época, fora enviado um projeto de lei elaborado pela Caisan para análise da Casa Civil, e a expectativa era de que, uma vez aprovada a lei, seria elaborado um plano nacional de abastecimento. Este documento também continha sugestões das centrais de abastecimento

⁸ Pela Portaria 171, de 29 de março de 2005.

⁹ Criada pelo Decreto 6.273, de 23 de novembro de 2007.

brasileiras ao Plano Nacional de Abastecimento¹⁰. Nele, estaria previsto o fortalecimento da Conab, das Ceasas e de programas, como o PAA e PNAE. Uma de suas orientações refere-se ao varejo de alimentos e aponta como necessário o enfrentamento da:

[...] concentração de mercado que atinge o varejo e o setor de insumos, a qual tem possibilitado a um número reduzido de corporações exercerem pressões sobre o ganho dos produtores e sobre os preços de alimentos. Nesse processo, fortalecer as feiras, com destaque para as feiras agroecológicas, e mercados públicos como peças fundamentais de uma estratégia de abastecimento desconcentrada e inclusiva, além de incluir as feiras entre os Equipamentos Públicos de Segurança Alimentar (CONSEA, 2012, p. 4).

É importante destacar que os documentos fazem seguidas referências a noções como a de regulação, instrumentos e mecanismos para tal, além de citar a questão da concentração de mercado e, inclusive, a palavra “corporações”. Notadamente, estas referências expressam a visão de um campo da sociedade civil presente nesses conselhos, alinhados com uma das narrativas teóricas que será vista adiante. Embora tragam exemplos concretos do que caberia a este poder regulatório, é ausente uma definição mais conceitual de algumas destas expressões utilizadas, como as de “regulação privada” e “regulação pública” e o que define a concentração e a ação corporativa.

Em que pese a criação do ProHort e de muitos outros instrumentos e mecanismos relativos à segurança alimentar e nutricional – parte das questões que apareciam neste projeto de lei estiveram presentes mais tarde no Plano Nacional de SAN, cuja vigência foi de 2012 a 2015 –, algumas ações não foram executadas. Para o caso das Ceasas, o que se tem atualmente é um cenário de preocupante obsolescência, especialmente de sua função no tocante a políticas públicas, num contexto de muitos avanços no campo do varejo alimentar e da logística privados. Se, por um lado, o estado construiu e fortaleceu importantes fluxos e mecanismos que interferem no acesso a alimentos de parte importante da população (como alunos de escola pública, dentre outros), por outro alguns elementos-chave do abastecimento alimentar mantiveram-se sob a lógica do “mercado”. Pode-se afirmar que essa era uma visão ainda estreita na realização do direito humano a alimentações e à garantia da segurança alimentar. Num ambiente ausente de política pública, o aprovisionamento de alimentos de forma autônoma significa submeter-se à regulação privada.

¹⁰ Em 2013, a partir de um trabalho prévio da Associação Brasileira de Centrais de Abastecimento, um Grupo de Trabalho formado a partir das Portarias do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) Nº 1.037 de 09/11/2012 e 1.090 de 28/11/2012, fora elaborado um documento que serviria potencialmente de base para este Plano Nacional de Abastecimento.

No contexto da Pandemia da Covid-19, conforme já ressaltado, a temática do abastecimento alimentar voltou a ocupar com frequência os noticiários. Posicionamentos no campo acadêmico e de organizações da sociedade civil defenderam a necessidade de uma política pública de abastecimento e de políticas alimentares de forma mais geral. Grisa e Nierdele (2020) listaram medidas e iniciativas públicas para garantir o abastecimento alimentar, tais como: efetivação e ampliação das compras institucionais; restaurantes populares; formação e manutenção de associações e cooperativas de consumidores; mercados alimentares populares; aumento na adesão ao Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT); auxílio-alimentação direcionado à compra de alimentos da agricultura familiar ou de pequenas redes de supermercados; benefícios fiscais para restaurantes que adquirem produtos oriundos da agricultura local e de base familiar e para pequenos mercados. Assim, ainda hoje, a construção de uma estratégia e uma estrutura de abastecimento público segue como um desafio de se fazer presente na agenda política.

Ademais desses pontos, faz-se usualmente referência a outros dois elementos que merecem ressalva. Um deles, relativo mais especificamente à esfera da produção, diz respeito ao avanço do modelo do agronegócio brasileiro nos territórios. Alentejano e Porto Gonçalves (2009) já apontavam há mais de uma década atrás a expressiva queda na produção de culturas básicas da alimentação brasileira, como o arroz, a mandioca e o feijão, o que se relaciona com a crescente expansão de lavouras para produção de *commodities*. Outro ponto que, de forma geral, esses textos destacam é a necessidade de uma estratégia descentralizada de abastecimento. Vale lembrar experiências municipais que existiram e tinham essa orientação, tais como nos casos de São Paulo e Belo Horizonte (BELIK, 2000). Em certa medida, essa discussão se alinha à própria discussão mais ampla do campo da política sobre fortalecer o federalismo, apostando mais nos poderes descentralizados e na descentralização administrativa, à luz, por exemplo, do que aconteceu no tema da saúde (NABUCO; PORTO, 2000, p. 210). Essa discussão também se relaciona com o debate sobre o fortalecimento dos circuitos curtos, pautado pelos movimentos sociais rurais e urbanos em defesa da soberania e segurança alimentar e nutricional e em defesa da agroecologia.

1.2 Transformações no varejo com a chegada do autosserviço

Foi nos EUA que surgiram o que se reconhece como os primeiros supermercados, o *King Kullen* e o *Big Bear*, ambos na década de 1930, localizados no subúrbio e com ampla área de

estacionamento (ABRAS; RODRIGUES, 1993). No contexto do Fordismo, no qual o consumo de massa assumia uma centralidade na estratégia de economia política, o formato supermercado ia justamente ao encontro a este modelo de consumo, sendo também ele um elemento de consumo de massa. Inovações decorrentes do processo de industrialização, como o pré-empacotamento e o enlatamento, contribuíram para a saída de cena do balconista e permitiram a exposição dos produtos em prateleira (SILVA, 2005).

A Abras define o autosserviço a partir de sua principal característica, que é o consumidor comprar o produto sem necessariamente haver um funcionário da loja intermediando o processo, antes de passar pelo *check-out*, a caixa registradora. Já por supermercado, define como o varejo alimentar que se vale do sistema de autosserviço, dispondo de dois ou mais *check-outs* e de quatro áreas básicas: perecíveis, mercearia, limpeza doméstica e bebidas. As lojas de apenas um *check-out* são classificadas como pequenos varejos alimentares, tais como mercearias e lojas de conveniência, que se valem do sistema de vendas de autosserviço. Por fim, a associação também usa as classificações de atacarejo ou *cash and carry*¹¹. Por cadeias de supermercados, Farina *et al.* (2005, p. 135) consideram a composição de cinco ou mais lojas com o mesmo nome e CNPJ (FARINA *et al.*, 2005, p.135)¹².

Rapidamente, o autosserviço se mostrou uma forma de varejo mais vantajosa para o comerciante. Segundo Belik (1999, p. 90), um estudo realizado na época em que surgiu o autosserviço mostrou que, enquanto no varejo tradicional o ticket médio¹³ do comprador era de US\$ 0.72, já no autosserviço este valor subia para uma média de 1.60, ou seja, mais que o dobro: “[...] o verdadeiro vendedor é o [...] carrinho de mão de que a freguesa se serve para transportar suas compras”, aponta uma reportagem em sítio eletrônico dedicado ao varejo, afirmação ratificável quando se nota a própria experiência individual de consumo (VAREJO EM DIA, 2018a). Mesmo quando se faz aquela detalhada lista de compras, para quem dispõe de recursos, há sempre algo a mais que se costuma comprar pelo simples fato de se ter cruzado com o item em uma das gôndolas e ele ter despertado interesse. E há uma diversidade de estratégias para que

¹¹ As revistas que anunciam os dados do ranking destacam que muitas empresas incorporam os dados das lojas de atacarejo nos números declarados. Assim, a Nielsen realiza uma estimativa do faturamento do segmento de atacarejo, agregando-o ao faturamento do autosserviço, baseado no Estudo Estrutura do Varejo, e não nos números do ranking, e mede a participação de mercado dessas empresas (SUPERHIPER, 2020, p. 24).

¹² Wilder (2013, p. 3) apresenta uma definição diferente: “As empresas do setor são classificadas, ainda, pelo número de lojas. São chamadas de redes ou cadeias as firmas que possuem seis ou mais lojas e de rede ou cadeia independentes as que contam com cinco ou menos lojas”. Em nenhum dos dois casos os autores referenciam com outras bibliografias a definição.

¹³Valor médio das vendas por cliente.

isto ocorra, aumentando o ticket médio de uma loja, conforme será comentado mais adiante. Relacionando varejo de alimentos à indústria, Cyrillo (1987, p.58) salienta um elemento de espacialidade importante nesse contexto de crescimento dos supermercados nos Estados Unidos: a dispersão de pontos de varejo, a partir dos supermercados, era uma forma de escalar a distribuição em massa de produtos da indústria, num cenário de dispersão geográfica de consumidores.

Sob o ponto de vista da economia, inúmeros trabalhos analisam como o formato dos supermercados e a organização em cadeia trariam uma série de vantagens. Segundo estas abordagens, a organização em cadeia aumenta os lucros, pois há um tipo de despesa (pessoal, administrativa, dentre outros) que é compartilhada entre as unidades, e o movimento de concentração verificado também tende a resultados operacionais. Isso resultaria em preços baixos (será relatado mais adiante sobre as controvérsias em relação a este ponto), o que seria uma chave de sucesso para o modelo, além da conveniência de se encontrar boa parte do que se busca em apenas um lugar (REARDON *et al.*, 2007). Para Reardon *et al.* (2004, p.173), as cadeias de supermercados têm um objetivo qualitativo – aumentar a qualidade e eventualmente a segurança do produto – e quantitativo – reduzir custos e aumentar volumes adquiridos. Se avalia que o modelo supermercado era o mais adequado para melhorar o abastecimento e reduzir margens operativas, eliminando intermediários em benefício direto dos produtores e consumidores (CHIODO, 2010, p. 29-30).

Chiodo (2010, p.11) ressalta que esse novo formato traz uma nova racionalidade para a etapa de comercialização, que é vender pelo preço mínimo, logo, ganhar por grandes volumes com margens mínimas, o que ajuda a entender a competitividade do setor. Essa seria uma nova interpretação econômica da função comercial da intermediação que deixaria de lado uma racionalidade da operação comercial tradicional, que visa a comprar pelo menor preço e vender o mais caro que os compradores permitirem. Já no supermercado, a racionalidade econômica seria maximizar benefícios a partir da venda de grandes volumes com margens mínimas. Reardon *et al.* (2002, p. 4) também citam o poder de barganha e a capacidade gerencial e tecnológica dos supermercados como elementos que os permitem reduzir custos.

Localizar a experiência dos supermercados como originária dos EUA remete à discussão do papel desse país na segunda metade do século XX. Se o modelo produtivo dos EUA virou “tipo-exportação”, como é amplamente analisado por Friedmann e McMichael (1989) em sua teoria dos Regimes Alimentares, também a sua forma de realização da comercialização parece

ter sido. Inclusive, Chiodo (2010, p. 22-25) cita que o surgimento da experiência do supermercado na Venezuela, por exemplo, foi resultado de um projeto de Nelson Rockefeller. Sem dar mais detalhes sobre este projeto e outros locais em que ocorreu, o autor menciona que o Grupo Rockefeller teria aberto lojas em vários países, chegando a ter, na década de 1970, cerca de 40 unidades na Venezuela. O grupo também se fazia presente na Argentina sobre o nome de Minimax¹⁴.

E assim os supermercados foram ganhando cena nos EUA, no mundo e na América Latina. Representavam, no universo do varejo e do varejo alimentar, a imagem no moderno, nessa dualidade entre moderno e arcaico bem característico daquele momento da sociedade. O próprio trabalho elaborado pela Fundação Abras (2002) faz esse paralelo entre as transformações no varejo e as transformações na sociedade, tendo como horizonte a ideia de moderno e modernização. Faz todo sentido refletir sobre esta dimensão do que o supermercado representa, considerando sua chegada no Brasil, nos anos 1950, como será visto no próximo item.

1.2.1 A chegada do autosserviço no Brasil

A experiência norte-americana se espalhou pelos países da América Latina na segunda metade do século XX. O registro identificado como o primeiro supermercado na América Latina foi no México, em 1946 (CHIODO, 2010, p. 21). No Brasil, nos anos 1950 e 1960, se iniciou, nas grandes cidades, a transição de uma comercialização de alimentos que ocorria em bodegas, armazéns de secos e molhados e armarinhos, um comércio de bairro baseado em relações de proximidade, para uma forma de mercado mais “moderno” cujos supermercados são a maior expressão. Segundo Cyrillo (1987), a elevação nos preços dos alimentos tanto por conta da inflação como por dificuldades da própria dinâmica de circulação e intermediação dos alimentos fez com que, na passagem dos anos 1950 para 1960, pequenos comerciantes desaparecessem a partir de um movimento incipiente de concentração no setor de varejo de alimentos. Ainda segundo a autora, já no fim dos anos 1940, se iniciou a adoção do autosserviço em São Paulo

¹⁴ Esta cadeia é citada em reportagem do *Jornal do Brasil* de 18 de janeiro de 1971, intitulada: “Empresas multinacionais querem explorar a pecuária na Amazônia”.

quando, em 1947¹⁵ e em 1949, estabeleceram-se duas lojas varejistas que parcialmente adotaram o modelo do autosserviço (CYRILLO, 1987, p. 66)¹⁶.

Quanto ao que seria o primeiro supermercado, fontes apontam para casos distintos. Cyrillo (1987) aponta o caso, em 1953, na cidade de São José dos Campos, da instalação de um supermercado pertencente à Tecelagem Parahyba¹⁷: se tratava de um supermercado para funcionários de uma indústria. Também neste ano a autora citou o supermercado Americano (fundado em março, localizado na Rua 13 de Maio, em São Paulo), e só depois o Supermercado Sirva-se¹⁸, que iniciou suas operações em 24 de agosto de 1953. Talvez pelo fato do primeiro ter um público específico e do segundo ter tido uma breve existência, devido a problemas financeiros, é o Sirva-se que aparece noutras referências bibliográficas como sendo o primeiro supermercado brasileiro. Ele manteve-se independente até meados da década de 1960, quando foi incorporado a outra rede. O supermercado localizava-se na capital paulista, situado na Rua da Consolação, no quarteirão entre a Avenida Paulista e a Alameda Santos (BELIK, 1999)¹⁹.

Um ano depois, em 1954, lançou-se o Supermercado Peg-Pag, na região central da cidade, na rua Rego Freitas (VAREJO EM MIDIA, 2018a). Nesta mesma década, inauguraram-se os primeiros supermercados no Rio de Janeiro e em Porto Alegre (BELIK, 1999). Assim, nas regiões Sul e Sudeste, eles se concentraram inicialmente, exportando um pouco do *american way of life* para a realidade brasileira. Como justificativa para essa sócio-espacialização inicial, a bibliografia aponta a renda elevada destas regiões, em comparativo nacional.

O primeiro texto acadêmico que encontrei analisando o tema no Brasil data de 1959. Sob o título *Retailing in Brazil*, Donald A. Taylor analisa e compara o mercado varejista em ascensão no Brasil e nos Estados Unidos, incluindo os supermercados. Sobre este, citam-se duas diferenças da incipiente experiência brasileira em comparação com a norte-americana. Segundo o autor, referindo-se ao caso brasileiro, o preço não era à época o principal fator competitivo, e os supermercados brasileiros localizavam-se sobretudo no centro das cidades ou em bairros comerciais “secundários”, segundo ele, devido à baixa propriedade de automóveis próprios *per*

¹⁵ Um frigorífico de origem norte-americana adotou o autosserviço na sua área destinada à mercearia.

¹⁶ Há, ainda, registros de que havia um local sob o nome Depósito Popular Ltda., localizado na Rua Formosa, que, desde 1948, usava o termo “auto serviço”.

¹⁷ Além de possuir autosserviço, o supermercado fabricava seus próprios equipamentos (carrinhos, gôndolas e *check-outs* (OLIVEIRA *et al.*, 2016, p.5).

¹⁸ Seu fundador fora Fernando Pacheco de Castro, o primeiro presidente da Abras, estando nesta posição de 1968 até 1976.

¹⁹ A localização precisa dessa loja aparece em Varejo em Dia (2018a).

capita (TAYLOR, 1959, p. 56). O autor descreve como se caracterizava primordialmente o varejo brasileiro à época, ainda bastante calcado no comércio “porta a porta” e nas feiras de rua:

Duas outras formas de varejo são importantes no Brasil. O volume de mercadorias movimentadas pela venda porta a porta é muito grande. Têxteis, venezianas, frutas e legumes frescos, frango e ovos, além de serviços como afiação de facas e conserto de utensílios de cozinha, podem ser adquiridos. A outra forma importante de varejo é a feira. Este é um mercado itinerante, composto por um grande número de vendedores independentes que montam barracas portáteis nas primeiras horas da manhã, realizam negócios durante toda a manhã e desmontam todo o mercado ao meio-dia. Cada seção de uma cidade tem uma feira em dois ou três dias da semana (TAYLOR, 1959, p. 56) [tradução da autora].

Cyrillo (1987) e Pintaudi (1988) associam o surgimento dos supermercados no Brasil a classes e bairros mais nobres, ou seja, às “classes médias” e não à “classe trabalhadora” (PINTAUDI, 1988, p. 30). Relatos que aparecem em materiais antigos comentando que as pessoas se arrumavam e trocavam chinelos por sapatos para ir ao supermercado (ABRAS, 2002, p. 59) exemplificam bastante o lugar que este novo espaço de consumo ocupava no imaginário social. Vale destacar então uma diferença na origem dos supermercados no Brasil, pensados para classes com alto poder aquisitivo e, com isso, diferenciando-se da experiência norte-americana. Nesta, o surgimento e a expansão desse equipamento relacionam-se com o contexto de crise da Grande Depressão²⁰. A função do supermercado teria sido justamente oferecer itens a preços mais favoráveis dentro desse crítico cenário vivido pela população estadunidense (CYRILLO, 1987, p. 67). Vale lembrar que, segundo Knoke (1963), quando os supermercados surgiram no Brasil, já aqui existiam as feiras definidas como “um sistema barato de distribuição”, o que é destacado pelo autor como uma potencial justificativa para, à época, o setor não ter deslanchado como no caso dos EUA.

Com o passar das décadas, porém, a presença dos supermercados foi se ampliando e buscando diversificar o perfil de consumo. Nos anos 1970, por exemplo, lojas mais populares que praticavam preços mais baixos começaram a surgir em localidades mais periféricas, como no caso, à época, de lojas de sortimento limitado. Enquanto, em 1966, existiam 997 supermercados, em apenas quatro anos esse número chegou a 2.527, em 1970, apresentando um crescimento de 153%. Em mais três anos, em 1973, o número de lojas chegou a mais de 5 mil. As lojas localizadas nas regiões periféricas das cidades vendiam a preços mais baixos e com menor sortimento (ABRAS, 2002, p. 63-74). Este é um exemplo evidente de como o

²⁰ Essa distinção também é explorada em certa medida por Peres e Matioli (2020), comparando os perfis de Abílio Diniz e de Sam Walton, do Walmart.

comportamento do setor atrela-se a dinâmicas da economia em cada contexto, característica comentada tanto por Cyrillo como Pintaui.

1.2.2 Ações do estado em favor do setor

Em termos normativos, em 1968²¹, os supermercados passaram a ser reconhecidos formalmente no Brasil como categoria diferenciada de varejo de alimentos. A atividade supermercadista passou a ser regulamentada pela Lei Federal nº 7.208. Por definição, o conceito de autosserviço contempla um mínimo de dois *checkouts* (caixas) e uma área de vendas superior a 300 m². Naquela época, a ausência de regulação e a precariedade dos equipamentos relacionados ao abastecimento marcavam os mecanismos de comercialização no Brasil. Assim, acreditando que o fortalecimento de economias de escalas levaria a melhores preços e sanariam outros problemas na esfera da comercialização, a partir de 1968 foram criadas políticas de incentivo fiscal pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE)²².

Também nessa época ocorreu a substituição do Imposto de Vendas e Consignação (IVC) pelo Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICM), que levou à eliminação de impostos sobre a transferência de mercadorias entre lojas e passou a incentivar indústrias multiplantas (BELIK, 1999; ABRAS, 2002, p. 65). Uma reportagem de 1969, publicada na Revista do Empresário, evidencia o apoio ao formato supermercado como estratégia de abastecimento, supondo que este formato beneficiaria as duas pontas da cadeia, e a defesa da intervenção estatal em seu favor:

As chamadas “catedrais do consumo”, os “hipermercados”, possibilitarão uma melhor remuneração ao produtor e preços acessíveis ao consumidor. [...] sem que haja interferência direta do aparelho governamental, a não ser através de estímulos financeiros e fiscais, que conduzam e promovam a modernização do abastecimento no país (PEIXOTO, 1969, p. 24).

No início dos anos 1970, houve, também pelo BNDE, a criação do Programa de Modernização e Reorganização da Comercialização (PMRC), que gerou incentivos creditícios à expansão das redes de supermercado através de crédito a juro reduzido e a longo prazo. Cyrillo

²¹ Uma definição anterior a essa que se encontra na bibliografia data de 1957. Segundo a Lei nº 894, de 22 de agosto de 1957, e o Decreto nº 14.147, de 6 de novembro de 1958, o supermercado seria uma loja de autosserviço “[...] que vende produtos alimentícios e artigos domésticos de limpeza e manutenção, com uma área de, pelo menos, 500m²” (KNOKE, 1963, p. 92).

²² Na revista *Super Negócios* (2021b, p.17-18), uma reportagem comenta a situação atual das linhas de financiamento via BNDES para pequenas e médias empresas do setor. Segundo a matéria, entre os anos 2015 e 2020, o banco realizou cerca de 74,2 mil operações envolvendo o montante de R\$ 3,7 bilhões e beneficiando cerca de 18,5 mil empresas em todo o país. Já no estado do Rio de Janeiro, 2,5 mil contratos totalizaram R\$ 132,7 milhões.

(1987, p. 88) comenta que, apesar de o programa não ter contado com significativo montante de recurso, é um elemento importante desta história por ter em grande parte beneficiado uma única empresa do setor²³. Assim, em um primeiro momento, o crescimento dos supermercados ocorreu, em grande medida, ancorado nessa política de incentivo do estado ao capital nacional, baseando-se na hipótese acerca das economias de escalas. Inclusive, a expansão das redes de supermercados aparece no I Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) (1972-1974) junto à proposta de criação de Centrais de Abastecimento (MALUF, 1988, p.176), no eixo referente à estratégia agrícola que versava sobre a modernização de estruturas de comercialização e distribuição de produtos agrícolas através de, dentre outros, a “[...] instalação do sistema nacional de Centrais de Abastecimento, e, nos principais centros urbanos, redes de supermercados e outros sistemas de auto-serviço” (BRASIL, 1971, p. 24).

Em 1962, os supermercados tinham menos de 2% das vendas totais de produtos alimentícios, tanto em São Paulo como no Rio de Janeiro, segundo dado apresentados por Knoke (1963, p. 95). Até a década de 1970, a maior parte do varejo era feito por lojas de alimentos especializadas, de pequena escala e administradas por famílias. A literatura indica que, entre os anos 1960 e início dos 1970, uma expressiva expansão dos supermercados começou a acontecer, quando o varejo especializado começou a perder espaço. A partir disso, a tendência em direção aos supermercados se intensificou nas grandes cidades, e as empresas estrangeiras foram chegando ao Brasil. A holandesa Makro desembarcou no Brasil, em 1972, instalando um ponto de venda atacadista, e a francesa Carrefour chegou em 1975, primeiro em São Paulo e logo em seguida no Rio de Janeiro, no bairro da Barra da Tijuca, embora em princípio tenha se expandido lentamente e de forma ainda bastante localizada (CHIODO, 2010, p. 25). Nesta época, o grupo paulista Pão de Açúcar – que teve sua primeira loja inaugurada em 1959 – já era a maior cadeia de supermercados da América Latina e deixava evidente sua estratégia de compra de outras redes (JORNAL DO BRASIL, 1972, p. 3; JORNAL DO BRASIL, 1978a, p.18). A aquisição de redes menores é um movimento que já começava a ganhar notoriedade no setor, conforme indica uma reportagem de 1976:

[...] vários supermercados brasileiros estão considerando a possibilidade de vender seu controle acionário ou se associarem com outros grupos maiores, nacionais ou não. Desde julho do ano passado vem havendo constantemente notícias de que existe uma tendência de compra a venda entre os supermercados. [...] A motivação desses acontecimentos, no entender de vários donos de supermercados, é o aumento dos custos de funcionamento de seus estabelecimentos que não pode ser acompanhado pelo

²³Embora não cite, fica notório que é o Pão de Açúcar.

aumento dos preços dos produtos alimentícios. Na maior parte dos supermercados de grupos nacionais são os alimentos que ocupam o maior espaço de vendas. Os preços de gêneros alimentícios, rigidamente tabelados pelo CIP, dificilmente poderão atender as reivindicações dos supermercados, pois influirão no índice de custo de vida. Como alternativa, resta diversificar ainda mais a venda de bens de consumo duráveis aumentando os espaços dedicados para a venda de roupas, móveis e eletrodomésticos (JORNAL DO BRASIL, 1976a, p.16).

Ao mesmo tempo em que essas tendências se evidenciavam, é possível identificar em algumas reportagens da época a preocupação em torno da possibilidade de formação de monopólios com a chegada das primeiras grandes empresas internacionais. Numa coluna que tinha o nome de “Consumo”, um leitor criticou: “[...] Qual a necessidade de multinacionais de abastecimento se já temos extensa rede de supermercados? Pior é que fiquei sabendo que o Peg-Pag também pertence a um grupo estrangeiro, e que o Carrefour tem isenção de vários impostos” (JORNAL DO BRASIL, 1977a, p. 8). Diferentemente, uma reportagem de 1976, intitulada “Existência de cadeia de supermercado não é ameaça de monopólio”, desconsiderou esse risco apostando no poder de regulação estatal e na formação de oligopólios regionais:

A possibilidade de vir a existir no Brasil uma cadeia de supermercados tão gigantesca que possa exercer ação de monopólio na venda de alimentos não chega a constituir uma ameaça para o abastecimento. Mesmo porque o Governo dispõe de órgãos controladores como o CIP e fiscalizadores como a Sunab, capazes de conter qualquer manifestação monopolista. Estando os alimentos sob constante intervenção não haverá poder de monopólio. [...] Uma das principais conclusões a que chegaram empresários de supermercados, [...] é que as empresas de auto-serviço caminham para a formação de **oligopólios regionais**, a exemplo do processo ocorrido nos últimos anos nos Estados Unidos. [...] o gigantismo marcará o futuro dessas organizações **sem, no entanto, decretar o fim das pequenas e médias empresas**. O armazém e a mercearia de bairro oferecem serviços personalizados, o que não existe nas grandes empresas (JORNAL DO BRASIL, 1976b, p.16, grifo nosso).

Assim, nos anos 1970 e 1980, uma primeira onda expressiva de fusões foi verificada, a partir da compra de pequenos equipamentos de varejo e redes locais por grandes redes. Foi na década de 1980 que os supermercados aumentaram sua importância no varejo de alimentos nas grandes e nas pequenas cidades, mas a maior parte do investimento ainda era feita por empresas nacionais brasileiras e empreendedores locais, no caso de pequenas cidades. Esta década também foi marcada como um momento de maior turbulência para o supermercadismo, em decorrência das instabilidades econômicas – notadamente da inflação – e da política de controle de preços. Vários casos de saque apareceram nas notícias de jornais da época, e o congelamento de preços gerou um grande tensionamento entre consumidor e supermercados, conforme inúmeras matérias indicam.

Por fim, no que tange à criação de equipamentos de varejo públicos, tem-se a experiência da Rede Somar, sobre a qual comentam Belik (2000), Peliano (2001) e Chiodo (2010). A Somar era uma rede de supermercados vinculada à Cobal, implantada em 1978, que tinha como objetivo modernizar o setor de varejo, representando uma tentativa do setor público em avançar no modelo varejista, reproduzindo o “formato empresarial” (CHIODO, 2010, p. 26). Segundo Belik (2000, p.136), suas lojas localizavam-se sobretudo em regiões periféricas, tendo alcançado mais de 100 unidades nos anos 1980. Uma reportagem de 1985 mencionou que a Cobal seria a sétima cadeia de supermercados. Porém, a rede acabou não resistindo à força dos equipamentos privados em constante expansão (JORNAL DO BRASIL, 1985a, p. 24). Apesar de se constituir como um tema relevante para a pesquisa, notou-se uma ausência de registros mais detalhados sobre a Rede Somar.

1.2.3 “Os estrangeiros estão chegando”

Este foi o título de uma reportagem do Jornal do Brasil, de 1995 (JORNAL DO BRASIL, 1995a, p.1), que relatava os principais elementos dessas transformações intensificadas a partir do final dos anos 1980 e sobretudo nos anos 1990, quando ocorreram diversos processos de fusão e de internacionalização e a consolidação do setor no Brasil e na América Latina. Uma nova etapa se iniciou com a chegada mais expressiva do capital internacional ao setor, algo que aconteceu não apenas nesse segmento da economia, como nos demais, de acordo com ampla literatura que aponta os anos 1990 como um marco histórico da (neo)liberalização com impactos nas mais variadas esferas da vida.

Foram vários os autores que, olhando o que estava acontecendo nos anos 1990, escreveram sobre os processos de globalização, também chamados por alguns autores de mundialização ou simplesmente internacionalização (conceitos diferentes que buscavam apreender o que acontecia). No Brasil, Milton Santos analisou o processo de globalização desde o, à época denominado, Terceiro Mundo, definindo-o como: “[...] o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista” (2008, p. 23). Em sua obra, Santos buscou, sobretudo, denunciar o lado perverso da globalização, o que chama de perversidade sistêmica, para o qual a ideia de aldeia global seria uma fábula. Santos teve uma contribuição decisiva para a compreensão da forma desigual como o processo da globalização “aterriça” nos locais. No

Capítulo 2, serão abordadas algumas de suas contribuições avaliadas como de grande pertinência para compreender o cenário do varejo alimentar contemporâneo no Brasil.

Tendências como a de concentração e fusão, privatização e desregulamentação fazem parte de um quadro maior de características desse momento do capitalismo, de crise, mas também, simultaneamente, de reestruturação e destruição criativa. Na literatura internacional, diversos autores também se dedicaram a analisar transformações significativas no setor do varejo alimentar, como os processos de globalização do varejo e o enraizamento de empresas em outros mercados. Segundo Coe (2004, p.1572), até 1993, não havia varejistas entre as 100 maiores corporações transnacionais, enquanto em 1999 quatro delas já apareciam: a holandesa Royal Ahold, a alemã Metro, a francesa Carrefour e a norte-americana Wal-Mart. Ainda segundo este autor, não há um acordo na literatura internacional para a definição da internacionalização ou mesmo globalização do varejo. Para ele, mais do que ser apenas o estabelecimento de lojas varejistas ultramarinas, três são os setores-chave desse processo de internacionalização: a operação de pontos de venda no exterior, o estabelecimento de canais de suprimento internacional (*sourcing*) e a transferência de *expertise* de gestão. Ademais, outras quatro áreas estariam se tornando cada vez mais importantes, embora haja poucas pesquisas sobre elas: vendas no exterior de produtos de marca própria em países onde o varejista não está presente; padrões de investimento internacional das instituições financeiras que investem no varejo; crescimento em níveis de compras e consumo em regiões transfronteiriças e a internacionalização das funções de apoio pelas corporações do varejo (COE, 2004, p.1581).

Wrigley e Wood (2018, p.19), ao analisarem globalização do varejo, afirmam que este processo se caracteriza pela integração e ação em rede das empresas de varejo dentro de seus mercados hospedeiros. O que se quer desde já, aqui, é salientar essa dimensão geográfica e concreta deste processo, ainda que ele envolva atores globais. Ainda na literatura internacional, os trabalhos de Reardon *et al.* (2004; 2005; 2007) se tornaram referência no debate. Os autores analisam o crescimento dos supermercados nos chamados “Países em Desenvolvimento”. A preocupação deles era justamente analisar duas regiões que estavam em forte crescimento: América Latina e o leste e sudeste asiáticos. Reardon *et al.* (2002, p. 2) citam como fatores determinantes para o crescimento dos supermercados o aumento da participação feminina no trabalho fora de casa e o rápido crescimento real per capita. Num olhar que privilegia o papel da demanda (seu aumento) como um dos principais determinantes, Reardon *et. al* (2004) acabaram, ao olhar apenas sob esse viés, não contemplando uma série de outros elementos relevantes para

análise do fenômeno, ancorando-se igualmente na justificativa da saturação do mercado nos “Países Desenvolvidos”.

Em nível nacional, as diversas barreiras existentes que caíram ao longo dos anos 1990 sob égide da cartilha neoliberal protegiam até então o varejo brasileiro de concorrentes externos. Era uma transformação na economia que abria toda uma discussão sobre como se daria a regulação dos mercados agrícolas e alimentares e como isso reverberaria na questão da alimentação e da ocorrência de fome, à época uma questão central na agenda da sociedade civil brasileira. Outra discussão que é pano de fundo nos trabalhos especialmente de Reardon *et al.* (2002) é sobre o crescimento econômico, desenvolvimento e a redução da pobreza e a possibilidade de margens de lucros por parte das empresas em locais onde índices de pobreza e extrema pobreza ainda eram altos, podendo diminuir em um momento futuro, configurando um “mercado potencial”. Este seria um cenário no qual o Brasil se encaixava, já que a década de 1990 foi marcada aqui por um rápido crescimento da demanda por alimentos e do declínio dos preços reais (FARINA *et al.*, 2005, p.134). Sobre o tema do mercado potencial e suas implicações para a dimensão do comércio e consumo de alimentos, Maluf (1999) afirma que:

Em lugar de sociedades mais homogêneas e com mercados de alimentos saturados, países como o Brasil apresentam elevada heterogeneidade social e um expressivo contingente a ser incorporado como consumidores regulares, chamado de “mercado potencial”. Esse contraste tem uma óbvia dimensão quantitativa em função da perspectiva que oferece de ampliação dos mercados de alimentos caso incorpore a “demanda potencial”. **Seria necessário, no entanto, precisar como a forte segmentação do mercado consumidor em termos de renda traduz-se no perfil de consumo alimentar, mesmo considerando-se terem se generalizado muitos hábitos de compra e de consumo entre os diferentes estratos de renda** (MALUF, 1999, p. 62-63, grifos nossos).

Chama a atenção essa relação que estabelecem Reardon *et al.* (2002) entre as dinâmicas de expansão dos supermercados com os processos de crescimento e desenvolvimento. Desde a perspectiva que não considera as dinâmicas de globalização como um fenômeno homogêneo (como Milton Santos, por exemplo), ainda hoje seria possível pensar as dinâmicas de varejo e consumo alimentar sob esta dimensão do mercado potencial, mesmo numa capital como o Rio de Janeiro que, supostamente seguindo essa classificação dos autores, já teria sido contemplada na primeira onda de difusão destes atores. Esse é um processo de expansão que se desenvolve de forma desigual e complexa, com diversidade de cenários e significativas contradições, o que se constitui como uma questão chave para entender o processo de sócio-espacialização das grandes varejistas tanto no contexto brasileiro como no latino-americano.

Se a tendência inicial das grandes redes era comprar outros supermercados operando em grandes cidades, essa expansão visando este “mercado potencial” implicava, em grande medida, também, uma expansão espacial rumo a cidades médias e/ou bairros mais populares. Apesar de esse rápido crescimento dos supermercados na América Latina ter como início as grandes capitais e regiões metropolitanas, essa distribuição não se deu de forma homogênea e não representou o desaparecimento do pequeno e médio varejo, conforme será visto adiante. Segundo destaca Monteiro *et al.* (2012, p. 53), varejistas de alimentos no formato tradicional sobrevivem apesar de, em alguns casos, cobrarem preços mais elevados ao consumidor, não apenas em nichos sofisticados, mas também em produtos alimentícios comuns nas regiões pobres das regiões metropolitanas.

1.2.4 Os principais processos de fusão e aquisição

Foi nos anos 1990 que cresceu significativamente o número de fusões e aquisições no mercado internacional, inclusive no setor de alimentos e de supermercados. Uma parte da literatura, sobretudo a partir dos anos 1990, tem como marco constituinte desse segmento no Brasil e no mundo um processo de fusão e internacionalização das empresas do setor, com o predomínio de algumas “grandes corporações”, sedimentando características de um oligopólio. Segundo Pontes *et al* (2017),

A intensificação do número de F&A no setor supermercadista brasileiro se deu a partir de 1997, guiada pela internacionalização do varejo, com o início dos investimentos de empresas multinacionais no Brasil, e também pela resposta de companhias que já atuavam no mercado nacional, e começaram a adquirir empresas menores para aumentar suas participações no mercado. As operações de F&A realizadas na época podem ser vistas como a maior estratégia adotada no setor de varejo brasileiro e o elemento mais importante para explicar as mudanças estruturais ocorridas no setor de supermercados (PONTES *et al.*, 2017, p. 3).

Os números de faturamento do setor foram impactados por esses processos de fusões e aquisições, e os lucros se concentravam progressivamente entre as principais empresas. Segundo Belik (1999), entre 1987 e 1998, as 300 maiores empresas de varejo faturaram 24,9 bilhões de dólares, enquanto as 20 maiores redes de supermercado faturaram R\$ 15,9 bilhões, ou seja, 63% do faturamento das 300 maiores – o que atesta a dinâmica de concentração no varejo de alimentos (BELIK, 1999, p. 98). Foi também na década de 1990 que os dados mostraram um crescimento

expressivo no número de lojas, embora muitas vezes a bibliografia superestime estes dados por analisar conjuntamente dados de supermercado com lojas de autosserviço. É o caso de Silveira e Santos (2004), que afirmam que as lojas de supermercado saltaram de 997 para 51.500 lojas no Brasil quando, na verdade, este número corresponde não apenas aos supermercados, cujo total de unidade era de 21.800, mas dele conjuntamente com os dados de autosserviço.

Aguiar e Figueiredo (2011) segmentam o mercado varejista brasileiro em dois períodos, cada um marcado por distintos padrões. O primeiro período foi de 1994 a 1999, quando a característica predominante era a concentração de mercado, com liderança da rede Carrefour. Já um segundo período, de 2000 a 2008, foi marcado pela estabilidade na concentração das cinco maiores firmas e pelo aumento da participação das três maiores: Cia. Brasileira de Distribuição (que na maior parte foi a líder das três maiores), Carrefour e Walmart (AGUIAR; FIGUEIREDO, 2012, p. 968). Leitura semelhante é apresentada por Pontes *et al.*, segundo os quais há uma diminuição da concentração de mercado a partir de 2007, possivelmente em função da preferência do consumir pelas práticas lojas de bairro, em um contexto de inflação controlada. Os autores destacam que mesmo com o crescimento de pequenos e médios empreendimentos, parte significativa do mercado seguiu nas mãos das grandes redes, inclusive por sua capacidade de atuar a partir de diferentes mercados, inclusive com formatos de proximidade (PONTES *et al.*, 2017, p. 4).

Enquanto essas empresas chegavam, pouco se fazia em termos de regulação, já que se estava num contexto de forte neoliberalismo, ainda que todo processo de fusão devesse ser aprovado pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade). Inexistiam, por exemplo, legislações específicas versando sobre este processo de concentração e seus eventuais impactos para a concorrência (BORGES; CUNHA, 2004, p. 5-6). A consolidação do setor varejista de alimentos levou a um cenário em que muitos países apresentavam um número reduzido de empresas varejistas, nacionais e estrangeiras, em grande escala. Esta tendência se iniciou com a expansão de empresas europeias como Carrefour, Metro e Tesco. Dando seguimento a esta tendência, em seguida, empresas norte-americanas como Walmart e Costco também começaram a abrir lojas em outros países.

No Brasil, a abrangência da atuação do Carrefour, a entrada do Walmart e a compra da brasileira Pão de Açúcar pela francesa Casino são exemplos do poder do capital estrangeiro no país, no setor de varejo de alimentos. Com o crescimento dos oligopólios varejistas, paulatinamente a capacidade destes instrumentos de caráter mais público se restringiram.

Ademais, parte significativa das referências bibliográficas consultadas aponta para um contexto no qual o arranjo do comércio atacadista se estruturava a partir de outros circuitos de grande distribuição, e não sendo mais determinado e impulsionado no âmbito das centrais de abastecimento. Este é um tema-chave a ser aprofundado na medida em que a literatura indica que a concentração da distribuição é uma peça-chave na expansão das grandes redes.

Dados da Abras, do início dos anos 2000, indicam que apenas uma empresa dentre as cinco maiores era de capital totalmente nacional: eram os Supermercados Sendas, sobre o qual será falado mais no terceiro capítulo. O “medo do monopólio” mencionado em um título de uma notícia de jornal em 1976 também aparece em um título semelhante, numa matéria dos anos 2000. A reportagem “Um alerta contra os monopólios” (JORNAL DO BRASIL, 2000b, p.12), publicada no *Jornal do Brasil*, apresentava uma entrevista com Arthur Sendas, fundador da “[...] última grande rede 100% nacional”. Quando perguntado sobre a concentração no setor em cinco grandes supermercados, Sendas vê pontos positivos neste cenário e afirma que:

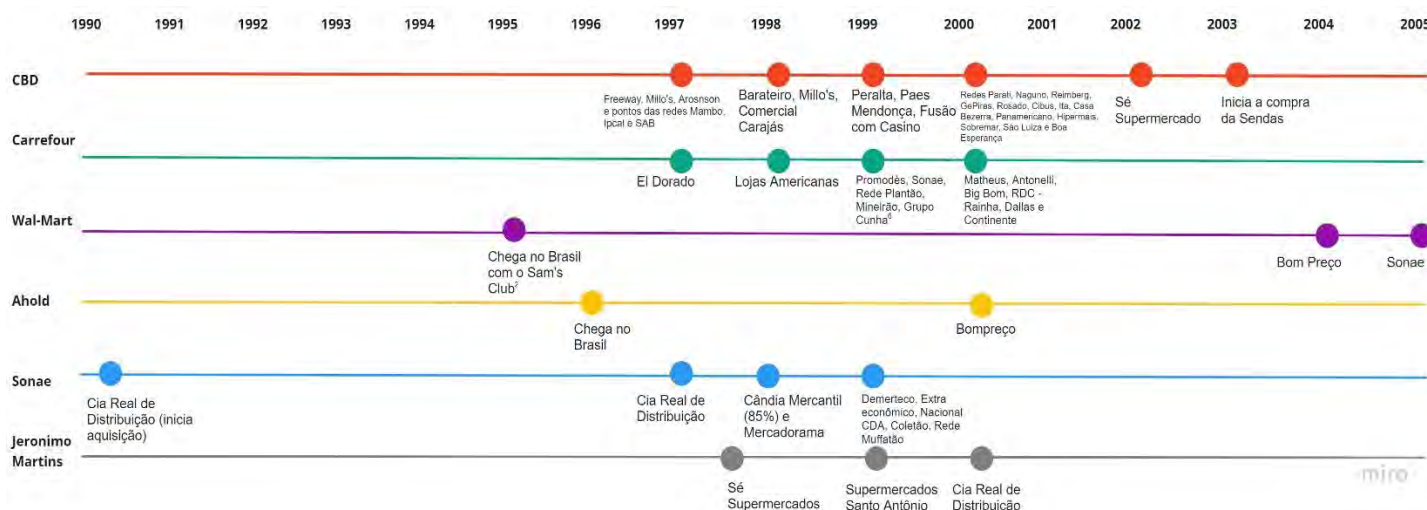
De uma maneira geral, essa concentração no Brasil tem um peso muito grande. As grandes empresas estão concentradas nas principais capitais, principalmente as multinacionais. Pelo censo da AC Nielsen, há um número muito grande de supermercados no Brasil, com uma dimensão continental muito extensa. Mas, já vimos grandes empresas de fora que fecham as portas quando acham que não interessa mais. Não é o caso das empresas brasileiras que investem constantemente. Os consumidores dos grandes centros ganham muito pois a disputa de preços é muito grande (JORNAL DO BRASIL, 2000b, p.12).

Apenas alguns anos depois, em 2002, o supermercado Casas Sendas fora comprado pela CBD que, à época, já havia iniciado seu processo de fusão com a francesa Casino (BELIK, 2005, p. 6). As fusões protagonizadas por redes internacionais levavam ao aumento da concentração: em 2000, 41% do mercado era controlado pelas cinco maiores redes; já em 2013, este percentual subiu para 53%. Apesar da agressiva entrada dos supermercados, assim como sua internacionalização no Brasil e na América Latina, Aguiar (2009, p.40), em análise do grau de concentração do mercado varejista, afirma que o cenário brasileiro ainda apresentava taxas inferiores de concentração se comparado, por exemplo, ao mercado europeu, no final da primeira década dos anos 2000. Esse cenário foi ratificado em Abras (2016), que definiu o setor brasileiro como “pulverizado”. Atualmente, as três primeiras empresas no Ranking Abras envolvem capital internacional, mas, após elas, uma série de firmas brasileiras está posicionada.

É notável uma certa discrepância na literatura e em reportagens de jornais relativas a datas de compras e aquisições e vinda de empresas internacionais, em parte justificada pelo fato

de ora mencionar-se a data de anúncio de uma compra ora a data de sua aprovação; ou também porque em muitos casos uma empresa vai progressivamente sendo comprada por outra. A imagem abaixo apresenta um panorama das fusões, aquisições e internacionalizações que ocorreram, protagonizadas por estas que se tornaram as principais empresas do setor. Entre 1995 e 2000, foi expressiva a chegada de empresas estrangeiras, como: a norte-americana Walmart, em 1995; as portuguesas Sonae, em 1990, e Jerônimo Martins, entre 1997 e 1998; a holandesa Royal Ahold, em 1996, e a fusão da CBD com o grupo francês Casino, em 1999, um movimento que fora determinante na história da CBD, localizando-a no mapa internacional de grandes supermercadistas.

Imagem 1 – Quadro síntese de fusões e aquisições



Fonte: Cleps (2005); Chiodo (2010); Silva (2010); Santos; Gimenez (1999); *Jornal do Brasil* (1995a, p.1; 1996, p.19; 1999, p.12); Fundação Abras (2002); *Folha de São Paulo* (2004).

Uma boa definição do setor após essas transformações aparece em Reardon *et al.* (2002, p.1-2) que segmentou o setor em quatro grupos: um que compreendia uma variedade de pequenas lojas independentes que ofereciam serviço completo ou especializado em peixes, carnes, frutas, legumes ou produtos de panificação; um grupo composto pelo varejo tradicional, incluindo as feiras livres; um terceiro de pequenas lojas de autosserviço com tendência para se tornarem cadeias, ofertando grandes descontos ou criando formatos de convivência ou maior proximidade e, por fim, um quarto no qual estavam grandes lojas de autosserviço, em cadeias ou independentes (REARDON *et al.*, 2002, p.1-2).

1.3 Aproximações teóricas do varejo de alimentos e as contribuições desde uma perspectiva de economia política

Do ponto de vista teórico, que reflexões servem de ponto de partida e de chegada analisando o que ocorre no setor varejista de alimentos? Viu-se que os supermercados são hoje uma expressão predominante das várias formas de comércio – mercado – de alimentos. Mas muito antes do formato contemporâneo, os mercados de alimentos sempre foram componentes das sociedades. Neste item, apresento três apontamentos teóricos relativos ao varejo supermercadista *vis a vis* as dinâmicas contemporâneas do capitalismo global. A primeira, localiza essa discussão enquanto uma etapa do processo de reprodução do capital. Em seguida, me alinho à ideia de que o varejo alimentar apresenta, enquanto mercado, a forma oligopólio. Por fim, busco levantar ideias que ajudem a compreender o papel do varejo alimentar, enquanto um serviço, nas atuais reprodução do capital e composição da mais-valia.

1.3.1 Os mercados como construção social e a forma oligopólio como estrutura do capital

Para Pintaudi (2006), os mercados públicos são uma das expressões da separação “homem/natureza” que faz com que as sociedades, ao deixarem de produzir sua própria existência, recorram às trocas (PINTAUDI, 2006, p. 81). A comercialização, inclusive de alimentos, assumiu formas distintas ao longo dos tempos históricos e espaços geográficos, para além do tempo-espaço eurocristão. Chiodo (2010, p.13), ao analisar a evolução dos sistemas de mercado na América Latina, cita um documento escrito por um colonizador europeu que descreve o comércio de alimentos do povo asteca: “*O sistema consistia em enormes armazéns localizados em cada província, abastecidos com base nos impostos pagos ao imperador. Estes se materializaram na forma de alimentos, como o milho [...]*” [tradução da autora]. O autor cita também registros de comércios Maias. Na filosofia Iorubá, o Aiê, o mundo terreno, seria o lugar das trocas, o mercado. Um de seus orixás, Exu, é justamente a representação, dentre outros, desse mercado, da troca.

Do ponto de vista da história da Europa Ocidental, na obra *A dinâmica do Capitalismo*, Braudel (1987) descreve a transição da prática comercial de um modelo pré-capitalista para o mercado já nos moldes do capital. O autor afirma que a troca é um elemento constitutivo da sociedade, o que vai ao encontro do que outras epistemologias, como a Iorubá citada acima,

compreendem. A forma em que esse mercado se dá, porém, vai cambiando ao longo dos séculos. Analisando-se o desenvolvimento histórico da economia de mercado, o autor destaca a importância dos alimentos na história da civilização e para o “fluxo da história”:

O que comem? O que bebem? Como se vestem? Como se alojam? Perguntas incongruentes, que exigem quase uma viagem de descoberta, porque, como sabem, o homem não come nem bebe nos livros de história tradicional. [...] Eles [os alimentos] são, de fato, a cada vez, intermináveis, importantes fluxos de história. E não se poderia exagerar, em todo o caso, a importância dos cereais, plantas dominantes da alimentação antiga. O trigo, o arroz, o milho, são o resultado de escolhas milenares e de inúmeras experiências sucessivas [...] (BRAUDEL, 1987, p. 12-13).

Em “A Grande Transformação”, outro texto clássico para essa discussão, Karl Polanyi (2000) analisou os mercados, em especial a partir da grande transformação do século XIX, quando do movimento de autorregulação dos mercados e de destruição das instituições nas quais se estruturava, à época, o “sucesso liberal”. Polanyi (2000) resgatou a origem dos mercados enquanto estrutura institucional, compreendidos por ele como “um local de encontro para a finalidade da permuta ou da compra e venda” (POLANYI, 2000, p. 76). Em sua origem, o comércio sempre fora mais baseado na reciprocidade do que na permuta, segundo o autor, e seu principal objetivo era a obtenção de bens distantes. A economia de mercado poderia ser definida como “[...] um sistema econômico controlado, regulado e dirigido apenas por mercados” (POLANYI, 2000, p. 89). Polanyi analisou justamente a mudança do mercado regulável para o autorregulável e suas implicações para a sociedade europeia da época.

No campo da ciência econômica, uma das primeiras abordagens de estudo da forma mercado propunha a ideia de uma concorrência perfeita: ideia expressa na noção de “mão invisível”, de Adam Smith. Com o tempo, porém, a forma mercado foi estudada e segmentada em outros distintos tipos. Em crítica à visão clássica da economia política, Karl Marx refutou a ideia de autorregulação e defendeu que a análise do mercado e do capitalismo precisava ser, antes de tudo, uma análise das relações sociais. Com o desenvolvimento de uma abordagem mais heterodoxa da economia política, conceitos de oligopolização e monopolização foram elaborados e aprofundados para fazer menção a estruturas de mercados que não foram marcadas pelo perfil da concorrência perfeita, defendida pelos economistas clássicos; a concorrência, seria, assim, premissa básica da dinâmica do capitalismo, mas se deu de diferentes maneiras.

Entende-se por oligopolização uma tendência do capitalismo, quando há a existência de um pequeno número de produtores. Sua situação extrema seria o monopólio. O conceito de

oligopólio não implica ausência de rivalidade; a concorrência entre poucos e grandes é, às vezes, mais intensa do que em mercados de estrutura competitiva. Possas (1990) é um dos autores brasileiros que destrincha com qualidade o que seria uma teoria de uma estrutura de mercado em oligopólio, partindo da crítica às visões neoclássicas de mercado, cujo paradigma é o equilíbrio estável com maximização de lucros, segundo a abordagem marginalista. A ideia de igualdade entre a oferta e demanda e de deseconomias de escala é chamada por ele de “premissa irreal”, já que, na prática, o que se verifica como desdobramento do crescimento de empresas é a concentração, e não o equilíbrio. A forma oligopólio seria a condição mais geral, devendo esta noção ser adotada como padrão de referência teórica. Essa concorrência não deveria ser entendida, igualmente, como um fator que contribuiu para uma desaceleração do processo de reprodução do capital (POSSAS, 1990, p. 25). A oligopolização, em termos de concentração e controle, seria a marca da produção e do comércio mundial.

Tendo assumido um olhar que parte e considera as dimensões contraditórias da formação socioeconômica, é possível assumir que, no contexto contemporâneo, diversas transformações na esfera da circulação advêm de processos de consolidação e concentração do grande capital industrial e comercial, sendo os grupos econômicos que controlam as cadeias de supermercados uma de suas principais manifestações destes últimos. A tendência à concentração na atividade comercial implica e tem rebatimentos nos custos de venda, tal qual como ocorre nos demais segmentos da economia. Para Maluf (1988),

[...] a organização das atividades econômicas numa sociedade capitalista implica na produção de mercadorias como valores (como valores de troca) e a apropriação desse valor, mais especificamente do valor excedente (mais-valia), é que move os agentes econômicos (os capitais) em suas atividades. Mais do que isso, a forma como se obtém as mercadorias traz implícitos os mecanismos de distribuição ou apropriação do valor contido nelas. A comercialização dos produtos agrícolas, como parte integrante da circulação das mercadorias, também será alvo da aplicação de capitais voltados a promover a circulação desses valores e que se apropriam de parcela dos mesmos (MALUF, 1988, p. 339-340).

Quando se localizam historicamente as experiências de produção e consumo, compreende-se que não é possível falar de uma eficiência absoluta da comercialização que beneficiaria indistintamente os diversos grupos sociais que compõem uma sociedade. Da mesma forma, ao invés de considerar a possibilidade de uma convivência harmônica entre esses segmentos que compõem uma atividade econômica, joga-se luz à dimensão conflitiva e contraditória inerente à formação socioeconômica. De acordo com Maluf (1988), a organização

da produção e da circulação (e do que se pode, na atualidade, se referir como sistema alimentar, conforme será visto) expressa relações de poder da sociedade. Não compete, aqui, portanto, uma abordagem funcionalista que analisa o desempenho das funções dos atores econômicos a partir de uma visão pretensamente técnica, na qual a questão da eficiência que aparece como eixo central se trata de uma sequência de etapas devidamente predefinidas. Estudar atores econômicos é sobretudo compreender que estão diretamente relacionados à (re)produção de relações sociais e políticas.

No que diz respeito ao varejo alimentar de produtos agrícolas, não é possível que se compreenda este movimento de concentração nas etapas de comercialização sem que se considere o próprio processo de modernização conservador pelo qual passou o capital agrário brasileiro. A história deste nasceu em articulação com o capital industrial, diferentemente de outras experiências no mundo. Em relação às dinâmicas de mercado, vale ressaltar que, quando se analisam os produtores, de um lado, e supermercados, de outro, enquanto a produção agrícola apresenta um perfil mais atomizado, já os supermercados, conforme visto, apresentam uma estrutura cada vez mais oligopolizada. Isto gera implicações nas políticas de compra de mercadorias. Redes de supermercado que configuram grandes conglomerados e apresentam, muitas vezes, processos de integração vertical (envolvendo atividades de atacado, transporte, processamento, dentre outros), detêm condições particulares de negociar melhores condições de compra com fornecedores, dada sua condição oligopsônica (MALUF, 1988, p. 280-281). Situação diferente se dá na relação entre varejo e indústria de alimentos, já que, nesta última, há também atores com significativos poderes econômico e político.

1.3.2 A atualidade da discussão sobre a forma oligopólio com franja e a permanência da pluralidade de atores

Do ponto de vista da análise econômica, Cyrillo (1987) caracterizou em seu trabalho o setor supermercadista como uma estrutura oligopolista com franja. Isto significa a existência de um pequeno grupo de grandes supermercados dominantes e um grande número de outros supermercados, pequenos e médios, e um setor no qual se espera aumento das margens brutas de comercialização, à medida que o grupo oligopolista fixasse preços elevados e fosse seguido pelas firmas independentes da franja. Sua definição permanece elucidativa para os dias atuais: o setor permanece apresentando um grande número de empresas, porém, uma expressiva concentração

dos lucros. As principais características deste oligopólio supermercadista, destacada por diversas referências, é a existência de poucas barreiras à entrada, de economias de escala e do fator preço como um dos elementos para a escolha.

Assim, um importante conjunto de trabalhos, sem desconsiderar os processos de concentração e demais transformações que levam ao aumento de poder nas mãos de empresas internacionais – as corporações do varejo – adota a perspectiva de mostrar que o varejo tradicional, bem como outras formas de compra, ainda existe, tanto em pequenas e médias cidades, como também nas grandes, especialmente em áreas com população de baixa renda (MONTEIRO; FARINA; NUNES, 2012; FLEXOR, 2014; CHIODO, 2010, p.130). São estudos que analisam a “franja” do oligopólio, de extrema importância para a compreensão da dinâmica de distribuição de alimentos em áreas urbanas (FARINA *et al.*, 2005, p.146). Em síntese, os autores defendem que as evidências empíricas não ratificam a teoria de desaparecimento do pequeno e do tradicional mercado, em decorrência da expansão e da suposta maior eficiência das grandes cadeias de supermercado. Permanece uma heterogeneidade de atores no setor do varejo, no qual estas outras formas de varejo alimentar resultam de características históricas e constitutivas da atividade do varejo de alimentos em si. Ou seja, há um padrão de coexistência de formas diversas que apresenta forte concentração, perceptível nos valores de faturamento das grandes empresas, cuja diferença é bastante expressiva em comparação às demais lojas, podendo inclusive este “pequeno” ter papel funcional por serem colchões amortecedores num contexto de crise.

Logo, o setor, por um lado, apresenta uma forte concentração, perceptível nos valores de faturamento das grandes empresas, cuja diferença é gritante em comparação às demais lojas. Por outro, é possível perceber a permanência de uma pluralidade de atores. Este retrato reforça a definição de Cyrillo dos anos 1980. A categoria genérica de “supermercados” é composta, assim, por atores diversos, desde as grandes corporações às redes regionais, estaduais e locais e outras formas de varejo. Em muitos casos, não apenas um formato classificável como “pequeno comércio” permanece nessa “franja”, como também empresas com peso significativo, inclusive, com poder político e econômico. No trabalho de Monteiro *et al.* (2012) e Farina *et al.* (2005), os autores e autoras avançam nesse “desmembramento” da categoria “supermercados” separando, na análise, por exemplo, cadeias de supermercado e supermercados independentes. Ainda assim, me parece que fica necessário um maior desmembramento das categorias. Dentro da própria categoria de cadeia/redes de supermercados, há uma pluralidade de atores com trajetórias e

estratégias distintas. O exercício comparativo elaborado serviria também para esses dois casos que, tal como apresentam na pesquisa, aparecem numa mesma categoria.

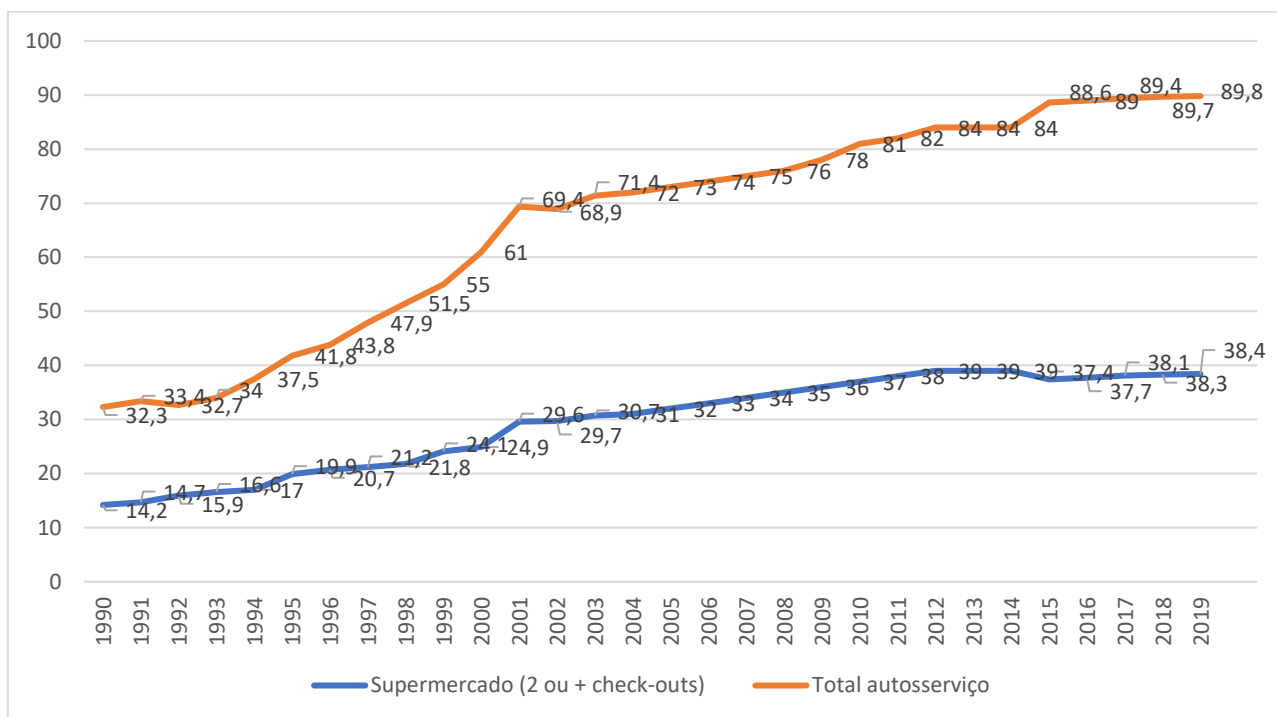
Ou seja, há um debate vivo sobre a permanência de “franjas”. Estive atenta a ele ao longo do trabalho para compreender se, aonde e como essa “franja” diminui ou cresce ao longo dos últimos anos no município do Rio de Janeiro e que relações um eventual avanço do modelo calcado nas grandes empresas em regiões onde ainda predomina o varejo tradicional ou o supermercado de redes médias e regionais possui com dinâmicas de reprodução ampliada do capital. Esta leitura instiga a refletir sobre as dinâmicas de reprodução do setor *vis a vis* às próprias dinâmicas de reprodução sócio-espacial do capital, sejam em pequenas e médias cidades, como também nas grandes, especialmente em áreas com população de baixo rendimento. Em grande medida, essas outras formas existem em relação com a própria heterogeneidade social e sócio-espacial²⁴. Segundo Farina *et al.*:

*Diferentes formatos de lojas de varejo convivem no mercado brasileiro, disputam a preferência do consumidor e, ao mesmo tempo, se complementa [...]. O movimento de aquisições não se restringe às grandes empresas: as aquisições ocorrem entre redes menores, que por sua vez vêm incorporando unidades independentes. Esse movimento tenderia a elevar o grau de concentração no varejo alimentar, especificamente nos grandes centros, como São Paulo e Rio de Janeiro, onde os hipermercados dominam o mercado (BNDES, 2000b) [...] Apesar do aumento do grau de concentração no segmento de redes de supermercados, Farina & Nunes (2002) observaram uma discreta tendência de desconcentração no varejo alimentar em nível nacional. **Essa tendência está associada à expansão dos supermercados independentes (em número de estabelecimentos e participação de mercado) e do varejo tradicional (apenas em número de estabelecimento).** [...] A distribuição semelhante nas grandes regiões metropolitanas sugere que o adensamento urbano favorece a presença de redes de supermercados, cujo desempenho dependeria de grandes mercados consumidores. [...] A redução do market share das redes está associada à expansão dos supermercados independentes (FARINA *et al.*, 2005, p. 134-136, grifos nossos). [tradução da autora]*

Quando se analisa o quantitativo de lojas, nos dados da Abras, vê-se que uma parcela não desprezível são lojas classificadas como de autosserviços. A existência de um amplo segmento das empresas de consultorias igualmente ratifica esta premissa. Nos dados publicados em 2020, das 89,8 mil lojas em operação, 38,4 eram unidades de supermercados com dois ou mais *checkouts*. Embora sejam menos da metade, porém, representam 93,1% do faturamento sistematizado pela pesquisa (ABRAS, 2020, p. 20).

²⁴No *Reality Show* sobre supermercados que acompanhei, este ponto fica bastante evidente, pois muitos participantes se enquadravam neste perfil – sendo alguns deles casos da segunda geração da família, jovens que passaram a assumir o empreendimento construído. Também dentre as grandes empresas, há casos como este; as atividades remotas da Abras, que contam com falas de presidentes de redes nacionais, expressam isso. Das grandes redes, um exemplo de empresa que permanece familiar é o Grupo Bahamas.

Gráfico 1 – Comparativo do número de lojas de supermercado e autosserviço (mil)



Fonte: Revista Superhiper (2020); CLEPS (2005).

No tocante à questão do preço, Monteiro *et al.* (2012, p.143) avaliam que, embora haja uma crença geral de que supermercados independentes possuem menor eficiência em comparação às grandes cadeias, a média de preços de um grupo representativo de produtos em lojas independentes pode ser menor que os valores praticados pelas grandes cadeias. Ademais, a ida a grandes supermercados pode envolver custos inexistentes quando a compra é feita numa loja de maior proximidade. Para os autores, é a existência de diferentes vantagens em cada um dos formatos que justifica a permanência de ambos. Em um trabalho empírico, Borges e Cunha (2004) verificaram os preços de itens da cesta básica nos 58 supermercados mais procurados pela população, em Belo Horizonte. À época, avaliaram que estabelecimentos de pequenos e médios portes oferecem uma cesta de produtos a um preço menor que os super e hipermercados. Na visão do setor, também aparece a ideia de que o setor da indústria de alimentos praticaria estrategicamente preços diferenciados a depender do porte do equipamento varejista. Outra justificativa seriam as diferenças de custos operacionais.

Outro destaque importante é que a maioria dos trabalhos, como de Farina *et al.* (2005), analisa essa relação entre cadeias do que se chama de “núcleo dominante” do oligopólio e da

franja, num contexto de significativa redução de preços. Trata-se de um período que combinou uma drástica redução no preço dos alimentos com uma grande demanda. Naquela ocasião, para as autoras, fatores macroeconômicos – notadamente a estabilidade econômica que se verificou após os conturbados anos 1980 – e não mudanças no grau de concentração explicavam a variação nos preços dos alimentos. Na atualidade, já há algum tempo, vive-se no Brasil um ciclo de alta de preços, inclusive no preço dos alimentos. Como fica, neste caso, essa dinâmica de competição num mercado de oligopólio com franja? Como fica a expansão dos supermercados frente a modelos tradicionais de varejo num contexto mais de recessão do que de crescimento? O formato atacarejo seria uma resposta a esta conjuntura? Uma reflexão que pode derivar daí é que, se o grau de concentração aumentou, mas o preço dos alimentos subiu, fatores macroeconômicos, para além da questão da concentração, têm um peso relevante e chave no comportamento de preços.

A análise dos preços tem sua relevância no fato de ser um componente importante na escolha do consumidor de seu local de compra. Importa destacar, porém, que, embora o preço seja um fator relevante para a escolha de onde comprar, não é único (BORGES; CUNHA, 2004, p. 20; BECCO; NUNES, 2003). Becco e Nunes (2003), analisando o caso de Fortaleza, destacam, além dos preços baixos, a proximidade da casa ou do trabalho e a variedade dos produtos. Segundo eles:

Inegavelmente, constata-se a importância do **fator locacional** (proximidade da casa/trabalho), responsável por 69,5% da preferência dos consumidores, fator diretamente relacionado à estratégia logística que assegura a influência dos equipamentos supermercadistas a um raio de três quilômetros. O segundo fator mais importante relaciona-se ao **preço** (66,5%), que é um item altamente relacionado a Logística, pois mesmo esta não sendo diretamente responsável pelo preço, é significativamente impactante no mesmo. Outro fator preponderante apontado foi a **variedade de produtos** (40,7%), que tem total correlação com a Logística, visto que está diretamente associado aos canais de distribuição (BECCO; NUNES, 2003, p. 6-7, grifos nossos).

Apesar de todos os trabalhos abordados neste item serem muito relevantes, me parece que, no geral, se trata de abordagens que reduzem a cálculos objetivos em termos de “custos” algo que traz uma diversidade de outros elementos, que devem ser explorados, como o faz, por exemplo, a sociologia do consumo. Ao analisar mercados públicos, Pintaudi (2006, p. 98) mostra aspectos culturais para compreender a permanência de formas tradicionais de mercado de alimentos, mesmo frente às mudanças do setor: “[...] numa sociedade que sujeita tudo ao econômico, essa “tradição” é capturada e a exploração continua através da cultura”. Mesmo

quando se avança numa leitura menos “determinista” da predominância das grandes corporações, faz-se muito pela lógica de custos, eficiência etc., quando se sabe que esse *homo economicus* que minimiza custos inexistente para além dos esquemas analíticos e que a dinâmica do consumo é muito mais complexa que isso.

Nessa linha de pensar a heterogeneidade do varejo de alimentos, se analisarmos a dinâmica de compra em feiras livres, somos obrigados a superar essa visão de ganho de eficiência. É sobre práticas culturais que envolvem uma diversidade de dimensões, desde a amizade de anos com o/a feirante, passando pelo passeio ao ar livre e o consumo de alimentos, como a tapioca, o pastel de feira e o caldo de cana. Quando se fala de alimentos, há uma particularidade para além da situação de pequenas e médias empresas de outros setores, que são elementos culturais que incidem em comportamentos e hábitos alimentares. Isso ajuda, inclusive, a compreender a maior concorrência existente em alguns itens como os próprios FLVs.

1.3.3 Varejo e serviços na atual reprodução do capital

Ao pensar o varejo alimentar, localiza-se essa análise numa etapa específica da reprodução do capital, que é o processo de circulação de mercadorias. Se, para um conjunto de movimentos sociais do campo, a retórica “alimento não é mercadoria” sintetiza parte de suas visões de mundo, na estrutura predominante do abastecimento alimentar, porém, os alimentos são mercadoria. Considerando-se que os mercados são anteriores ao capitalismo como modelo econômico e relação social, entendo que a crítica ao alimento-mercado se refere especificamente à forma mercadoria que este bem ganha, sobretudo nos marcos capitalistas como modelo econômico e relação social²⁵.

Uma das formas possíveis de se compreender teoricamente a comercialização parte do entendimento de se tratar de uma etapa do processo capitalista, enquanto uma atividade da esfera da circulação de mercadorias. O capital comercial seria, segundo Marx, uma parte do capital total. Sua realização ocorre pela transformação de dinheiro em mercadoria, e de mercadoria em dinheiro, no ciclo constante de metamorfose do capital (MARX, 2014, p.138). O ciclo do capital monetário só é possível através da circulação. Inclusive, em *Grundrisse*, obra que apresenta a

²⁵ Petersen (2020, p. 272) demarca que: “Desmercantilizar não significa a negação das transações mercantis, mas o afastamento estratégico dos mercados convencionais moldados segundo as especificações do regime agroalimentar corporativo”.

versão inicial da crítica da economia política, Marx (2011) faz apontamentos econômico-filosóficos acerca da indissociabilidade entre produção e consumo:

[...] na produção, os membros da sociedade apropriam (elaboram, configuram) os produtos da natureza às necessidades humanas; a distribuição determina a proporção em que o indivíduo singular participa desses produtos; a troca provê dos produtos particulares nos quais deseja converter a cota que lhe coube pela distribuição; no consumo, finalmente, os produtos devêm objetos do desfrute, da apropriação individual. A produção cria os objetos correspondentes às necessidades; a distribuição os reparte segundo leis sociais; a troca reparte outra vez o já repartido, segundo a necessidade singular; finalmente, no consumo, o produto sai desse movimento social, devêm diretamente objeto e serviço da necessidade singular e a satisfaz no desfrute. A produção aparece assim como o ponto de partida; o consumo, como o ponto final; a distribuição e a troca, como o meio-termo, o qual, por sua vez, é ele próprio dúplice, uma vez que a distribuição é o momento determinado pela sociedade e a troca, o momento determinado pelos indivíduos [...] na distribuição, a sociedade assume a mediação entre produção e consumo sob a forma de determinações dominantes; na troca, produção e consumo são mediados pela determinabilidade contingente do indivíduo (MARX, 2011, p. 44).

O ciclo do capital monetário só é possível através da circulação. De acordo com o autor, as etapas de produção, distribuição, troca e consumo são como um silogismo. Uma constitui a outra, sendo a produção, também, imediatamente consumo, já que é apenas no consumo que o produto – algo resultado de um processo produtivo – se estabelece. Duas etapas muitas vezes retratadas de forma estanque em nossos exercícios de teorização, dada a dificuldade “natural” de se apreender a totalidade dos processos, aparecem em alguns momentos da obra de Marx de forma não dissociada. O elemento distribuição também é objeto de análise, aqui sendo considerado ele próprio um produto da produção. Os resultados da produção são os objetos da distribuição, e o modo determinado de participação na produção terá implicações nas formas particulares da distribuição, a forma de participação na distribuição (MARX, 2011, p. 50). Mais recentemente, Zizek (2004) retomou esta discussão filosófica²⁶ da dualidade entre produção e consumo. Segundo ele, estes elementos não se deveriam:

[...] encenar um tipo de “síntese dialética dos opostos”. Pelo contrário, é preciso afirmar a antinomia como irreduzível e conceber a questão da crítica radical não como posição determinada e oposta a outra posição, mas como lacuna irreduzível entre as posições – o interstício puramente estrutural entre elas. Por isso, para ele, [...] o valor tem de se

²⁶ Essa relação de difícil compreensão remete a um antigo provérbio iorubá, que ganhou destaque mais recente em um famoso documentário - “AmarElo: É tudo pra ontem” - sobre um importante rapper da atualidade, Emicida: “Exu matou um pássaro ontem, com uma pedra que só jogou hoje”, provérbio impossível de se compreender numa visão meramente linear e “etapista” dos processos.

originar tanto fora da circulação, na produção, quanto dentro da circulação (ZIZEK, 2004, p. 179).

Do ponto de vista da geografia, a circulação tem um papel especial: como afirma Santos (2002), o espaço é composto por fixos e fluxos, sejam eles objetos ou ações. Santos (1996, p. 214) afirma, inclusive, que a circulação prevalece sobre a produção, visto que os fluxos se tornaram mais importantes para explicar a organização espacial: o próprio padrão geográfico define-se pela circulação. Assim, é importante que não se perca de vista essa perspectiva de paralaxe, proposta por Zizek, colocando a dimensão da produção “[...] como contrária às esferas “ilusórias” da troca e do consumo” (ZIZEK, 2004, p. 179). Uma outra dimensão que gostaria de destacar é que valorizar essa relação produção-consumo (garantindo essa perspectiva da paralaxe) de forma mais sistêmica joga luz à dimensão de espacialização dessa relação que assume uma “forma geográfica”, ou melhor, sócio-espacial.

Com o intuito de “aterrissar” essa discussão no caso empírico deste trabalho, embora a tônica dos representantes do setor supermercadista é a de compreender suas transformações a partir apenas da perspectiva das inovações e de transformações tecnológicas, é preciso que se localizem estas mudanças como resultantes de fatores históricos e geográficos e do “[...] processo de reestruturação produtiva do capital” (ANTUNES, 1999, p. 60). Que reflexões se pode extrair sobre as dinâmicas atuais do varejo e do mundo dos serviços no atual estágio do capitalismo, no qual se domina um processo de acumulação flexível, resultado de uma intensa reestruturação?

Em um recente contexto de crise e reestruturação, quando o capitalismo se deslocou de forma significativa para o mundo das finanças, esse deslocamento da análise da economia real para sua reprodução fictícia vem sendo analisado sob diversos aspectos nos estudos agroalimentares, como por exemplo: nas análises da financeirização da agricultura e de ativos fundiários, bem como de processos de espoliação, centrais para entender as novas formas e como avançam os processos (re)produtivos do capital. Já no que diz respeito à esfera da produção, muito tem se falado sobre as novas bases produtivas da acumulação flexível, a desconcentração produtiva, a terceirização de empresas e seus impactos para o mundo do trabalho e a organização da classe trabalhadora.

E sobre a comercialização? Que novos elementos têm sido salientados ao olhar as configurações contemporâneas? O que se tem a dizer sobre esse momento de realização do valor, um dos componentes da clássica equação desenhada por Marx no final do século XIX para

sintetizar o processo de reprodução do capital? A categoria proletariado de serviços (e a discussão sobre se esse proletariado, afinal, participa ou não da criação de valor) do qual fala Antunes (2020) tem tentado dar conta das transformações recentes, do ponto de vista do mundo do trabalho. Para denominar essa relação precarizada e flexível, surgiu o termo *uberização* do trabalho, em alusão à empresa Uber, uma das pioneiras nessa forma de trabalho. Mas, do ponto de vista da organização do capital e de seus atores dominantes, o que há de novo e o que é preciso captar nesse retrato atual do que vem sendo denominado capitalismo de plataforma para que o compreenda? Como e quantos aderem a esta forma de trabalho? Que serviços são terceirizados? O que tem de novo no chão do supermercado? Como o Toyotismo – cuja uma das características dele é uma produção mais vinculada à demanda – se dá num país como o Brasil e, mais especificamente, no varejo alimentar brasileiro?

Neste último caso, é notória a aproximação entre esta leitura e o que se trouxe ao abordar a ideia da “jornada do consumidor”. Sabe-se, porém, que não se deve, numa leitura pasteurizada, assumir que é esta a ideia que orienta toda e qualquer estratégia supermercadista. Há, de forma bem demarcada, múltiplos padrões, tendo o componente rendimento populacional como um marcador. Outro ponto que Antunes (2020) destaca é a organização de círculos de controle de qualidade, uma melhoria da produtividade das empresas a partir de um *savoir-faire*. Parece-me que isso também é expressivo atualmente no setor, sendo um exemplo disso as já comentadas inúmeras consultorias para todo tipo de serviço que se realiza no supermercado (característica que também se vincula à dimensão competitiva que existe sobretudo na franja do oligopólio).

Outra possibilidade de análise é perceber como o capital comercial tem se relacionado –com outros tipos/etapas do capital – já que, afinal, os capitais se interligam –, por exemplo, a partir da financeirização do varejo alimentar. As redes de supermercado trabalham atualmente com concessão de crédito para consumo (que é parte de um processo de financeirização). Outro aspecto é a chegada de fundos de investimentos em redes e *startups* do setor. Por exemplo, a gestora de investimentos Pátria tem negociado a compra e o controle de redes de supermercado e de distribuidoras de alimentos pelo país (VALOR ECONÔMICO, 2021b). Chiodo (2010, p.166) já havia ressaltado o novo papel de instituições financeiras no varejo alimentar e nas redes supermercadistas, assim como Burch e Lawrence (2009), segundo os quais os supermercados têm avançado não apenas em comercialização de bens não alimentícios como também em

participações imobiliárias, estabelecimento de bancos e seguradoras de crédito, empréstimos e hipotecas (BURCH; LAWRENCE, 2009, p. 277).

Por outro lado, também vale perceber para onde se expandem territorialmente as redes de supermercado. No município do Rio, chama a atenção (mais dados e análise serão vistos nos Capítulos 3 e 4) a existência de um “avanço de fronteira” para regiões que se podem considerar periféricas, marcadas por uma média de rendimento baixa. Esse avanço territorial se dá tendo a mesma frente de expansão que outros atores privados que atuam no espaço urbano, tal como o capital imobiliário, um ator-chave na construção de um modelo de planejamento empresarialista (SOUZA, 2013, p. 131). Mais recentemente, tem sido retomada a estratégia de revitalização do centro do Rio sob esses mesmos moldes empresarialistas. Uma reportagem que noticia o fechamento de uma unidade de supermercado na região central afirma: “[...] se a ideia é trazer mais moradores para o Centro, a região precisará de mais mercados” (DIÁRIO DO RIO, 2022).

Notar-se-á, assim, que as redes de supermercado caminham em direção aos mesmos territórios onde movimentos sociais da cidade denunciam processos de espoliação e especulação (por exemplo, a Zona Oeste e a região central do Rio), na medida em que a crise acentua elementos da destruição criativa. Indo ainda mais além, poder-se-ia pensar a colonização da alimentação, dos hábitos e das práticas alimentares como uma espécie de fronteira, uma forma de destruição criativa para o capital? Chama-me a atenção o crescimento do setor para novas áreas geográficas, como será visto, movimento que decerto tem implicações diversas nessas localidades no sentido de destituir formas pretéritas e potencialmente acirrar concorrência entre atores. Ainda segundo Antunes (2009):

Quanto mais aumentam a competitividade e a concorrência intercapitais, mais nefastas são suas consequências, das quais duas são particularmente graves: a destruição e/ou precarização, sem paralelos em toda a era moderna, da força humana que trabalha e a degradação crescente do meio ambiente, na relação metabólica entre homem, tecnologia e natureza, conduzida pela lógica societal voltada prioritariamente para a produção de mercadorias e para o processo de valorização do capital (ANTUNES, 2009, p. 36).

Wrigley e Wood (2018), ao analisarem a globalização do varejo, falam que este não deve ser subestimado, dado seu lugar estratégico justamente entre a produção e o consumo. Como esse varejo se relaciona e é influenciado pelas duas pontas da cadeia, sendo uma posição estratégica, precisa ser compreendido. Essas reflexões importam, afinal, o metabolismo social tem relação significativa com as dinâmicas do capitalismo. Se, por um lado, produção e consumo são

indissociáveis, estes também possuem entre si uma certa relação de independência, o que ele também denomina de uma ausência de unidade, muito bem expressa, por exemplo, no antagonismo social, na clivagem e nos conflitos na relação capital trabalho (ANTUNES, 2009, p. 26). Ainda que se tenha superficialmente levantado algumas reflexões frente ao desafio de se avançar teoricamente sobre o tema posto, há muito que se caminhar para uma – necessárias - análise mais profunda sobre como essa estrutura produtiva mais flexível do capitalismo reverbera no varejo alimentar e vice-versa.

1.4 O panorama atual do supermercadismo brasileiro e sua relação com os principais atores da cadeia de abastecimento

Foi surpreendente descobrir e analisar uma ampla produção de informações sobre os supermercados. São muitas as portas de análise para o tema. Para a grande maioria de “detalhes” dentro de uma loja e na ação das empresas de forma geral há um conjunto de discussões estratégicas. Há estratégia comercial para a melhor disposição de produtos (tanto no que diz respeito à prateleira ideal para cada tipo de item como para combinações que estimulem vendas casadas), para a organização e localização das sessões, para o dia e produto ideal para realização de promoções de diferentes itens, dentre outros. Com tantas estratégias possíveis, muitas vezes chega a prevalecer na fala de atores do setor, especialmente daqueles ligados a empresas de consultoria a ideia meritocrática de que, se a sua loja não consegue competir com um grande supermercadista vizinho, é porque se está adotando a estratégia errada. Numa “geografia interna dos supermercados”, há até quem use as ideias de centro e periferia para analisar o chão da loja:

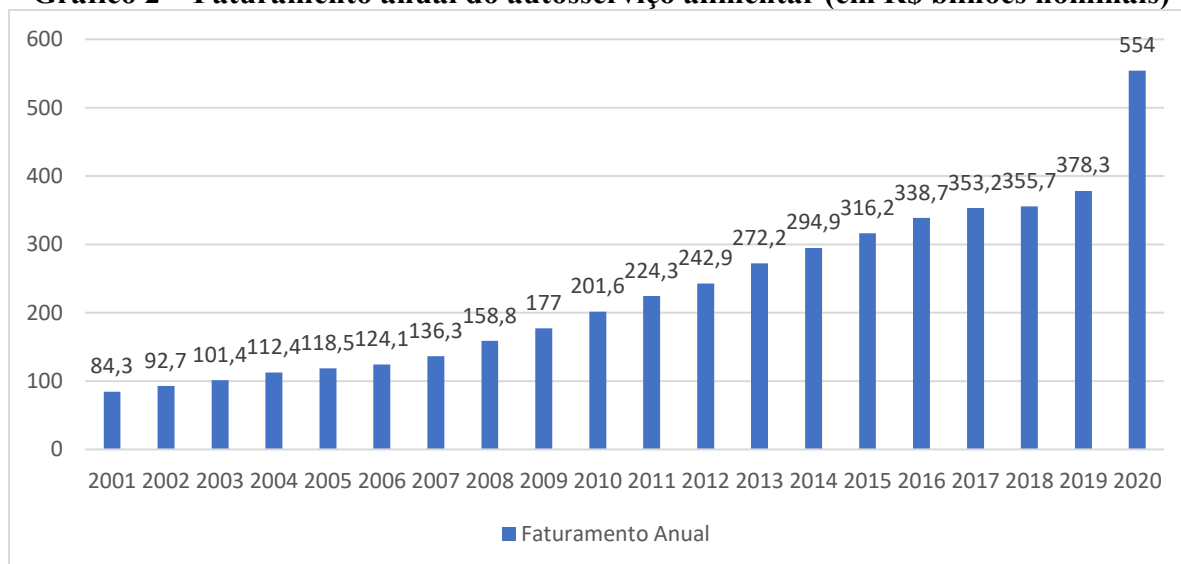
[...] periferia do supermercado são as extremidades das gôndolas e os 40 centímetros das pontas. [...] quando o consumidor entra num corredor, dificilmente ele para no começo, tendendo a seguir para o meio. No “centro” ficam os itens mais vendidos. [...] O corredor de entrada é uma das partes mais valorizadas da loja (SUPER INTERESSANTE, 2011).

O supermercado ocupa uma posição particular no sistema alimentar, centralizando fluxos e estabelecendo relações com diversos atores. Nos últimos anos, muitas transformações ocorreram, como a chegada da *Big Data* e o desenvolvimento de inovadores modelos de varejo,

como os casos das corporações Amazon e Alibaba. Existem muitas expectativas, especulações e sugestões de mudanças no futuro dos supermercados e no “supermercado do futuro”, como mostra uma reportagem que cita o caso da rede Dalben, no interior do estado de São Paulo (MERCADO E CONSUMO, 2021). Ao mesmo tempo, nesse contexto não homogêneo de atores, estas transformações em direção a um “varejo do futuro” estão longe de serem implementadas por todos os supermercadistas. Mais ainda, muitas transformações sobre as quais se falavam há alguns anos são “promessas” que não se concretizaram²⁷.

O Ranking Abras, elaborado pela empresa AC Nielsen, é uma importante fonte de informações do setor. Segundo seus dados, nas duas primeiras décadas do século XXI, os supermercados seguiram crescendo em número: entre 1999 e 2019, o número de lojas de supermercados saltou de 24 mil para 38,4 mil. Entre 2001 e 2019, o faturamento do setor saltou de R\$ 84,3 bilhões para R\$ 378,3 bilhões. A maioria dos dados do setor não segmentam vendas de bens alimentícios e não alimentícios. Segundo Aguiar (2009), em referência ao Ranking Abras, à época, cerca de 70% do total auferido pelos 500 maiores supermercados vinha do varejo de alimentos. O restante refere-se à comercialização de outros produtos, como eletrônicos, produtos de limpeza, higiene pessoa, dentre outros.

Gráfico 2 – Faturamento anual do autosserviço alimentar (em R\$ bilhões nominais)



Fonte: ABRAS/NIELSEN; SUPERHIPER, 2004 *apud* CLEPS, 2005.

²⁷ Uma reportagem de 2000, sob o título “Supermercado do futuro não tem fila” (JORNAL DO BRASIL, 2000a, p. 8), menciona como tendência algumas transformações que, 20 anos depois, não ocorreram.

Os dados tomados como última referência aqui foram os disponibilizados em Abras (2021), relativos a 2020. É resultado do envio de informações de 902 companhias²⁸, envolvendo um total de 91.351 lojas do “setor autosserviço”, das quais 82.849 do “segmento supermercado”²⁹ e um faturamento de R\$ 554 bilhões. Em 2020, as 20 maiores representaram 46,3% do faturamento, faturando R\$ 197.230.309.545 bilhões. Já as cinco primeiras faturaram R\$ 147.129.880.335 bilhões. São elas Grupo Carrefour Brasil (62.220.000.000), GPA (61.500.000.000), Cencosud (8.595.612.119), Irmãos Muffato (7.518.051.346) e SDB Comércio de alimentos (7.296.216.870). Em 2021, as 20 maiores faturaram R\$ 242.455.180.682 bilhões (43,76% do total). As primeiras do ranking e seus respectivos faturamento brutos são: Carrefour (74.751.000.000), Assaí Atacadista (39.400.000.000), GPA (31.063.000.000), Mateus Supermercados (14.352.809.355) e CENCOSUD (9.403.007.296).

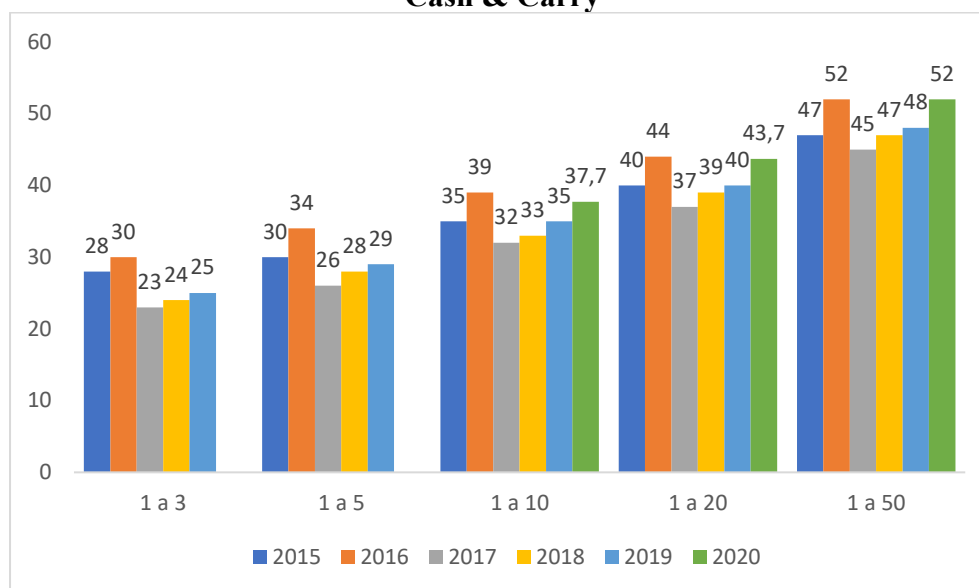
Embora uma quantidade significativa de empresas compartilhe seus dados, há algumas ausências. Há alguns anos existe uma disputa entre os dois primeiros lugares entre os grupos Carrefour e o Pão de Açúcar, havendo, em termos de faturamento, uma pequena diferença entre eles, seguidos do WalMart. Em 2017, o Walmart comprou o Grupo BIG³⁰, mas depois o grupo deixou de informar seus dados, o que gerou uma alteração importante no ranking e seu grau de concentração no topo das principais empresas. Há dois anos seguidos que ele não aparece; sua saída fez diminuir o faturamento das três e cinco maiores empresas. O ranking também disponibiliza dados relativos à concentração do faturamento do setor. Uma novidade em 2021 foi a separação dos dados do Pão de Açúcar e do Assaí, que ficou na segunda posição, e a chegada ao ranking do grupo maranhense Mateus.

²⁸ Menos que no ano anterior, quando este número foi de 935.

²⁹ No Ranking de 2021, não se desmembrou o “segmento supermercado” entre aqueles com dois ou mais *checkouts* e os demais, conforme era feito nos demais rankings, comprometendo a análise comparativa com anos anteriores.

³⁰ Que em 2021 foi comprado pelo Carrefour. A compra expandirá a atuação do grupo francês em regiões onde até então tinha pouca presença, como no Nordeste e no Sul do país (VALOR ECONÔMICO, 2021a).

Gráfico 3 – Evolução da concentração (%) sobre o faturamento do setor autosserviço e Cash & Carry

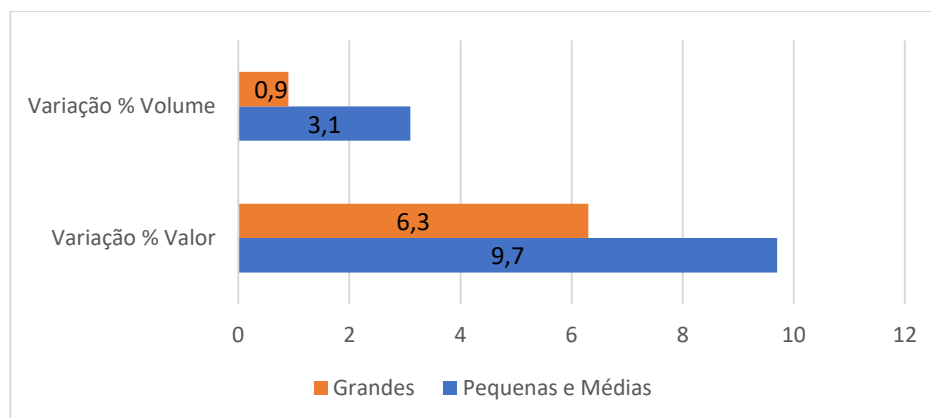


Fonte: ABRAS/NIELSEN.

Nos últimos dois anos, os dados do ranking foram publicizados em evento remoto, contando com a apresentação de dados por representantes da Nielsen, empresa responsável pelo estudo. Em Webinar aberto ao público e disponível na plataforma Youtube, um representante da empresa Nielsen, responsável pela elaboração da pesquisa, segmentou as empresas do ranking em três grupos. O primeiro é relativo a essas duas maiores empresas (que agora envolvem o faturamento de Carrefour, Assaí e GPA), seguido de um grupo de quatro a cinco varejistas também com faturamento significativo, entre R\$ 7 a 8 bilhões. Depois, a lista é composta de um grupo grande de empresas que apresentaram faturamentos entre R\$ 2 a R\$3 bilhões.

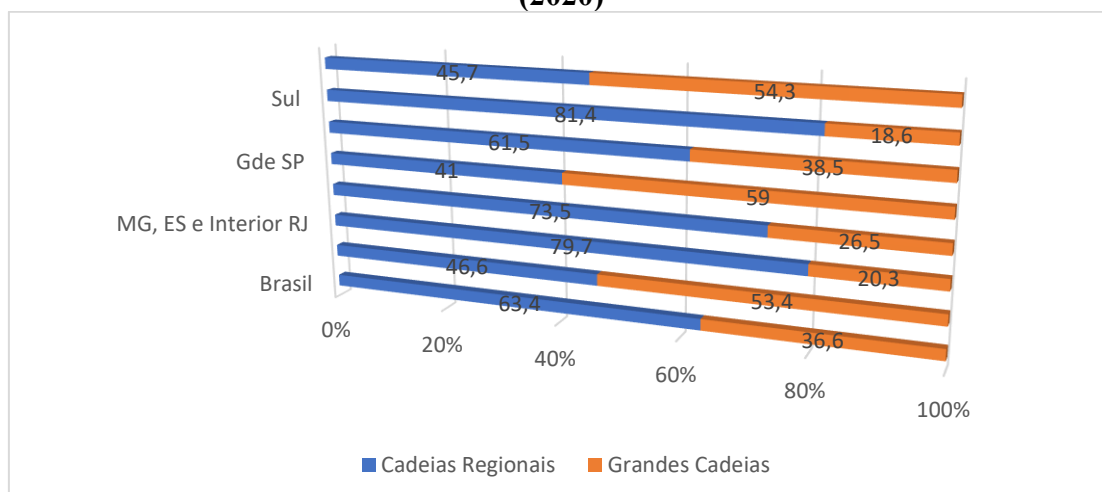
A apresentação dos dados do ranking, relativos ao ano de 2020, segmentaram a variação de vendas pelo tamanho das cidades. A pesquisa identificou que cidades pequenas e médias apresentaram, naquele ano, crescimento maior quando comparadas às cidades grandes. A pesquisa também identificou que as denominadas cadeias regionais representaram 63,4% do faturamento do varejo no país, o que significa cerca de 2/3 do que é comercializado. Na região do Rio de Janeiro e sua região metropolitana, 73,5% do faturamento do setor foi relativo a essas redes. Em locais como Minas Gerais, Espírito Santo, interior do estado do Rio de Janeiro e na região Sul, esse percentual fica em torno dos 80%. Segundo a pesquisa, em 2020, as redes regionais abriram mais de 287 pontos novos de venda a nível nacional; e esse aspecto será abordado nos Capítulos 3 e 4.

Gráfico 4 – Variação de vendas entre 2019 e 2020 por tipo de cidade (Brasil)



Fonte: apresentação Ranking – Live Abras (2021).

Gráfico 5 – Percentual de faturamento – Cadeias regionais vs. Grande cadeias por regiões (2020)



Fonte: apresentação Ranking – Live Abras (2021).

Embora a ampla maioria dos trabalhos utilize como referência os dados da AC Nielsen, há algumas críticas, como as sistematizadas em Chiodo (2010, p.131-135), no que diz respeito a falhas metodológicas, mas também a ausência de fontes alternativas. Segundo ele, a metodologia exagera na participação do autosserviço, dos super e hipermercados no comércio de alimentos. Porém, a maioria dos países usa estes, bem como os artigos acadêmicos, tornando os dados, diga-se, autorreificáveis. Igualmente, Farina *et al.* (2005) também destacam que a pesquisa conduzida pela AC Nielsen subestima o número de locas tradicionais, já que a metodologia não incorpora lojas especializadas, por exemplo. No caso brasileiro, destaca-se que o ranking é feito pela autodeclaração das empresas, e que nem todas as empresas declaram seus dados. Para a análise da cidade e do estado do Rio de Janeiro, por exemplo, essa questão tem um peso significativo,

pois supermercados importantes como o Zona Sul, Guanabara e Mundial não declaram seus dados à Nielsen e ficam fora do ranking.

Para compreensão de questões contemporâneas do varejo alimentar, faz-se importante analisa-lo tendo como referência o debate do abastecimento alimentar. Em 17 de junho de 2021, a Abras realizou o evento 1º Fórum Nacional da Cadeia do Abastecimento, com o objetivo de discutir e pensar estratégias de inclusão do setor à agenda denominada ESG com atores classificados como cadeia do abastecimento. As discussões ali realizadas apontam pistas sobre tendências e desafios enfrentados por esse conjunto de atores. Nos próximos itens, elenquei os principais aspectos que tangenciam a relação dos atores supermercadistas com esses atores que o setor chamou de cadeia de abastecimento: a indústria da alimentação, atores da logística e distribuição, da produção de FLV e, por fim, com o próprio consumo e o consumidor. A principal fonte de pesquisa para este item foi o “trabalho de campo remoto”, feito a partir dos documentos impressos e das atividades remotas que acompanhei, especialmente ao longo da pandemia e do isolamento provocado pela Covid-19. Também foi possível ratificar alguns desses elementos explorados na análise empírica do setor no município do Rio.

1.4.1 Inovações digitais e o “varejo do futuro”

O tema da transformação digital foi uma constante nos materiais analisados, tanto impressos como em meios eletrônicos, durante a pesquisa, em especial nos anos de 2020 e 2021. A tônica predominante nos materiais é de que as evoluções no segmento se aceleraram em função da pandemia. Reportagem publicada na *Revista Super Negócios* (2021f, p. 21) considera, inclusive, que o momento atual é de uma terceira onda de inovações no varejo, marcado pela inovação e aplicação de novas tecnologias. Esta seria mais uma etapa de transformação tecnológica, já que, ao longo da trajetória dos supermercados, outras transformações ocorreram e deram o “tom” de como o supermercadismo é hoje, a primeira sendo a adesão ao código de barras e a segunda aos sistemas de gestão (ERPs). A atual onda de transformações, classificada como terceira, caracteriza-se, dentre outros, pelo comércio eletrônico, pelos aplicativos de entrega, de programas de pontos, pelas plataformas digitais e pelo *self-checkout*.

Sob o ponto de vista das empresas de aplicativos de entrega, as parcerias com os supermercados têm sido vistas como uma “nova fronteira” (INFOMONEY, 2022). Ao analisar a aceleração destas transformações no contexto da pandemia, reportagem da *Revista Super*

Negócios (2020a) afirma que empresas caracterizadas como *startups* cumprem uma função especial para o avanço dessas transformações, sendo muitas vezes elas que trazem novos modelos de tecnologia. Ainda segundo a reportagem:

A digitalização, por exemplo, sempre foi tendência, mas passou a ser sobrevivência. E esta digitalização vai muito além do e-commerce. Aplicativos de entrega, vendas por WhatsApp, otimização dos meios digitais disponíveis para conseguir atender o consumidor de maneira rápida e efetiva. Outra surpresa foi a revitalização das redes sociais, de forma diferente da maneira como elas estavam sendo consideradas. As redes sociais ganharam novos papéis, de comunicação peer to peer, de troca, interação em tempo real, e não somente de exposição de ideias (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020a, p. 6).

Parte dessas tecnologias já é utilizada mais intensamente nos EUA, como o reconhecimento facial, por exemplo, já em uso pela empresa Amazon. Essas tecnologias teriam como benefício a redução de custos operacionais da loja e erros, como no caso da tecnologia de *self-checkout*: “[...] um totem que trabalha 24 horas por dia, sete dias na semana [...] não tem que abrir e fechar caixa”, afirmou um consultor da área³¹. Outra tendência neste contexto de transformações é o surgimento de supermercados “100% online”. Reportagem da *Revista Super Negócios* (2019, p. 79) mostra o caso do Zipp, fundado em 2017, como o primeiro mercado totalmente digital, segundo a publicação. Outra empresa 100% online é a *startup* de vendas de supermercados por canais digitais Favo (FORBES, 2021). A empresa recebeu um aporte de R\$ 141 milhões liberados pelo Tiger Global, um fundo de capital de risco. Apesar do crescimento do comércio digital, a tônica que prevalece é a de que o varejo físico não desaparecerá, justificando o emprego da palavra *physical*, que representa a junção do físico com o digital.

Outro destaque relativo às inovações digitais é a questão de dados e do chamado de *Costumer Relationship Management* (CRM). No geral, a tônica é de que o CRM é uma ferramenta de fidelização dos clientes, pois tem permitido que as lojas saibam mais detalhes sobre eles e, a partir daí, tracem estratégias mais assertivas para a jornada do cliente (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021e, p.19). Um último ponto que merece destaque são novas modalidades de pagamento e transferências digitais, inovação na economia como um todo e, também, no comércio varejista. Reportagem da *Revista Super Negócios* (2020c, p.16) relata algumas parcerias já existentes entre supermercados e aplicativos de pagamento digital. Os Supermercados Mundial, no município do Rio de Janeiro, conhecidos por aceitar apenas

³¹ Entrevista realizada pela TV ASSERJ, em 3 de março de 2021. Disponível no canal da Associação na plataforma Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vtsgghYLrlg8>.

pagamento em cartão de débito, firmaram uma parceria com as carteiras digitais Ame digital, Mercado Pago, Iti e PicPay. O Guanabara, com a PicPay, criou uma parceria que permite descontos exclusivos. O Apple Pay e Samsung Pay são aceitos em compras no Pão de Açúcar e também no Extra. O Prezunic aceita pagamento por meio do app Caixa Tem e, por fim, o Carrefour, com as carteiras Samsung Pay, Google Pay, PicPay e Caixa Tem. Estas carteiras digitais seriam “[...] não apenas uma transação financeira, mas uma jornada de pagamentos”, afirma um consultor da área³², que envolve, por exemplo, acesso a promoções e ao *cashback*.

1.4.2 A construção da ideia de um “supermercado com propósito” e a compra como uma experiência

“O supermercado tem que ter um propósito claro que envolva as pessoas em torno dele, a comunidade e a equipe, para além da vida do acionista”, disse um representante do grupo Carrefour, numa entrevista concedida para a revista de uma associação de supermercado: “Se a marca não tiver propósito a energia que vai ser conectada entre quem convive com ele e os supermercados vai ser muito baixa”, afirma o empresário³³. Estas frases simbolizam um movimento perceptível para os casos de várias empresas, que é a construção por parte do setor de uma ideia de um “supermercado com propósito”, remetendo a uma ideia defendida pelo setor privado de que hoje, mais do que bens/produtos, as pessoas querem comprar ideias e valores. Neste sentido, o engajamento de empresas em alguns temas debatidos na atualidade seria uma estratégia bem-vinda – com retornos positivos, inclusive no faturamento. Este ponto também é apontado em entrevista que realizei com representante de uma empresa de consultoria do setor varejista:

O varejo alimentar tem se preocupado com diversas particularidades que antigamente não se dava atenção, segurança alimentar, segurança do trabalho, prevenção de entregas, e eles tem notado que tem feito diferença nas grandes redes então até as pequenas hoje e médio porte tem apostado nisso, tem apostado porque veem que a necessidade disso pode ser interpretado como um custo inicial mas se transforma a médio e longo prazo um investimento pelo retorno, estabilidade, conforto dos clientes, dos funcionários, estrutura para trabalhar [...] (Entrevista com representante de uma empresa de consultoria do setor varejista).

³²Em entrevista realizada pela TV ASSERJ, em 5 de novembro de 2020. Disponível no canal da Associação na plataforma Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RIBiyuE90KY>.

³³Em entrevista realizada pela TV ASSERJ, em 7 de janeiro de 2021. Disponível no canal da Associação na plataforma Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=d0reVEPuHoU>.

A noção de garantir o abastecimento inflada ao longo da pandemia é ela própria uma ideia de supermercado com propósito: “agradecer a quem não parou de trabalhar”, diz uma propaganda de Natal, de 2021, de uma rede carioca. Esta afirmativa, de alguma forma, “mascara” o fato de ter sido um dos únicos segmentos que apresentou lucro e crescimento durante a pandemia e de que a ininterrupção das atividades envolveu um grande risco das e dos trabalhadores do setor. Atenção especial é dada a algumas redes sobre as questões ditas “identitárias”. Por exemplo, após o caso de racismo que levou ao assassinato de um homem negro no Rio Grande do Sul, o grupo Carrefour lançou a campanha “Juntos para transformar”. Em seu material informativo, a campanha afirma: “nós não vamos esquecer” (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021a, p.7-8)³⁴. Em entrevista na qual compartilha aprendizados do grupo no “gerenciamento da crise” decorrente deste caso, representante da empresa mencionou que todo o resultado das vendas do dia 20 de novembro de 2020 das lojas do Carrefour, data do brutal assassinato, foi doado para entidades ligadas à luta pela consciência negra (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021a, p.5).

Outro ponto que merece ser explorado é a incorporação de uma agenda positiva em favor da diversidade, ancorada na ideia da responsabilidade social corporativa³⁵. Aqui, a inclusão passa a ser vista como um ponto adicional da “experiência de compra” do consumidor ou consumidora: “Em um contexto muito mais plural e diverso, a representatividade passa a ser buscada e valorizada pelo público, que quer se enxergar em todos os passos da sua experiência de compra” (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021d, p.14). Em muitos momentos, parece que a inclusão é vista meramente como um elemento potencial para reverter resultados positivos em termos de compra. Outro exemplo que merece destaque, embora não se trate de uma empresa do ramo específico do supermercadismo, é a promoção de apoio ao pequeno empreendedor feito pela empresa Magazine Luiza. Reportagem da *Revista Super Negócios* (2020a, p. 7) discorre sobre a importância da valorização do consumo local:

A ideia de círculo de consumo local está direcionada ao incentivo do consumo de produtos vendidos localmente e de forma segura, que ajudam os pequenos comércios a preservar sua economia. Com a crise econômica da COVID 19, essa atividade deve se consolidar, com posterior impacto e reforço no comportamento de compra de todo o mercado.

³⁴ Vídeos da campanha estão disponíveis no canal da empresa na plataforma digital Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Ft34ZXJ8imw>>.

³⁵ Por exemplo, também em 2021, a Asserj realizou um seminário sobre o tema, atividade apoiada pela Unilever (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021e, p.13-14).

Esses e outros elementos apareceram no evento Fórum Nacional da Cadeia do Abastecimento, indo ao encontro com a discussão que será vista mais à frente de como atores-chaves dos sistemas alimentares têm se organizado para construir soluções para o que eles próprios têm chamado de *broken food systems*.

1.4.3 A relação entre os supermercados e a indústria de alimentos

Um aspecto importante de ser destacado tem a ver com a relação entre os supermercados e a indústria, em particular, da alimentação. Já foi ressaltado mais acima que o processo de industrialização ajuda a entender a ascensão dos supermercados, não apenas pelas transformações sociais que dela implicam, mas também do ponto de vista das técnicas que surgiam e foram permitindo essa forma de compra. A relação supermercado-indústria remonta, assim, à origem dessa modalidade de autosserviço e é marcada por uma mútua dependência: é pelo varejo que a indústria realiza suas vendas ao consumidor final, assim como é a produção, em seu modelo industrial, que justifica e fortalece o varejo supermercadista.

Os materiais analisados das associações de supermercados são repletos de patrocínio de marcas da indústria de alimentação: em retrospectiva histórica, transformações (inclusive sócio-espaciais) relativas ao crescimento da população urbana e o desenvolvimento da indústria de alimentos e de bens de consumo não duráveis demandavam uma “rede varejista atomizada” que garantisse as funções de estoque e distribuição desses bens e alimentos (CYRILLO, 1987, p. 43). Assim, a expansão inicial dos supermercados foi facilitada pela indústria que, interessada em garantir a distribuição de seus produtos, indiretamente financiou o setor quando lhe concedeu largos prazos de pagamento (LAVINAS; NABUCO, 1992, p. 56). Assim, é importante compreender o autosserviço à luz do próprio processo de industrialização do sistema (agro)alimentar que, segundo Wilkinson (1999, p. 34), redefine padrões globais de produção e consumo. Seria possível imaginar a existência dos supermercados sem pensar indústria de alimentos? E o contrário?

Porém, ao mesmo tempo que é uma relação intrínseca do surgimento de ambos os atores, é também uma relação permeada de conflitos envolvendo uma disputa em busca de uma maior margem de lucro. Essa rivalidade existente entre produtores e varejistas não é própria do setor de alimentos, mas também se expressa nele. No bojo dessa relação, há, inclusive denúncias e crítica a práticas de cobrança de custos adicionais por parte das empresas varejistas, alguns casos considerados, inclusive, como práticas abusivas, como a cobrança de taxas para a manutenção

dos produtos expostos para a participação em promoções de aniversário, o “enxoval”, que seria doação de produtos quando da abertura de uma loja e o ‘rapel”, que seriam cobranças de taxas extras para manter os produtos no local (CHIODO, 2010, p.121; WILDER, 2003)

Na análise de matérias de jornais, este conflito fica bem demarcado. Em uma reportagem do *Jornal do Brasil*, de 1986, década marcada pelo conflito dos preços, é notório o tensionamento entre estes dois setores e uma disputa para que o outro seja, de certa forma, responsabilizado pela flutuação e pelo aumento no preço dos produtos. Sob o título “Grandes grupos medem forças na guerra de preços”, a reportagem afirma que:

Indústrias dizem que não podem ceder nada ao ‘cartel dos supermercados’. Os supermercados dizem também que nada podem ceder, porque o governo, ao detonar o congelamento, começou por eles e são eles a ponta visível sob fiscalização do consumidor. Por isso, juntaram-se para brigar contra fornecedores tão ou mais fortes, nacionais e estrangeiros [...]. E o governo, que pretendia ficar de fora, talvez não tenha outro recurso senão intervir, fixando os preços que uns cobram dos outros, quando e se as prateleiras começarem a ficar vazias e quando os armazéns das indústrias ficarem cheios. [...] Nesta briga [...] desta vez o governo garante que o perdedor não será o consumidor. E não apenas grandes grupos econômicos, monopólios ou cartéis usam seu poder de pressão. Também as pequenas e médias empresas, apoiadas pelas suas entidades de classe, concentram forças na tentativa de neutralizar o poderio das gigantes (JORNAL DO BRASIL, 1986a, p. 30).

Para Burch e Lawrance (2009, p.275), nessa queda de braço, há uma passagem do controle das cadeias de abastecimento agroalimentares da indústria para os supermercados, a partir dos anos 1960, com a introdução de novos sistemas logísticos e da gama de produtos. Esta mudança aumenta o poder de barganha do varejo, fortalecendo os supermercados neste elo de distribuição (BECCO; NUNES, 2003, p.3). A tendência das marcas próprias aparecia como promissora em textos dos anos 1990 e 2000; experiência bastante verificada no mercado europeu e também utilizada pelo menos no caso das redes de alçada internacional, como CBD, Carrefour e Walmart. Há registros antigos sobre venda de produto com marcas próprias, como os casos dos Supermercados Eldorado de São Paulo que, em 1974 (CHIODO, 2010, p. 32), assim como os Supermercados Disco, em 1977, e as redes Bompreço e Paes Mendonça, em 1978 (ABRAS, 2002, p.72). Embora fosse uma prática crescente em algumas regiões, como na Europa, em 1999, as marcas próprias correspondiam a 3% do total das vendas, subindo apenas para 4,8% em 2003, podendo ser considerados valores bem baixos (CLEPS, 2005, p.152).

Um importante argumento desenvolvido por Monteiro *et al.* (2012), ao falarem da prática de preços de grandes cadeias e de supermercados independentes, consiste em dizer que uma

estratégia dos processadores de alimentos seria cobrar de firmas marginais preços mais baixos, para não contribuir no aumento de poder de compra dos grandes varejistas (MONTEIRO *et al.*, 2012, p. 59). Da mesma forma, Wilder (2003, p.118) afirma que, ao longo dos anos 1980, a indústria priorizava a relação com as grandes varejistas, porém, justamente com o aumento do seu poder de negociação, inverteram sua estratégia, passando a priorizar a relação com redes pequenas e médias.

Um novo aspecto nesse tema, que se constitui talvez como um novo dilema posto para os supermercados, é sobre a aproximação da indústria com o consumidor final. Em um evento remoto promovido por uma associação supermercadista³⁶, fala-se sobre a estratégia da indústria de aproximar-se do consumidor, que ganhou bastante fôlego no contexto da pandemia da Covid-19, quando se aumentaram as experiências de compra direto da indústria. Se, por um lado, houve aumento de faturamento do varejo no ano de 2020, conforme aponta reportagem da *Revista Super Negócios* (2021b, p.11), é notória essa mudança na relação de algumas indústrias com o consumidor final. Apesar de se notar esse crescimento, o setor defendeu a inevitabilidade de sua permanência. A compra direta da indústria não seria capaz de substituir o padrão de compra permitido pelos supermercados, segundo o setor, que envolve significativa diversificação de produtos em um mesmo local.

1.4.4 A relação entre os supermercados e a produção de FLV

Segundo Reardon *et al.* (2003), a expansão dos supermercados envolve a expansão na comercialização de diferentes categorias de produtos. O formato de varejo iniciou-se com a comercialização de produtos processados; num segundo estágio, passou a operar com produtos semiprocessados e alimentos que requeriam processamento e empacotamento. A terceira categoria que se incorporou são os denominados perecíveis, dos quais os FLV integram. No geral, quando há aumento na renda, os consumidores tendem a procurar por alimentos frescos (REARDON *et al.*, 2005). Os FLVs, frutas especialmente, devem ser vistos como estratégia para aumento do *ticket* médio de uma loja e para “fidelizar” clientes.

Ao analisar a realidade brasileira, os autores afirmam que, até os anos 1980, frutas e vegetais eram vendidos, quase que na sua totalidade, em outros locais que não eram os supermercados. Neste segmento, o supermercado brasileiro compete mais diretamente com as feiras livres e quitandas. Dados da POF indicam que cresce a porção do mercado de frutas e

³⁶ Evento remoto “3º Campeões do Varejo”, promovido pela Abras e disponível na sua página na plataforma Youtube.

vegetais comprados em supermercados e que, quanto maior o perfil de renda, mais esta compra é realizada no supermercado, conforme será visto no Capítulo 3. Seria assim um nicho que os supermercados poderiam crescer em importância. Ademais, o padrão hegemônico da comercialização pode dar pistas para se compreender elementos constitutivos do cenário da produção, já que frutas e verduras (e também legumes) são um nicho tradicionalmente produzido por agricultores.

Segundo Cunha e Belik (2015, p. 225-226), as mudanças mais significativas nos contratos firmados entre produtores e fornecedores começaram a ocorrer já na década de 1980. Porém, os supermercados foram se mostrando como um canal muito seletivo para os produtores, ficando como fornecedores aqueles mais organizados e tecnificados. Demandas postas pelos supermercados, em termos de homogeneidade dos produtos, prazos de entrega etc., influenciam as dinâmicas produtivas. Analisando-se as dinâmicas de abastecimento da capital fluminense, Seabra (2015) mostra transformações significativas nas logísticas de abastecimento, sugerindo que há uma:

[...] exigência de qualidade e produtividade por parte dos canais mais dinâmicos, ou seja, aqueles diretamente conectados aos grandes estabelecimentos varejistas na área metropolitana. Há, nesse sentido, uma referência normativa dos supermercados capaz de diferenciar os produtores e os canais de comercialização. Logo, entendem-se as forças hegemônicas de caráter global como produtoras de diferenciação, assim como são dialeticamente envolvidas com processos relacionados a temporalidade pretéritas (SEABRA, 2015, p. 219).

Outro ponto que merece ser realçado é o aumento no comércio de produtos orgânicos em redes supermercadistas. Em entrevista com um produtor orgânico que já vendeu para os supermercados, mas atualmente comercializa principalmente através de feiras orgânicas na cidade do Rio de Janeiro, alguns desafios desta relação foram destacados. Dentre estes, a existência aqui também da prática do enxoval, comum na relação do varejo com a indústria, mas muito difícil de ser efetivado financeiramente por um produtor que não seja de grande porte. Os níveis de padrão de qualidade também foram destacados como um desafio. Segundo se verá Capítulo 4, porém, esta oferta não é comum a todas as redes nem a todas as regiões da cidade, para o caso do município estudado.

Embora tenha-se registrado um aumento nas vendas de FLVs por parte dos supermercadistas, é importante mencionar o crescimento das lojas de hortifruti. Uma atividade

remota promovida por uma empresa de consultoria³⁷ aborda justamente a questão da concorrência nesse setor. Os palestrantes sugerem que o movimento de compra da Natural da Terra pela Americanas, em 2021, não seria isolado, e a tendência seria uma maior movimentação desse tipo nos próximos anos. Citam, também, uma nova bandeira da GPA, o *Pão de Açúcar Fresh*, loja que dedicará 50% do seu espaço físico para a venda de perecíveis e tem como prioridade a instalação em bairros verticalizados, densamente povoados, com públicos das classes A e B” (ABRAS, 2021). Sua primeira unidade foi inaugurada em outubro de 2021, na cidade de São Caetano do Sul, São Paulo.

Por fim, um número significativo de *startups* tem se dedicado a encurtar a relação varejo-produtor, para o caso de produtores pequenos e/ou orgânicos. As narrativas dessas empresas aproximam-se da ideia supracitada de um supermercado com propósito. A possibilidade de informar ao consumidor quem e onde plantou e colheu um determinado produto passou a ser enxergado como um diferencial. Alguns exemplos de *startups* voltadas para este tipo de serviço são as empresas “Raízes” (VC S/A, 2021), “Muda Meu Mundo” e “Local”³⁸.

1.4.5 A relação entre os supermercados e atores da logística e distribuição

A forma como o varejo se organiza repercute antes e depois da cadeia. A comercialização deve ser vista como um mecanismo que gera efeitos profundos na estruturação e no funcionamento das atividades de produção, distribuição e consumo (CHIODO, 2010, p. 35). A consolidação de grandes redes foi configurando uma relação de abastecimento direto da indústria, em direção a uma dinâmica de grande distribuição. Segundo Mateos e Razquin (1999):

As mudanças nas relações de força em favor da grande distribuição fizeram com que núcleo do subsistema avançasse mais à frente. Em virtude disso, entender a organização e apolítica de abastecimento de super e hipermercados constitui elemento fundamental para quem está mais “atrás” da cadeia. A tendência aponta para o desenvolvimento de circuitos mais diretos entre a grade distribuição varejista e a produção primária. (MATEOS; RAZQUIN, 1999, p. 127) [tradução da autora].

Ainda nos anos 1970, o modelo de abastecimento das lojas caracterizava-se pela descentralização (SILVA; FAMÁ, 1999 *apud* WILDER, 2003). Esta tendência foi seguida pela de centralização, ou um modelo misto, no qual determinadas mercadorias são obtidas pelas

³⁷ Evento remoto Papo de Varejo 8, promovido pela Empresa SA Varejo e disponível em sua página na plataforma Youtube.

³⁸ Representantes de ambas as empresas participaram dos eventos remotos Papo de Varejo 1 e 8, promovidos pela empresa SA Varejo e disponíveis em seu canal na plataforma Youtube.

centrais de compra, enquanto outras vêm diretamente dos fornecedores (SANTOS; GIMENEZ, 1999). Essa tendência também é apontada por Reardon *et al.* (2005, p. 52), segundo os quais os sistemas de abastecimento centralizados prevaleceram em todas as regiões onde os supermercados operam. E, quando se fala em centralização dos processos de distribuição, está implícita também a centralização dos processos de tomada decisão.

No tocante ao abastecimento de alimentos frescos, ao longo do tempo, o supermercado reduziu o número de intermediadores. Com o tempo, as empresas supermercadistas foram se conectando diretamente com a indústria e construíram suas próprias logísticas de abastecimento e centrais de distribuição (CHIODO, 2010, p.111-112). Investiu-se na construção de grandes centrais que, ao longo dos anos, contribuíram com o enfraquecimento do papel de centrais de abastecimento, como a Ceasa (BELIK, 2000), ainda que ela permaneça com função importante para o caso de pequenas redes de supermercados (além de outros casos, como nas feiras). Segundo uma entrevistada que atua com agricultura familiar no estado do Rio de Janeiro, é notória a perda de centralidade da Ceasa mas, ainda assim, segundo ela, a Ceasa, “não deixará de existir de uma hora para a outra”:

[...] os anos 90 era muito forte a comercialização dentro da Ceasa, era uma disputa muito grande, hoje você percebe que não tem essa disputa toda que tinha na época [...] hoje, muitos mercados já estão comprando de rede de distribuição do interior e não passa mais pela Ceasa e muitas lojas na Ceasa já praticam a venda direta sem necessidade, especialmente, de freguês que vai até a Ceasa. O freguês que hoje vai mais na Ceasa é aquele freguês feirante [...] pequenos camelôs, [...] alguns restaurantes, alguns hotéis mas a grande maioria hoje compra tudo direto de produtor ou de algum distribuidor que nasceu no interior [...]. Mas a Ceasa, eu acho [...], por mais que eles estejam com dificuldade, ela nunca vai deixar de ser um posto de contribuição de escoamento da produção, porque as pessoas já tem aquele local ali como o local onde ele consegue todos os itens para ele poder tá aqui trabalhando no comércio dele de uma maneira integrada de conhecimento e de pesquisa de preço para ele, Até acho que pode nascer um outro lugar mas não acredito que com o investimento que foi colocado ali dentro por todas as redes de lojas, todos os mercados, não acredito que acabe de uma hora para outra” (Entrevista com profissional vinculada à agricultura).

Com o fortalecimento do *e-commerce*, novos desafios emergiram no que tange à logística e distribuição. Hoje, além das próprias centrais, é possível identificar uma tendência de maior descentralização dos estoques em um tamanho menor. Uma reportagem que comenta a divulgação de dados de uma pesquisa realizada pela Asserj, em 2020, sobre o aumento do *e-commerce* e do *delivery* (MOBILE TIME, 2020) chama a atenção para a fala de um de seus representantes no tocante aos novos desafios que isso impõe para a logística das lojas:

Queiróz aponta que muitos supermercados criaram pequenos centros de distribuição dentro de suas lojas e o galpão de estoque foi reformulado de modo a acelerar os pedidos online. “Foi uma quebra de paradigma do varejo. Gostamos de calcular a venda por metro quadrado da loja, mas com o crescimento do e-commerce, o depósito ganha importância” (MOBILE TIME, 2020, p. 3).

Uma recente novidade é o que vem sendo denominado de *Dark stores*. Estes pontos de armazenamento e coleta permitem uma logística descentralizada de distribuição e relacionam-se diretamente com o aumento verificado no comércio digital (e sobre o qual será falado mais no item seguinte), servindo para armazenagem, separação e envio de produtos. Seu objetivo é dar celeridade às entregas. É um segmento com presença de *startups* que vem recebendo apertos de atores do mercado, como no caso da Daki.

1.4.6 As metamorfoses do multicanal e a “jornada do consumidor”

A narrativa predominante no setor supermercadista na atualidade em materiais impressos e digitais é de que “o consumidor agora é rei” (ABRAS, 2002, p.182). É neste contexto que se insere a estratégia supermercadista de construção chamada de multicanais. Também referidos pelo setor com a palavra em inglês *omnichannel*, esta estratégia refere-se à atuação de uma mesma empresa com diferentes bandeiras e formatos de loja. Abras (2020, p. 28) segmenta os formatos de lojas em cinco: conveniência, loja de vizinhança, supermercado, hipermercado e atacado de autosserviço/clubes.

Tabela 2 – Número de lojas por tipificação dos formatos (2019)

	Número de lojas – total	Área média de vendas (m²)/loja	Média de <i>checkouts</i>/loja	Número médio de itens
Conveniência	2.395	59	1	3.143
Loja vizinhança	253	662	7	8.931
Supermercados	2.542	1.422	12	16.876
Hiper/supercenter	91	4.329	26	23.549
Atacado de autosserviço/clubes	357	3.007	18	11.328

Fonte: Abras (2020, p. 28).

Cyrillo (1987) analisa de forma relacionada o crescimento das vendas de atacado e varejo. Um dos motivos pelos quais esta discussão é importante é porque ela busca, a partir daí,

identificar quem tem maior poder de definir os preços. Segundo Cyrillo (1987), o atacado como modalidade de compra cresceu entre os anos 1940 e 1950, adquirindo:

[...] importância para a distribuição da produção da indústria de alimentos e de outros bens de consumo não duráveis. Esta tendência é percebida nos dados de 1950, quando o número de estabelecimentos de atacado do tipo diversificado aumentou mais de quatro vezes em relação aos existentes em 1940, tendo também aumentado a participação de suas receitas no total do atacado de alimentos (CYRILLO, 1987, p. 45).

Porém, para a autora, essa tendência não foi verificada na década seguinte, pelo contrário, o comércio atacadista diversificado apresentou, em 1960, o menor número de estabelecimentos do que no início da década anterior. Para ela, como resultado da dinamização e diversificação que ocorreu na indústria, nos anos 1950, ocorreram mudanças em termos do caminho trilhado pela comercialização nacional: “O aumento da escala de produção, a grande variedade de novos produtos e marcas pleiteavam uma nova forma de distribuição, que começou a ser introduzida no País” (CYRILLO, 1987, p. 45). Em 1975, a participação do varejo superou o do atacado de alimentos.

Nessa mesma direção, Becker (1966) destaca um momento de transição do poder entre atacado e varejo, pois primeiro escreveu que, como esse mercado se caracterizava por forte concentração, ele determinava o preço do varejo: “[...] o setor atacadista domina economicamente a comercialização, sobrepondo-se à produção e ao varejo, posição que lhe permite exercer grande especulação” (BECKER, 1966, p. 51). Porém, um pouco mais à frente, ela fala de transformações no sistema de comercialização em decorrência da expansão industrial e da subsequente emergência de novos tipos de compradores, levando ao enfraquecimento dos atacadistas, “[...] muitos dos quais passam a buscar na integração com o varejo, uma forma de sobrevivência”, destaca.

Um novo formato, o hipermercado, apareceu nos anos 1970: em 1971, com o Peg-Pag, em São José dos Campos, e um supermercado Jumbo, do Pão de Açúcar, em Santo André, ambas no estado de São Paulo (ABRAS, 2002, p. 69). A empresa internacional Makro se instalou no Brasil em 1972, lançando a primeira loja de autosserviço no atacado. Em uma reportagem intitulada “Supermercados, Hipermercados: o caminho do comércio”, do *Jornal do Brasil*, de 24 de maio de 1971, afirma-se que:

Hélio da Cunha Burekauser, dos Supermercados Peg-Pag, acredita que uma melhor ou maior participação dos fornecedores no abastecimento das lojas é o que falta aos supermercados brasileiros, comparados aos americanos, além de uma linha de produtos

mais variada, mais bem apresentada. Para ele, o caminho certo, em termos de abastecimento, está no hipermercado, como o Peg-Pag de São José dos Campos, em São Paulo. Uma loja fora do perímetro urbano, portanto com todas as condições de atender bem, oferecendo resultados os mais satisfatórios para o público e vendendo uma linha cada vez maior de artigos, inclusive eletrodomésticos, pelo sistema de crediário. Do ponto de vista da dona-de-casa, do consumidor, a facilidade de estacionamento, de escolha, a menor perda de tempo e a comodidade, o custo imobiliário menor, a possibilidade de lojas maiores e mais bem montadas (JORNAL DO BRASIL, 1971b, p. 7).

Uma reportagem de 1988, analisando dados econômicos do setor, afirma que os hipermercados foram o tipo de loja que mais faturou (JORNAL DO COMMERCIO, 1988, p.14). O tema dos hipermercados esteve em alta nos 1990, o que também se fez refletir na literatura acadêmica: textos como Silva (2005) e Cleps (1997) abordam isso. A variedade dos produtos (incluindo não alimentícios) era um dos principais diferenciais do hipermercado, que buscava atender as mais variadas necessidades de consumo. Entre 1994 e 1999, o número de itens comercializados pelos hipermercados passou de 16 mil para 65 mil, comportando, assim, um crescimento de 306,3% no mix de produtos. Isso mostra o crescimento na importância desses atores na comercialização (ABRAS, 1999 *apud* SAAB; GIMENEZ, 2000, p.114).

Porém, em paralelo a isso, também se traçava a estratégia de construção das “lojas de bairro” ou “lojas de vizinhança”, pequenas lojas próximas daquela proposta de mercados de bairro (SILVA, 2010). Era a estratégia multicanal se desenrolando: uma mesma empresa, com diferentes canais que passavam a adotar distintas estratégias comerciais, cada qual com implicações sócio-espaciais próprias. Os hipermercados eram modalidades de lojas que exigiam grandes superfícies, não sendo possíveis de se estabelecerem em localidades com alta densidade e taxa de ocupação. Já as lojas de bairro eram estratégias justamente para se instalarem em locais onde a disponibilidade de espaço era mais limitada.

Na última década, e especialmente nos últimos anos, o grande realce tem sido o formato atacarejo, definido por Pontes *et al.* (2017, p. 3) como um formato que combina o atacado e o supermercado, em grandes superfícies e com preço baixos. O tema do atacarejo merece destaque porque ele é uma forma de realização da comercialização distinta da do supermercado, que se realiza sob a forma de varejo, sendo uma espécie de comércio de atacado para pessoa física. Por isso, inclusive, a nomenclatura utilizada, por exemplo, nos materiais da Abras, é de “atacado de autosserviço”. Já em 2010, se anunciou que 60% das suas vendas eram compostas apenas por consumidores finais ou físicos (FOLHA DE SÃO PAULO, 2010). Em uma atividade remota

promovida pela Abras³⁹, um de seus representantes mencionou que, em 2007, Abílio Diniz disse, ao explicar a compra do Assaí, que essa seria “uma onda que tá passando e eu vou surfar nela”. O representante da associação brincou: “[...] pelo visto essa onda virou um mar”.

Vale notar que a fala de Diniz, retomada no evento de 2020, é de 2007, justamente um ano antes da crise de 2008. Assim como Cyrillo relaciona os momentos de mudança no varejo alimentar com as dinâmicas da economia, é possível estabelecer paralelos entre o crescimento dos atacarejos com as transformações que se deram a partir, especialmente, de 2013. Essas mudanças na economia e nos padrões de consumo podem ter se tornado “oportunidades” para o crescimento dessa modalidade. E, paralelo ao seu crescimento, é notório a queda da importância dos hipermercados que, em algum momento da história do varejo, eram vistos como a “grande promessa”. Em evento remoto promovido por uma empresa de consultoria⁴⁰, uma integrante de uma empresa de consultoria comentou que, além da extinção da bandeira Extra, do GPA, que possuía muitas lojas em formato hiper, outras bandeiras de hipermercado também não estariam apresentando boas margens de lucro.

Há, assim, dois movimentos inter-relacionados: o atacarejo vem crescendo, ocupando os espaços deixados pelos hipermercados. Na pesquisa do Ranking Abras, o *Cash and Carry* aparece com canal de maior crescimento, apresentando uma variação de 22% no valor comercializado, relativo ao aumento de 11,2% no volume comercializado (ABAD, 2021). Embora não se tenha pesquisa quantitativa prévia neste tema, é possível identificar diferenças de preços para o caso dos atacarejos, embora em muitos casos acompanhadas de perda de qualidade no mix de produtos. Ademais, o atacarejo tem representado uma maior penetração de algumas redes em regiões do interior e nas periferias dos grandes centros urbanos⁴¹.

Todas as grandes redes têm na atualidade sua bandeira de atacarejo, e também algumas regionais começam a caminhar nessa direção. No caso da CDB, em 2007, ocorreu um *joint venture* entre o Grupo Pão de Açúcar e o Assaí Atacadista⁴², por US\$ 118 milhões. Neste mesmo ano, o Carrefour adquiriu o Atacadão, num valor de R\$ 2,2 bilhões (CHIODO, 2010, p. 50). Já o Cencosud é proprietário da bandeira Jumbo. Outras redes que possuem bandeiras de atacarejo são os Supermercados Zona Sul, com o Mega Box (PORTAL APAS, 2010), e uma das associadas

³⁹ Evento remoto 3º Campeões do Varejo, promovido pela Abras e disponível na sua página na plataforma Youtube.

⁴⁰ Evento remoto Papo de Varejo 7, promovido pela empresa SA Consultoria.

⁴¹ Em trabalho de campo, percebe-se que o atacarejo tem sido um importante local de compra de insumos para pequenos empreendedores, mulheres, sobretudo, que trabalham com preparações culinárias para comercialização.

⁴² Quando compra de 60% da Assaí Atacadista.

da Rede Economia, que possuem O Bom Atacadão (GIRO NEWS, 2020). Outro atacarejo conhecido na cidade e no estado é o Dom Atacadista que, em 2021 e 2022, compôs o grupo de patrocinadores do Campeonato Carioca de futebol masculino. As empresas criaram bandeiras diferentes para essas distintas modalidades.

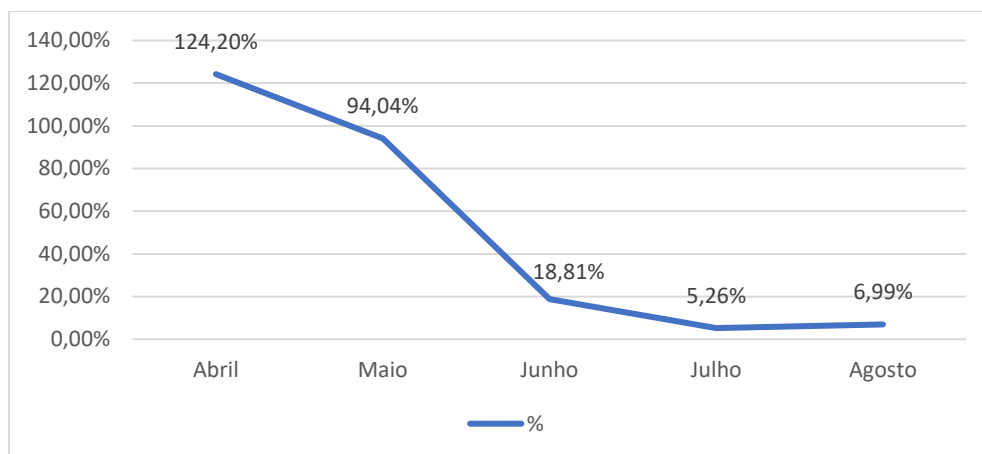
O conceito de multicanal inclui também a categoria de comércio eletrônico, o *e-commerce*, que cresceu significativamente na pandemia, e diversas pesquisas publicaram sobre o registro do seu crescimento⁴³. Segundo dados da Asserj, no primeiro mês da pandemia, o número de pedidos via *delivery* cresceu 124%, e o aumento dos pedidos por telefone ficou em 56%. Outra pesquisa da associação indicou um crescimento médio mensal de 49,86% de abril a agosto de 2020 (MOBILE TIME, 2020).

Antes dela, representava bem pouco. Com a pandemia, 13 milhões de brasileiros fizeram a sua primeira compra on-line, segundo uma pesquisa da Nielsen (SBVC, 2021). Se, por um lado, o atacarejo garantia o faturamento dentre uma parcela de consumidores, o *delivery*, por outro lado, garantia rendimento junto a outro perfil populacional. Esses dois “modelos” garantiram recorde de faturamento para as redes no contexto da pandemia. Em entrevista com representante de uma empresa de consultoria do setor, destaca-se que, ainda que diminua após o período mais crítico da pandemia, o *e-commerce* não deverá retornar aos patamares anteriores. O entrevistado também diz que o modelo de compra tem sido experimentado não apenas pelos consumidores de alto rendimento, como também pelas “classes C e D”:

[...] o supermercado [...] tem um tipo de ferramenta que proporciona ele vender o dobro que do que ele vende na loja, [...] o medo seria quando voltasse a liberar o restaurante, bares, essas coisas a venda cair ou praticamente voltar o que era antes, mas a gente percebe que ele gostou desse tipo de serviço gostou do tipo da comodidade de estar na casa dele, de lá chegar o chocolate, chegar a carne fatiadinha, chegar a cerveja, chegar o salgadinho lá na casa dele porque é o perfil, o que se compra, principalmente, pelo Ifood são coisas supérfluas, são coisas que ele tá lá na casa dele sem fazer nada ‘ah, eu vou pegar o carro sair do condomínio para ir para lá’, antigamente a gente achava também que seriam as pessoas de uma classe de B para cima que utilizava esse serviço só que é fantástico como a classe C e D tem usado esses aplicativos pela comodidade até porque [...] foi uma coisa bacana demais de ver a evolução, não só o supermercado se reinventando na sua operação, no seu formado de atendimento de serviço, mas a aceitação dos clientes também, porque às vezes a gente tem preconceito, a gente imagina que a pessoa não vai se adaptar, imagina que a pessoa não vai gostar, então uma classe um pouco mais baixa, com estilo de comportamento diferente, muitas vezes nos temos um perfil de compra na loja mas a gente não sabe se vai se adaptar e quando a gente vê a pessoa se reinventando se adaptando ao novo conceito também da empresa aí o resultado é bacana demais (Entrevista com representante de uma empresa de consultoria do setor varejista).

⁴³ Abras (2021, p.108) também sintetiza dados de uma pesquisa referente ao *e-commerce* feita junto aos supermercadistas que constataram que 85% dos respondentes estão atuando por meio de plataformas de *e-commerce*.

Gráfico 6 – Comparação mensal de pedidos de *e-commerce* de supermercados (%)



Fonte: Mobile Time (2020).

Ao mesmo tempo que o comércio digital abriu novas fronteiras para o supermercadismo, por outro lado trouxe novos concorrentes. Um dos muitos exemplos é a famosa varejista Magazine Luiza, assim como a internacional *Shopee*, que chegou ao Brasil em 2019 (UOL, 2019) e hoje comercializa, na sua plataforma digital, produtos de supermercado (SEU DINHEIRO, 2021). Ou seja, o desafio dos supermercados não é apenas a possibilidade de aumento das relações diretas entre indústria e consumidor, mas também da chegada de novos varejistas no ramo da alimentação.

Por exercício de recorte metodológico, alguns elementos não foram trazidos para o texto, sendo, porém, relevantes. Fica como indicações futuras de pesquisa compreender a trajetória de ascensão dos supermercados e das grandes redes, considerando-se também as grandes transformações tecnológicas e os impactos na atualidade do *e-commerce*. Caberiam inclusive a aplicação do conceito de território aplicado à internet. Também fica como indicação para pesquisa futura entender a diferença sócio-espacial da oferta de *delivery*. Por exemplo, entre o primeiro e o segundo mês da pandemia, os pedidos via *delivery* cresceram 114% em relação ao primeiro mês, segundo uma pesquisa da Asserj (ASSERJ, 2021b). Porém, em outra pesquisa feita pela Asserj com supermercados nas zonas norte e oeste, o número de pessoas que seguem no *delivery* é baixo, cerca de 4% (ASSERJ, 2020). É possível levantar a hipótese de que, na zona sul, esse número é maior.

Outro ponto importante de futuras explorações se refere ao uso de aplicativos para interação com o consumidor, sejam os aplicativos próprios como também plataforma como o *Whatsapp*, que também é entendido como um instrumento da digitalização no varejo. Uma

pesquisa divulgada na *Revista Super Negócios* (2021b, p.13) sobre o uso do *Whatsapp* afirma que 83% dos consumidores brasileiros usam o aplicativo para realizar compras. Já sobre as empresas, 73% das pequenas e médias também o utilizam e têm ampliado seu volume de vendas através deste uso. O varejo alimentar é um setor tão dinâmico que já existe até consultoria especializadas para comercialização via *Whatsapp*⁴⁴.

Assim, em síntese, este capítulo apresentou uma contextualização histórica sobre o abastecimento alimentar, chegando aos dias atuais, quando permanece a discussão sobre a necessidade de políticas públicas relativas a esta questão. Em seguida, contextualizei o tema central deste trabalho, os supermercados, novamente partindo de uma retrospectiva histórica – com dados sobre sua chegada ao Brasil – até os dias atuais. Levanto alguns pontos teóricos para reflexão sobre o lugar do varejo, enquanto etapa da circulação do capital – nas dinâmicas contemporâneas do capitalismo – e sobre a permanência de uma tendência ao oligopólio com franja. Este deve ser visto e analisado não apenas sob o ponto de vista da racionalidade econômica, mas com o desafio de incorporar nuances da discussão relativa aos alimentos, de sua aquisição e da alimentação.

Por fim, apresento questões-chaves e contemporâneas da – denominada pelo setor – cadeia do abastecimento: inovações tecnológicas chamadas por alguns como uma “terceira onda de inovações”; engajamento de empresas em agendas sociais, como o combate ao racismo e o tema da diversidade; novas tendências e tensões entre varejo e indústria; aumento do comércio de orgânicos para o caso da relação com a produção de FLVs; inovações nas logísticas de distribuição, e, por fim, um modelo varejista centrado nas escolhas do consumo, ofertando uma variedade de canais de comercialização (com destaque para a ascensão do comércio eletrônico e do formato atacarejo), tendo como aliado o gerenciamento de dados.

⁴⁴ Como o caso da empresa Newtail. Disponível em: <https://www.newtail.com.br/>

2. ENTRE REGIMES, SISTEMAS E REDES: ONDE ESTÃO OS TERRITÓRIOS? UMA ONTOLOGIA ESPACIALIZADA PARA PENSAR O VAREJO ALIMENTAR DESDE O SUL GLOBAL

A proposta deste capítulo é abordar os principais conceitos e categorias que compõem nossa matriz teórica de interpretação. A revisão bibliográfica realizada focou no debate teórico contemporâneo acerca dos estudos (agro)alimentares e da pesquisa sobre sistemas alimentares⁴⁵. Um dos motivadores iniciais para a elaboração deste projeto foi o debate em torno do conceito de regimes alimentares e de regime alimentar corporativo (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989). Ao longo do trabalho, considerando-se alguns dos limites da referida teoria para a análise do meu objeto de pesquisa, foram incorporados outros enfoques que têm buscado um diálogo crítico com essa abordagem, notadamente sua perspectiva macro-centrada e a ancoragem na teoria da regulação e, conseqüentemente, no estado. Assim, a revisão bibliográfica incorpora e dialoga com propostas que partem de outras escalas de análise.

Uma parte importante das abordagens que vem contribuindo para o campo de estudos (agro)alimentar vem sendo desenvolvida por geógrafos e geógrafas, o que me levou a afirmar que existe uma ontologia espacializada que contribui para este campo bem como uma geografia dos alimentos. Percebi, porém, o quanto que se trata de uma literatura internacional, tornando eventualmente difícil uma simples justaposição desses conceitos e análises a uma realidade distinta e, em muitos aspectos, mais complexa, por apresentar, como uma das características centrais, a expressiva desigualdade. Isto aparece, por exemplo, na literatura que propõe o estudo de redes alimentares alternativas. Como a escala importa, também é preciso anunciar e compreender as implicações relativas ao contexto da produção de um determinado conhecimento. Há uma relação estreita entre desigualdades e sistemas alimentares e na forma como ambos repercutem e se retroalimentam no espaço geográfico. Será explorada essa relação no quarto capítulo da tese, mas desde já este destaque precisa ser feito, pois a forma como essa dimensão é

⁴⁵ É notório o acesso desigual ao conhecimento produzido e sistematizado. Ao ler teses e dissertações sobre temas afins ao meu, a bibliografia citava várias obras indisponíveis para nós aqui no Brasil. O campo dos estudos agroalimentares é um campo de pesquisa contemporâneo com muito material publicado recentemente, e muitas destas obras são disponíveis por preços custosos. Materiais lançados mais recentes apresentam maior dificuldade de serem encontrados em domínios públicos. Esse acesso desigual à produção do conhecimento é um grande desafio na realização de pesquisas em nosso contexto, nos deixando, em alguns casos, em patamares distintos para a interlocução com outras autorias, pois nem sempre fazemos a interlocução que gostaríamos por simplesmente não acessarmos o que vem sendo escrito e publicado. É importante também analisar a geografia da produção do conhecimento – o que Haesbaert (2021, p. 241) chama de “contextualizar no espaço e no tempo a construção de nossas epistemologias” – neste campo e problematizar uma pretensão de análises universais que são produzidas desde um lugar não universal.

ou não incorporada nas abordagens teóricas poderá ter implicações em sua validade para um determinado contexto.

Este capítulo se propõe a trazer aportes da geografia brasileira à discussão dos sistemas alimentares em contexto urbano, construindo-se um diálogo pouco explorado entre esses autores e a discussão dos sistemas alimentares e das abordagens (agro)alimentares. Por exemplo, se, por um lado, a literatura internacional do campo (agro)alimentar tem feito uso da categoria território, por outro sua apropriação na discussão brasileira nem sempre toma como referência (ou interlocução) o que a geografia brasileira e do sul global vem desenvolvendo em torno desta categoria. Dentro da ontologia espacializada, a categoria território é a que vem ganhando maior adesão na literatura brasileira e latino-americana, sendo entendida não apenas como categoria teórica e normativa, como também uma categoria da prática (HAESBAERT, 2021). Há uma construção conceitual em torno da noção de território que não parte dos livros, chegando nestes a partir da prática. Assim, questiona-se: o que esse conjunto de interpretações sobre a realidade tem a contribuir com o debate internacional dos estudos (agro)alimentares e, mais à frente, com a interpretação do varejo alimentar numa metrópole urbana do sul global?

Ao mesmo tempo, também são poucos os trabalhos na geografia brasileira que incorporam o enfoque dos sistemas alimentares; o trabalho também busca contribuir nesta direção. Os sistemas alimentares produzem e estruturam espaços geográficos. Ambos, espaço e sistema alimentar, são compostos por objetos, ações e fluxos, e, em muitos casos, estes elementos são interpretados sob a lógica das relações de poder. Mesmo que a geografia em alguns países tenha se debruçado sobre a agenda de pesquisa dos estudos agroalimentares, há pouca apropriação dos colegas geógrafos brasileiros sobre o tema e, conseqüentemente, pouca contribuição do pensamento geográfico brasileiro ao enfoque dos sistemas alimentares.

Enfim, este capítulo apresenta abordagens distintas que derivam de diferentes campos intelectuais e trazem consigo diferentes bagagens. Ao invés de optar por uma adesão explícita a uma matriz teórica a ser “verificável”, o horizonte adotado aqui foi estabelecer um diálogo crítico entre distintas abordagens como uma mola propulsora para incorporar leituras diversas e identificar pontes e convergências entre elas. Este caminho teórico, de optar pelo diálogo de divergentes, também é defendido por Djamila Ribeiro em entrevistas, segundo a qual a pretensão da síntese, da totalidade, da universalidade, é parte do projeto e da visão do mundo branco-colonial. Nesta mesma linha, Leach *et al.* (2020), que realizam uma análise sobre poder e política

nos alimentos e na alimentação em distintas matrizes teóricas, sugerem que escolhas binárias simplistas levam a limitações na conceituação de questões centrais dos sistemas alimentares.

Valendo-me dessas inspirações e de conexões instigantes entre a abordagem dos sistemas alimentares e a abordagem espacial verificadas ao longo da pesquisa, optei, neste capítulo, pela seguinte trajetória: 1) apresentar histórico-geograficamente a construção da ideia de sistema alimentar a partir de alguns dos seus principais referenciais, entendendo que este enfoque é um guarda-chuva da discussão a qual a tese se propõe; 2) adicionar leituras ainda pouco usadas nesta literatura como autores da geografia crítica e da geografia brasileira e suas construções teórico-conceituais; 3) expor abordagens e análises macro como a teoria dos regimes alimentares calcada num olhar do sistema mundo e da economia política marxista e leituras sobre a geografia internacional do varejo, e 4) exibir abordagens que analisam, a partir da escala do local, os temas dos alimentos e da alimentação.

2.1 O enfoque dos sistemas alimentares para a construção de um campo de pesquisa

A expressão “sistema(s) alimentar(es)” tem sido amplamente utilizada em distintos campos do conhecimento, na academia, e se faz atualmente presente numa diversidade de narrativas fora dela. Em alguns casos, porém, sua aplicação aparece com perspectivas distintas, sem que seja considerado o *background* no qual o enfoque tem origem e quais questões centrais ele apreende. Por exemplo, muitas vezes, a expressão sistema alimentar aparece como um recurso analítico autoexplicativo ou uma simples junção de atividade interconectada em cadeias (MALUF, 2021). O nominalismo que Haesbaert identifica no uso de categorias polissêmicas, como no caso do conceito de território (2021, p. 130), aparece aqui também.

Em linhas gerais, o enfoque nos sistemas alimentares surge de uma compreensão integrada de atividades desde os processos de produção, circulação e consumo de alimentos. Na medida em que o aumento produtivo relacionado ao processo da Revolução Verde não levou à resolução da fome – aumentar a produção se mostrou insuficiente – evidenciou-se que esse fenômeno é mais complexo e se relaciona com outras dimensões, tais como o da distribuição. De Schutter (2010, p. IX), por exemplo, escreve que a fome não é uma calamidade natural, mas sim um processo de desenvolvimento. Muito antes, Castro (2005) já indicava algo similar ao dizer que a fome não é um problema biológico, mas sim social. Ao se perceber a inter-relação entre

estes “fenômenos”, fazem-se necessários um conceito e uma abordagem metodológica que deem conta dessa ampla dinâmica, em contraposição a metodologias e estudos que analisavam historicamente as cadeias produtivas. Neste item, será apresentada a construção conceitual do(s) sistema(s) alimentar(es) até o que se chama de sua institucionalização numa agenda internacional do Sistema ONU.

2.1.1 A concepção sistêmica: das ciências naturais para o campo dos alimentos e da alimentação

A ideia de sistema tem origem nas ciências biológicas e da natureza. Sua utilização no campo das Ciências Sociais é mais recente, a partir dos anos 1960 e, no geral, remete a uma junção de elementos interdependentes, de forma que qualquer modificação em um dos seus elementos leva à modificação dos demais (RASTOIN; GHERSI, 2010, p.13). Na definição de Malassis (1999), que marca todo o estudo que se seguiu no tocante ao tema, sistema alimentar é a maneira como os homens se organizam, no tempo e no espaço, para obter e consumir alimentos; a noção de sistema alimentar: “[...] integra o conjunto de atividades que concorrem para a função da alimentação numa dada sociedade, e representa a maneira como os homens se organizam enquanto produtores e consumidores, assim como o nível e as estruturas de consumo” (MALASSIS, 1994, p.11). Trata-se de uma definição que levanta questões-chaves, trazendo as dimensões de produção, de consumo e de organização social localizadas tanto no tempo como também no espaço. A dimensão espacial e a geografia dos alimentos e da alimentação são bastante exploradas no trabalho de Malassis.

Malassis (1994) fala de um sistema alimentar no plural, ou seja, da coexistência de sistemas alimentares, e propõe que a abordagem não seja só técnica, mas sim a partir de um olhar de totalidade definido por ele como uma agregação das dimensões históricas e geográficas. Ao falar da dimensão geográfica, o autor salienta as desigualdades alimentares entre os diferentes países do mundo e as categorias sociais também dentro de um mesmo país. Mais adiante, ele ressalta que o próprio gosto seria também uma categoria histórica e geográfica (MALASSIS, 1994, p. 30). Ao analisar o passado dos sistemas tradicionais para os industrializados, o autor faz uso da palavra *se nourrir*, propondo efetivamente uma inflexão em termos de chave analítica, deslocando-a da produção para a alimentação, uma vez que a evolução da agricultura não apresenta apenas uma dimensão agrícola.

Após a obra de Malassis, de 1979, outros trabalhos exploram teórico-conceitualmente a ideia de sistemas alimentares. Rastoin e Gherzi (2010) apresentam o histórico dessa construção teórica até chegarem à noção de sistema alimentar, passando pelas categorias *agribusiness*, *filières* e complexo agroindustrial. Após aportes como o da economia agroindustrial e posteriormente de uma economia agroalimentar, a dimensão sistêmica surge e anuncia como características centrais a abordagem pluridisciplinar e a identificação de variáveis de entrada e saída e de determinantes da dinâmica do referido sistema. Pensado em perspectiva, o uso da palavra sistema fazia um contraponto a enfoques da época, que possuíam uma abordagem mais setorial e em cadeia.

Rastoin e Gherzi citam também o importante trabalho de Edgar Morin que, a partir das noções de ordem e desordem, afirma que um sistema complexo pode ser definido como um emaranhado de interações e inter-relações, que devem ser percebidas tanto em sua unidade como em suas interações internas entre os componentes ativos dos quais constitui. Modelizar um sistema é representar um fenômeno ativo, que ocorre num ambiente ativo de transformação. A teoria dos sistemas privilegia a análise dos processos sob a análise das estruturas, considerando-se a hipótese de uma não estabilidade e interatividade permanente entre processos e estruturas (RASTOIN; GHERSI, 2010, p.14). Isso porque a identificação dos processos permite caracterizar ações e as funções associadas e tornam a operação essencial da modelização do sistema.

Rastoin e Gherzi apresentam uma teoria e um método de análise do sistema alimentar. Segundo De Schutter (2010, p. IX), este método de análise exige que se olhe para questões como a organização dos setores agroalimentares, bem como para o poder de negociação dos atores da indústria alimentar e a concentração nos setores e os instrumentos de estabilização de preços passíveis de aplicação por atores públicos. A teoria dos sistemas analisa a inter-relação entre agentes de toda a natureza que formam o sistema: os produtores, os intermediários de serviços, os consumidores, nutricionistas, a mídia, as associações de consumidores, o poder público nacional e supranacional. Sua análise pressupõe modos de coordenação, remetendo-se aqui à economia neoinstitucional. Por fim, a definição de Rastoin e Gherzi (2010) de sistema alimentar é:

[...] uma rede interdependente de atores (empresas, instituições, financiadores, órgãos públicos e privado), e que participam direta ou indiretamente na criação de fluxos de bens e serviços orientados para o atendimento das necessidades alimentares de um ou mais grupos de consumidores locais ou fora da área considerada. Essa definição

convoca três referências : morfológica (os atores constitutivos), espacial (áreas geográficas de atividade interna/externa), dinâmica (origem e circulação dos fluxos de bens e serviços alimentares) (RASTOIN; GHERSI, 2010, p.19) [tradução da autora].

Ericksen (2008) é um dos principais autores citados nos trabalhos que vão usar o enfoque de sistemas alimentares e afirma que seu crescente uso se deve ao suposto de que a agropecuária deixa de ser a atividade econômica dominante. A ideia que predomina em sua abordagem é a do sistema alimentar como uma cadeia de atividades da produção ao consumo, do campo à mesa (ERICKSEN, 2008, p. 235). Nesta cadeia de atividades, seria possível identificar principais atividades e atores envolvidos, denotando a ideia de que, dentro de um sistema complexo, é possível identificar processos chaves e determinantes que influenciam os resultados.

A abordagem de Ericksen (2008), que diferencia um sistema alimentar tradicional de um moderno, segmenta em atividades, determinantes e resultados do sistema alimentar, sendo as atividades: produção, processamento, empacotamento, distribuição, comercialização e consumo. Olhando estes quatro tipos de atividades, a distribuição, ou seja, os supermercados seriam o terceiro. Sua definição de distribuição refere-se a como a comida fisicamente se move para consumo de forma a se tornar disponível, de que forma, quando e para quem (ERICKSEN, 2008, p. 239). A distribuição seria uma atividade influenciada fortemente por infraestrutura de transportes, regulação do comércio, programas governamentais de transferência e políticas de estoque. Já o varejo seria influenciado pela forma como os mercados se organizam, por onde se localizam, pela publicidade e pela existência de nichos de mercado para determinados produtos.

Por fim, o autor inclui também em sua perspectiva mudanças socioeconômicas e ambientais e resultados como bem-estar social e ambiental. Considera que os sistemas alimentares são interrompidos quando não se está garantida a segurança alimentar⁴⁶. Percebe-se que o autor não opta por uma análise mais aprofundada sobre relações de poder, embora chegue a afirmar, ao citar o trabalho de McMichael (2007), que essa também é uma questão relevante

Olhando para as apropriações do termo na literatura brasileira e para suas contribuições, vale o destaque para o trabalho de Burlandy *et al.* (2015), que relacionam problemas da fome e da SAN com o enfoque sistêmico, trazendo a ideia de sistemas de SAN. Para tanto, citam os trabalhos de Josué de Castro (2005), para o qual ações para enfrentamento da fome precisavam ser pensadas de forma sistêmica, e de Barraclough (1991), segundo o qual a pobreza massiva e a

⁴⁶ Essa inferência é particularmente interessante, pois, seguindo essa lógica, temos um sistema alimentar interrompido, o que contribui para a desconstrução de uma ideia acionada pelo segmento supermercadista, conforme já visto, de que estes atores são os garantidores do abastecimento.

fome teriam naturezas sistêmicas. Propondo uma matriz de análise de sistemas locais de SAN que articulam o enfoque de SAN, o enfoque sistêmico e o enfoque de desenvolvimento local, destacam que dois seriam os elementos necessários para se considerar a existência de um sistema: os fluxos de interdependência e os mecanismos de coordenação entre seus componentes:

A questão alimentar se manifesta em distintas escalas – desde os indivíduos e domicílios até os âmbitos nacional e global – as quais interagem entre si em diversos aspectos, dando origem a relações de condicionamento e de determinação entre elas [...]. Já os encadeamentos estabelecidos pelos ‘fluxos de interdependência’ nos obrigam a considerar os reflexos sistêmicos da ação dos fatores ‘exógenos’ sobre os componentes ‘endógenos’ de um dado sistema, bem como as relações simbióticas, as interações e sinergias construídas na ação dos fatores endógenos e exógenos a esse sistema [...]. Com relação aos mecanismos de coordenação, sua existência pode ser um produto, por um lado, das relações que se estabelecem entre os agentes econômicos e os atores sociais em geral (espaços de interação, associativismo, redes de proteção social, etc.), inclusive, do funcionamento dos mecanismos de mercado. Vários autores demonstraram como os mercados são uma construção social que se dá sob a égide das instituições (normas, convenções e rotinas) que caracterizam uma dada formação social, ao mesmo tempo em que essa construção é parte formadora da institucionalidade. Essa construção pode dar origem a espaços de coordenação mais ou menos formalizados [...] (BURLANDY *et al.*, 2015, p. 63).

Mais recentemente, Maluf (2021) tem proposto a noção de sistemas alimentares descentralizados, salientando-se a necessidade de compreender os sistemas como algo além da simples agregação de atividades interconectadas, ou seja, um conceito que efetivamente se diferencie de abordagens de cadeias. A noção de sistemas alimentares descentralizados joga luz ao “[...] entrecruzamento de dinâmicas sistêmicas com âmbito local, nacional ou internacional envolvendo uma diversidade de atores sociais, conflitos e processos decisórios igualmente multiescalares” (MALUF, 2021, p. 2-3, tradução do autor). A noção de descentralização remete ao movimento múltiplo de trajetórias e escalas e sua repercussão na escala local. O descentralizado também comporta o espraiamento dos fluxos. Considero que os supermercados como equipamento de varejo se constituem de uma expressiva confluência de fluxos, agregando sistemas de escalas distintas, especialmente globais, nacionais e subnacionais, e eventualmente também escalas mais localizadas.

2.1.2 A discussão “institucionalizada” acerca do(s) sistema(s) alimentar(es)

Considero que, em grande medida, a ampla adesão ao uso do termo “sistema(s) alimentar(es)” deveu-se à sua incorporação numa agenda institucional e internacional, inicialmente relacionado ao debate do clima e da sustentabilidade. Em análise documental, é possível identificar sua crescente menção em documentos institucionais. O termo vai se

constituindo como um dispositivo e objeto de análise dentro da discussão do direito à alimentação e da segurança alimentar. Nesta análise, tomei como base os documentos do *High Level Panel of Experts*, HLPE, que se constituiu como importante referência para discussão dos principais desafios ligados à agricultura e alimentação. Faz parte da estrutura organizacional da Organização das Nações Unidas (ONU) o *UN Committee on World Food Security* (CFS), que solicita relatório temáticos para suas plenárias. Estes relatórios são realizados pelo HLPE, sendo documentos publicados que, muitas vezes, recebem contribuições e são assinados por esses mesmos acadêmicos que, no campo teórico, têm escrito sobre estes conceitos⁴⁷. Desta forma, o termo “sistemas alimentares” vai se tornando uma expressão para referenciar quando se quer falar de um campo. Assim como os trabalhos teóricos, este conjunto de documentos tem colaborado para a construção conceitual da ideia de sistemas alimentares e conceitos e categorias a eles correlatos, ao mesmo tempo em que contribuem para sua massificação, o que leva eventualmente a usos indevidos ou desacompanhados de sua complexidade analítica.

O primeiro relatório do HLPE foi publicado em 2011, com o título *Price Volatility and food security*. Neste, são identificadas 16 menções ao termo ou algumas de suas “variações” como *agrifood systems*. Em 2012, no terceiro título *Food security and climate change*, há 70 referências ao termo, já que uma das expressões bastante comum ao longo do texto é resiliência dos sistemas alimentares às mudanças climáticas. Destarte, percebe-se que a primeira aparição mais expressiva do termo nos documentos do Painel é justamente aquela na qual o tema de pesquisa são as mudanças climáticas, reforçando-se a inter-relação existente entre esses dois debates. Ao falar de sistemas alimentares, o relatório menciona produção, processamento e distribuição, mas não chega a efetivamente apresentar uma definição. Nos quatro relatórios que se seguiram, há menções bastante pontuais a esse termo.

Foi apenas no oitavo relatório *Food losses and waste in the context of sustainable food systems*, de 2014, que houve não apenas um uso recorrente do termo, bem como uma definição. Assim como no segundo relatório, aqui a discussão dos sistemas alimentares também aparece vinculada à discussão sobre sustentabilidade e mudanças climáticas. Baseado em definições prévias de Ericksen (2008), Ericksen *et al.* (2010), Ingram (2011) e Sobal, Khan e Bisogni (1998), o relatório define os sistemas alimentares como um conjunto de elementos (ambiente, pessoas,

⁴⁷ Cabe destacar que, no campo de organizações não governamentais, há diversos estudos e perspectivas que tomam os sistemas alimentares como objetos de análise, tais como os relatórios EAT Lancet - que trabalham a questão dos sistemas alimentares e do tema da alimentação, sob o enfoque da saúde e nutrição - e os documentos assinados pelo IPES Food, que analisam a tendência à concentração e oligopolização nos diversos setores.

insumos, processos, infraestrutura, instituições etc.) e atividades relacionado com: produção, processamento, distribuição, preparação e consumo de alimentos, suas inter-relações e produtos destas atividades, incluindo resultados socioeconômicos e ambientais. O sistema alimentar tem interfaces com outros sistemas, tais como sistemas de transporte e energia. Trata-se de um conceito descrito e não normativo, no qual é importante destacar que a escala seria um elemento na análise que importa. Logo, poder-se-ia estabelecer distinções entre sistemas locais e globais, ainda que, no limite, estariam todos eles interconectados, e sua somatória resultaria em um *global food system* (HLPE, 2014, p. 29)⁴⁸. O relatório também define um sistema alimentar sustentável, tendo como referência sua capacidade de garantir os resultados positivos de um sistema alimentar e a segurança alimentar tanto para as gerações atuais como para as futuras. Para se construir uma abordagem sustentável do sistema alimentar, é preciso levar em conta:

[...] de uma perspectiva puramente produtivista para uma abordagem mais holística do Sistema alimentar; de uma perspectiva ambiental para uma perspectiva que abarque também as dimensões econômicas e sociais; de uma perspectiva de segurança alimentar calcada na “disponibilidade global” para uma que integre as dimensões de acessibilidade, nutrição, chegando até o nível familiar e individual. [...] De fato, o conceito original de sustentabilidade traz uma dimensão temporal, que significa que o funcionamento de um “sistema alimentar sustentável” não deve minar as bases econômicas, sociais e ambientais que fundamentam a segurança alimentar das gerações atuais e futuras, mas sim contribua para melhorá-lo (HLPE, 2014, p. 29-30) [tradução da autora].

Nos relatórios seguintes a esse, percebe-se uma inclusão progressiva do termo. No 12º, *Nutrition and food systems* (2017), o termo integra o título do relatório, e outra contribuição ao conceito é dada ao se construir um quadro conceitual para análise dos sistemas alimentares para dietas e nutrição, nos quais são identificados cinco conjuntos determinantes: biofísicos e ambientais; inovação, tecnologia e infraestrutura; políticos e econômicos; socioculturais; e demográficos. Temas como comportamento do consumidor, dietas e ambientes alimentares também aparecem aqui. Este último é definido no relatório a partir de quatro elementos: disponibilidade de alimentos e acesso físico (proximidade); acesso econômico (acessibilidade); promoção, publicidade e informação; qualidade e segurança do alimento.

Publicado em 2020, o 15º relatório, *Food security and nutrition: building a global narrative towards 2030*, apresenta uma intensa citação ao conceito – 472 menções – e uma nova definição para sistemas alimentares sustentáveis:

⁴⁸ Ao mencionar a expansão dos supermercados, o relatório cita os trabalhos de Reardon *et al.* (2003), McCullough, Pingali e Stamoulis (2008) e Berdegue *et al.* (2005).

Os sistemas alimentares sustentáveis são: produtivos e prósperos (para garantir a disponibilidade de alimentos suficientes); equitativos e inclusivos (para garantir o acesso de todas as pessoas à alimentação e aos meios de subsistência dentro desse sistema); empoderadores e respeitosos (para garantir agência para todas as pessoas e grupos, incluindo aqueles que são mais vulneráveis e marginalizados para fazer escolhas e exercer voz na formação desse sistema); resilientes (para garantir a estabilidade diante de choques e crises); regenerativos (para garantir a sustentabilidade em todas as suas dimensões); e saudáveis e nutritivos (para garantir a absorção e utilização de nutrientes) (HLPE, 2020, p. XV) [tradução da autora].

Nesse contexto, a sustentabilidade seria a habilidade, no longo prazo, dos sistemas alimentares de promover a segurança alimentar e nutricional de forma a não comprometer as bases econômicas, sociais e ambientais. Estas geram essa condição de SAN para as gerações futuras, posicionando a sustentabilidade cada vez mais como um aspecto que garante o direito humano à alimentação. Também neste relatório, ganha destaque, como uma das dimensões do sistema alimentar sustentável, a ideia de agência das pessoas, sobretudo das pessoas mais vulneráveis. O documento define a ideia de agência enquanto a capacidade individual ou dos grupos de fazer suas próprias decisões sobre o que comer, o que produzir, como produzir, processar e distribuir, e também sobre suas habilidades para se engajar nos processos que constroem as políticas e a governança do sistema alimentar, indo muito além do acesso material de recursos. O relatório evidencia a definição de agência de Sen (1985) enquanto uma condição na qual as pessoas são livres para buscar quaisquer objetivos ou valores que consideram importantes. Contudo, pode-se também relacionar a inclusão dessa ideia, no relatório, à própria definição de Malassis (1979), que é sobretudo sobre agenciamento humano para se alimentar.

Mais recentemente, a realização de uma cúpula dos sistemas alimentares tem despertado a atenção da comunidade internacional, de acadêmicos e movimentos sociais engajados em temas relativos à agricultura e à alimentação, com destaque para o fato de ter sido um evento convocado para tratar deste tema. Embora conceitualmente esta abordagem permita muitas potencialidades analíticas, segmentos sociais demonstraram, ao longo de 2021, grande preocupação. Segundo o ETC Group (2021, p. 14), apesar de movimentos progressistas ter advogado por essa abordagem dos sistemas alimentares, o uso deste termo precisa ser visto com cuidado, pois é possível que seu uso deixe de lado problemas inter-relacionados de saúde, fome, direitos, ecologia, economia e desigualdade. Estes potencialmente podem ser incorporados a partir desse enfoque, limitando-se apenas a uma abordagem tecnocrática e, ainda mais grave, deslocando a segurança alimentar e fome como questões centrais da discussão e tomada de decisão. Sob o ponto de vista de atores envolvidos no processo, atores da chamada agricultura 4D e corporações da área da tecnologia

da informação Google e Amazon começaram a aparecer também no debate alimentar. Segundo ETC Group (2021)

Coalizões orquestradas por corporações estão representando seus interesses e fazendo lobby em seu benefício, inventando narrativas plausíveis que sugerem – erroneamente – que a rota que propõem é o único caminho a seguir. A chave para a narrativa que está sendo conduzida pelo FSS e processos relacionados é a ideia de que o sistema alimentar está completamente “quebrado” e precisa ser consertado – com a ajuda de prescrições e tecnologias corporativas heroicas. [...] mas esta falsa narrativa ignora completamente as questões-chave sobre quem é responsável pelos processos existentes que prejudicam o clima e o meio ambiente, bem como os direitos humanos e o bem-estar das pessoas [...] a narrativa subjacente projetada é que os atuais problemas do sistema alimentar estão enraizados em choques externos mais recentes, que permitem ignorar os problemas estruturais mais profundos do neocolonialismo, das relações de poder entre o Norte e o Sul, de um regime de comércio global desigual, da concentração empresarial e da desigualdade estrutural (ETC, 2021, p. 6-16) [tradução da autora].

Essa discussão denominada de captura corporativa por algumas das organizações da sociedade civil que acompanham estas negociações internacionais chama a atenção para a apropriação mais tecnicista de um enfoque que, talvez se pudesse dizer, em alguns de seus usos, deixou um pouco de lado a dimensão política dos alimentos e da alimentação. Foi-se cunhando um termo no qual muitas abordagens pouco apareciam a política. Neste sentido, concorda-se com Leach *et al.* (2020, p. 2) de que a expressão “sistemas alimentares” se tornou uma palavra difusa. Esta, muitas vezes, acaba escondendo pontos de vistas opostos e, em muitos casos, faz uso de uma linguagem tecnocrática que igualmente pode esconder processos políticos.

Um destaque merece ser feito no que diz respeito ao papel do varejo nesse avanço corporativo. ETC (2021) chama a atenção para como o isolamento social ocasionado no contexto da pandemia da Covid-19 significou o avanço de empresas não usuais no universo do varejo alimentar. A entrada desses novos atores pode levar a mudanças estruturais e de governança significativas e a transformações no mundo da alimentação e da agricultura, necessárias para a digitalização que algumas dessas empresas têm buscado desenvolver. Poderosas corporações do varejo agora também fazem parte do universo das corporações atuantes no segmento alimentar do varejo e, conseqüentemente, na política dos alimentos:

[...] no Norte e em grandes mercados urbanos do Sul, os sistemas de entrega online de mercearias e serviços de alimentação explodiram como resultado das restrições impostas por causa da pandemia do COVID-19. Isso expandiu rapidamente o papel de novos atores do setor de alimentos digitais, incluindo Amazon, Alibaba, Ten Cent, Pinduoduo, FlipKart e outros, colocando-os à frente do grupo dos envolvidos no varejo e distribuição de alimentos. Esses titãs de dados, que em alguns casos também controlam os serviços em nuvem para agricultura digital, agora estão forjando alianças e *joint ventures* com o agronegócio, filantropistas e o próprio Sistema ONU. A

implantação da automação e *blockchains* em armazenamento, logística e transporte transformou o manuseio de alimentos e *commodities* em uma empresa digital. [...] para que essas revoluções econômicas planejadas ocorram e para que novos titãs corporativos assumam o poder, os velhos padrões de governança precisam ser rompidos. Assim, (...) estão pressionando fortemente por políticas que possibilitem ampla infraestrutura e vigilância de dados, permitam oligopólios intersetoriais sem paralelo e promovam o uso de automação e “IA” para comandar, desqualificar e substituir grandes faixas de trabalho, terra e cultura (ETC, 2021, p. 20-21) [tradução da autora].

No Brasil, há de se avaliar como esses elementos se repercutem. Primeiramente, essa discussão também é especialmente interessante aqui porque atores como Amazon entraram no segmento do varejo alimentar e têm criado “modelos” e experiências de consumo para o segmento que tem sido visto como “inspirador” e “referências”, para um novo impulso de modernização no autosserviço. Além da Amazon, são muitos os novos atores, alguns inclusive originalmente nacionais, como, por exemplo, o Magazine Luiza, no Brasil. Em segundo lugar, alguns formatos mais recentes trabalham muito com a questão da tecnologia, com o chamado varejo 4.0 (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021g, p.14), assim como se cunhou o termo agricultura 4.0, ou “supermercado inteligente”, que envolve tecnologias como uso de sensores, câmeras e inteligência artificial (SA VAREJO, 2021). Mesmo acreditando que esse formato não vai aparecer de forma homogênea num país como o Brasil ou mesmo num município como o Rio de Janeiro, é importante chamar atenção para esta transformação, inclusive porque são experiências já postas em práticas em lojas de algumas das redes aqui analisadas.

Há também um elemento central que é a questão dos dados e como eles podem aprimorar estratégias das varejistas. O chamado *Big Data* aparece como um tema ascendente nesse cenário e é também muito referenciado pelo setor, sendo visto como uma chave para o supermercadista aprimorar a jornada de consumo de seu cliente, sabendo de forma mais precisa o que ele/ela quer. Nos materiais impressos e remotos de associações do setor analisadas, muito se diz a respeito do *Big Data* enquanto um grande novo trunfo para as varejistas. Durante a pandemia, quando o serviço de entregas em casa – *delivery* – cresceu exponencialmente, uma defesa das associações foi de que as redes não terceirizassem o serviço de entrega para empresas de *delivery*, como o *Rappi* e o *Ifood*. Isso porque, ao fazerem isso, consequentemente também perderiam acesso a dados e informações de clientes.

Um último elemento que cabe aqui mencionar é perceber como as narrativas do *broken food system* e a construção de *heroic corporate prescriptions and Technologies*, apontadas por ETC (2021), também podem ser percebidas aqui. O setor se colocou ao longo da pandemia de forma heroica, como atores que foram bem sucedidos em sua função de abastecer as pessoas,

mesmo frente às adversidades. Um exemplo emblemático dessa narrativa de “heroificação” esteve evidente no evento remoto promovido pelo setor Fórum Nacional da Cadeia do Abastecimento⁴⁹ que, dentre outros elementos, buscou mostrar à sociedade como esta cadeia e seus atores têm incorporado elementos da denominada agenda *Environment, Social and Governance* (ESG).

Na ocasião, por exemplo, a solução apontada para a redução da fome e da insegurança alimentar dizia respeito à redução de desperdício a partir de doação de alimentos, como aqueles próximos da data de validade, prática que igualmente diminui margens de prejuízo. Ignora-se que o desperdício é uma expressão das desigualdades e relações de poder e busca-se aumentar margens de lucros a partir deste. Tendo esses exemplos em mente, parece que o quadro do varejo supermercadista brasileiro vai ao encontro do movimento e da narrativa que aparecem a nível global no contexto dos sistemas alimentares.

Nessa perspectiva, o crescente aumento da referência sistemas alimentares na literatura acadêmica e de organizações internacionais se dá em grande medida pela sua associação ao tema ambiental, pelas mudanças climáticas e como a questão alimentar e ambiental tem sido compreendida como interconectada. Seu uso excessivo levanta dúvida sobre em que medida tem ocorrido um esgarçamento dessa referência, que acaba sendo utilizada sem que a análise em si preconize uma abordagem sistêmica. Além disso, seu uso pode também estar sendo apropriado de forma diferente em distintos atores e narrativas, expressando visões diferentes e até mesmo contrastantes sobre o sistema alimentar e, sobretudo, sua necessária transição ou transformação.

2.2 Da análise dos sistemas para a análise dos regimes: a escala global

Se, por um lado, a ideia de sistemas alimentares é um bom horizonte para a análise, por outro sua aplicabilidade não apenas se constitui um desafio, como diverge dos próprios fins desta tese, na medida em que esta tem como tema central o que se pode chamar de uma “etapa” do sistema alimentar, o varejo. Ancorados numa abordagem macro, são diversos os trabalhos que analisam distintas etapas destes sistemas, tais como a relação entre globalização e as transformações na alimentação e na agricultura, nas dinâmicas de industrialização, no uso intensivo de ciência e tecnologia e na mecanização da produção (BONANNO, 1994).

⁴⁹ A primeira edição deste Fórum foi realizada em 2021 e transmitida pelo canal da Abras, na plataforma Youtube. Teve como objetivo agregar diversos atores para discutir práticas ambientais, sociais e de governança, adotadas por empresas que chamam de “cadeia do abastecimento”. Mais informações, disponíveis em: <https://esg.abras.com.br>.

Dois enfoques teóricos serão enfatizados. O primeiro é a abordagem teórica dos regimes alimentares, construída por Harriet Friedmann e Philip McMichael, desde uma perspectiva da economia política. Considerando-se o peso da dimensão corporativa ao falar-se de varejo alimentar – assim como por ser principalmente nestes trabalhos que se encontram bases para analisar a relação entre os alimentos e a lógica dos capitais – busco compreender o que esta teoria propõe como método de análise e como interpreta as formas contemporâneas no varejo e nas dinâmicas agroalimentares como um todo. Deste modo, apresento, em linhas gerais, sua proposta teórica, bem como críticas e divergências teóricas elaboradas por autores em um diálogo orgânico de Friedmann e McMichael (1989).

Já o segundo, são aportes desde a geografia, sobretudo econômica, para o estudo do varejo, a partir de trabalhos de autores como Coe e Wrigley, e o enfoque constituído por estes e outros autores, como Hess, intitulado de Redes Globais de Produção (RGP). Os autores desenvolveram elementos que ajudam na compreensão da globalização do varejo. No caso da abordagem das RGP, embora esta se oriente mais ao estudo da esfera da produção, traz contribuições da pesquisa geográfica para os estudos agroalimentares e, por isso, considera-se válida uma apresentação em linhas gerais dos principais elementos que a compõem.

2.2.1 A Teoria dos Regimes Alimentares

Em 1989, o artigo publicado por Harriet Friedmann e Philip McMichael (1989) na revista *Sociologia Ruralis*, “*Agriculture and the state system: the rise and decline of national agricultures, 1870 to the present*”, marcou a literatura e a produção científica no campo da sociologia rural e da economia política. É nesse trabalho que os autores exploram o papel que cumpre a agricultura no desenvolvimento da economia capitalista em nível mundial e na trajetória do sistema de estados. Eles apresentam a ideia dos regimes alimentares à luz de uma ordem internacional de alimentos relacionada às formas de acumulação de capital na agricultura e à regulação estatal (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989, p. 93). Desde então, os autores seguem avançando em suas reflexões acerca da ideia de regime alimentar e de seus elementos predominantes, contribuindo para um campo de pesquisa que aborda os temas especialmente da produção de alimento, desde uma perspectiva da economia política.

Antes dessa publicação, porém, os autores já vinham desenvolvendo algumas de suas ideias-chaves em outros textos, tais como a ideia de haver uma ordem alimentar internacional caracterizada por um conjunto estável de políticas estatais complementares. A coordenação

implícita deste conjunto interfere em preços, num padrão específico de especialização e em padrões de consumo e comércio. Esta ordem internacional dos alimentos traz consequências para as dinâmicas de classes sociais (FRIEDMANN, 1982, p. 248). Em 1987, McMichael também publicou um interessante trabalho que, combinando diferentes escalas de análise, permitiu chegar à conclusão de que a escravidão, ainda que não fosse um mecanismo de mercado num certo sentido, combinou-se, por sua vez, com outros mecanismos, os de mercado (MCMICHAEL, 1987, p. 246). A perspectiva que dialoga distintas escalas de análise permite, segundo ele, uma compreensão diferenciada e acurada de um determinado fenômeno, já que o micro e o macro se condicionam mutuamente. Nota-se também o papel de destaque para a circulação de mercadoria, ou melhor, as relações de circulação numa dada organização social, como um componente que não deve ser subestimado.

Retornando à obra de 1989, os autores reforçam o quanto a escala internacional importa na leitura da ordem alimentar, já que, para os autores, as principais dinâmicas de crescimento derivam de trocas intrassetoriais entre as economias nacionais. A partir de uma interação entre a teoria do sistema mundo, dos regimes internacionais e da escola francesa da regulação, o conceito de regime alimentar seria:

O modo como a cadeia alimentar interliga e transforma as diversas culturas mundiais por meio da mercantilização é o tema do projeto de regime alimentar. O conceito de regime alimentar foi resultado de seu tempo: política nacional de regulação em declínio e globalização em alta. A análise de regime alimentar combinou o conceito de sistema-mundo de Immanuel Wallerstein (1974) com o de regulação da acumulação de capital de Michel Aglietta (1979), situando a ascensão e o declínio das agriculturas domésticas no âmbito da história geopolítica do capitalismo. Não se trata apenas do alimento em si, mas da política das relações alimentares (MCMICHAEL, 2016, p. 13).

Os autores analisam as relações existentes entre formas internacionais de produção e consumo de alimentos a formas de acumulação, distinguindo períodos de transformação capitalista desde 1870. Levando-se em conta as relações assimétricas de poder, como as referências de Amin (1974) já destacaram, os autores vão analisar a centralidade desempenhada por países como o Reino Unido e Estados Unidos no desenrolar dos 1º e 2º regimes alimentares, respectivamente, na condição de países hegemônicos, naqueles contextos. Uma pergunta que orienta esse campo de pesquisa é como a história da agricultura e o binômio agricultura-indústria impactam o sistema de estados e a análise da transição entre os regimes aporta para uma perspectiva dialética, considerando-se que cada regime alimentar incorporou dois movimentos opostos. O primeiro foi a organização colonial e a ascensão do sistema de Estado-nação, e o

segundo a consolidação do sistema de Estados pós movimentos de descolonização e a ascensão do poder das transnacionais (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989, p. 95).

No tocante ao primeiro regime, realçam-se o emergente sistema de estados modernos e suas respectivas economias nacionais em disputa. Após a culminância desse processo com a Segunda Guerra Mundial, uma regulação estatal de tipo Keynensiana e Fordista estabeleceu uma nova forma de acumulação dos estados nacionais, baseada no pleno emprego e no consumo de massa. Já no segundo regime, num contexto de notáveis excedentes de produção de alguns países, estabeleceram-se programas de ajuda alimentar que, na prática, traziam benefícios aos países que apresentavam estes excedentes (BEACHAM, 2018, p. 28). Friedmann (1993) chama o segundo regime alimentar de *The Surplus Regime*. Tendo ocorrido entre 1947 e 1972, neste a agricultura se deteve à parte das ações de liberalização da agricultura, de como as políticas norte-americanas subsidiavam produtos agrícolas e suas exportações e envolviam políticas de taxaço das importações. A autora também aborda a dimensão do progresso técnico vivido na produção agrícola e nas políticas internacionais de ajuda alimentar que, além de toda sua dimensão geopolítica, num contexto polarizado, também criou uma “solução” para o problema norte-americano dos estoques excedentes. Um elemento importante aqui fora a padronização da alimentação, à luz da própria padronização da produção agrícola, em especial da produção de trigo, cuja importância na política dos EUA fora estratégica.

Mudanças na alimentação relativas ao alto grau de processamento dos alimentos verificado na segunda metade do século XX também geraram alterações na geopolítica internacional dos alimentos. Uma das graves consequências do segundo regime alimentar foi colocar países do então denominado “terceiro mundo” na condição de importadores de alimentos, ainda que alguns tenham se tornado exportadores de *commodities* agrícolas e, com isso, dependentes do ponto de vista alimentar. Ao mesmo tempo, houve uma queda significativa nas exportações relativas às tradicionais culturas tropicais. Para o “terceiro mundo” como um todo, a transformação de suas economias em plataformas de exportação intensificou hierarquias internacionais entre países do norte e do sul global. Enquanto isso, a alta produção de trigo norte-americana, subsidiada pelo governo, ganhava mercado consumidor. Esses dois exemplos deixam clara a importância da política dos alimentos nas relações entre Estados, bem como nos processos de acumulação e reprodução do capital. É explícita aqui uma dimensão de colonialidade nas relações, com impactos em países do sul global, no tocante às práticas de produção e diversidade de produtos e alimentos (FRIEDMANN, 1993, p. 38).

Em 2009, McMichael escreveu, em retrospectiva, o trabalho “*Food Regime Genealogy*”. O autor salienta que, se num primeiro momento, o conceito de regime alimentar era principalmente estrutural e buscava compreender a evolução do regime alimentar a partir de uma periodização marcada por momentos de hegemonia na ordem global, agora ele se reorienta para pensar os momentos de transição e as várias forças sociais envolvidas na construção e reconstrução dos regimes (MCMICHAEL 2009, p. 63). Esta nova ênfase diferenciada para a ideia de transição no trabalho do autor se justifica pela incerteza que impera a nível global do ponto de vista das relações da economia política.

2.2.2 O debate contemporâneo sobre a emergência de um terceiro regime alimentar

Sinais de transformações no sistema do mundo internacional, a partir dos anos 1970, já constavam na análise de Friedmann e McMichael, no ano de 1989. Indícios da queda da hegemonia norte-americana e a ascensão das políticas neoliberalizantes e do poder transnacional no sistema agroalimentar, bem como na vida como um todo, são elementos que marcaram um novo contexto de instabilidade e ruptura de padrões em relação ao regime do pós-guerra. A centralidade norte-americana teria sido abalada pelos seus próprios mecanismos do regime antecessor, e o imperativo da exportação teria minado a centralidade dos EUA no regime alimentar. A "tendência inevitável para a dependência das exportações", que foi incorporada nos programas agrícolas e de exportação e ajuda dos EUA, ruiu (FRIEDMANN, 1993, p. 52). Novamente é de maneira dialética que esta transição é analisada: “[...] corporações tornaram-se transnacionais por meio de regulamentação nacional e criaram uma interdependência significativa entre economias nacionais” (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989, p.112) [tradução da autora].

Há, no entanto, uma importante diferenciação entre as análises desses dois autores que se seguem. Ainda que Friedmann concorde que as empresas transnacionais agroalimentares haviam superado o regime que as gerou, se tornando os principais agentes que tentam regular as condições agroalimentares, de produção, abastecimento e consumo (FRIEDMANN, 1993, p. 52), é o tema ambiental que emerge como uma característica definidora de um novo regime (FRIEDMANN, 2005). Na verdade, assim como nos demais regimes, suas características não se limitam às dinâmicas agroalimentares, mas sim dizem respeito à própria condição do desenvolvimento do capitalismo. Em um regime ambiental verde, emergem-se novas

oportunidades para empresas associadas a *commodities* alimentares “verdes” (FREIDMANN, 2005, p. 230-232). Já para McMichael, é o poder das corporações que melhor caracteriza o terceiro regime alimentar. E, como contraponto da hegemonia das corporações, a ideia de soberania alimentar ganha sentido político-estratégico para ele:

Um terceiro regime possivelmente emergente (final da década de 1980–) aprofundou esse processo, incorporando novas regiões nas cadeias de proteína animal (por exemplo, China e Brasil), consolidando cadeias de suprimentos diferenciadas, incluindo uma 'revolução de supermercado' (Reardon et al. 2003) para consumidores privilegiados de frutas e vegetais frescos e peixes, e gerando populações deslocadas para favelas à medida que os pequenos agricultores deixam a terra. Parte dessa conjuntura inclui um complexo agrícola global emergente de alimentos/combustíveis, agora em tensão com várias formas de localismo. À medida que em que os “*food miles*” aumentam os custos dos alimentos, e a produção em massa padroniza e processa alimentos, movimentos como Soberania Alimentar, Slow Food, Comunidade que apoia a agricultura e produtores orgânicos de pequena escala expandem sua base social com base na democracia, ecologia e qualidade. Seja inspirado por visões sociais alternativas, seja por exigências políticas (e ecológicas) de um sistema alimentar dependente de combustíveis fósseis (Roberts 2008), tais contramovimentos contribuem para o esgotamento da liberalização agrícola ao estilo da OMC (MCMICHAEL, 2009, p.142) [tradução da autora].

Embora o trabalho de McMichael seja amplificado por vozes de movimentos camponeses, no campo acadêmico têm-se levantado alguns apontamentos críticos. Para Bernstein (2014; 2015), há duas grandes ausências no quadro analítico da referida perspectiva: a questão populacional e a questão camponesa. Em relação à primeira, o autor afirma que a teoria dos regimes alimentares não diz nada sobre o número crescente da população (logo, de consumidores), que exige um crescimento continuado da produção de alimentos. Ao destacar essa questão populacional, o autor quer chamar a atenção para a viabilidade da agricultura de pequena escala de dar conta das necessidades alimentares da ascendente população urbana. Em relação à segunda, Bernstein (2016) critica a forma como a questão camponesa aparece na leitura de McMichael sobre o terceiro regime. Para ele, trata-se de uma abordagem mais política do que analítica, fazendo, por exemplo, com que os movimentos sociais ganhem aqui uma importância que não ganharam na análise dos regimes anteriores. Ao invés de se constituir de elementos contraditórios, o terceiro regime, sob o olhar de McMichael, apareceria sob a forma de um binarismo (BERNSTEIN, 2016, p.638).

Para McMichael (2014), contudo, o “contramovimento” da soberania alimentar, ainda que se origine de uma crise agrária global, opera tanto no espaço rural como no urbano, através da conexão entre produtores, trabalhadores, consumidores e organizações ativistas. O autor reafirma que se trata de um movimento dialético ou relacional e que a importância do movimento de soberania alimentar e do campesinato não é como uma configuração anacrônica, mas, sim

como um processo que emerge dentro das relações de sujeição do capital, sem, contudo, aceitá-las. Quanto à possibilidade de dar conta da alimentação global, McMichael é categórico ao afirmar que é o regime contemporâneo das corporações que tem gerado insegurança alimentar e fome.

Já na visão de Friedmann (2016) em torno dessa discussão, o principal ponto de dissenso entre os autores refere-se à forma como cada um deles compreende o capital como ponto de partida na análise dos alimentos e da agricultura. Enquanto McMichael acredita que as principais contradições do capitalismo derivam da agricultura e que qualquer futuro positivo será liderado pelos camponeses, Bernstein crê que o capitalismo absorveu totalmente a agricultura em suas dinâmicas de reprodução, transformando a agricultura em um dos muitos setores de acumulação e uma fonte importante de mão de obra excedente (FRIEDMANN, 2016, p. 1)⁵⁰. Para a autora, ambas as perspectivas dos autores levam ao fim da análise sob o espectro dos regimes alimentares, enquanto, para ela, esta ainda é uma abordagem útil.

A dimensão da componente ambiental ganha relevância para Friedmann na medida em que se trata de práticas que poderiam eventualmente garantir um novo período de estabilização para a acumulação, já que a leitura, a partir dos regimes, tem como uma das principais características identificar as regras implícitas na construção dessa estabilidade. Um objeto de análise, segundo essa perspectiva, é pensar as distintas dietas e práticas alimentares, desde um recorte de classe (FRIEDMANN, 2016, p. 5).

Embora o tema do varejo alimentar não seja um destaque nos trabalhos de McMichael e Friedmann, eles publicaram, em 2007, o texto “*Situating the ‘Retailing Revolution’*”, em trabalho organizado por Burch e Lawrence chamado “*Supermarkets and agri-food supply chains: Transformations in the production and consumption of foods*”. O texto aponta os supermercados como agentes que centralizam sistemas de controle e inspeção de segurança e saúde, reflexo da desregulamentação que tira de cena governos nacionais da regulação, pondo no lugar empresas privadas. Uma das discussões que mais se desenvolve se refere a esse lugar da classe como marcador de diferenças na provisão de alimentos.

Apresentando análises que se aproxima bastante de alguns elementos verificados no caso empírico do Rio de Janeiro, uma das principais premissas do texto é de que o modelo corporativo do varejo não pode ser visto dissociado de outras transformações que envolvem, por exemplo, a

⁵⁰ Ou seja, no limite, este debate apresenta aspectos comuns do clássico debate sobre campesinato, proletariado e processos revolucionários.

questão da terra e do trabalho, bem como o aumento do poder de corporações relativas à agricultura e a alimentos. Para os autores, os supermercados são aqueles que estabelecem regras e práticas garantidoras da segurança e qualidade dos alimentos, num contexto de regulação privada (MARSDEN *et al.* 2000):

[...] embora os supermercados possam estar no banco do motorista, há motivos para duvidar que eles possam, sozinhos, dirigir este veículo para algo tão abrangente e duradouro quanto um novo regime alimentar. Relacionamos a “revolução do supermercado” aos regimes alimentares não porque desejamos identificar um novo regime alimentar, mas para enfatizar que os varejistas dependem de (uma transformação de) um conjunto mais amplo de relações geopolíticas, econômicas e ecológicas. [...] Também situamos a supermercadização em padrões cambiantes do comércio internacional e contratos corporativos transnacionais, que atraem terras e povos específicos e excluem outros de redes de abastecimento (MCMICHAEL; FRIEDMAN, 2007, p. 1) [tradução da autora].

Para eles, essa reorganização das cadeias de valor que busca ir ao encontro de demandas atuais em termos de ética e sustentabilidade não necessariamente resolve, em escala global, problemas sociais e ecológicos que procuram endereçar. Se, por um lado, os supermercados podem servir como instrumentos para mudanças em etapa que a antecedem ou a sucedem, não é certo que se desdobre daí uma maior transformação, pois esta envolve complexas relações culturais, políticas e sociais. Por fim, o que se verifica, na atualidade, é a existência de uma virada para a qualidade dentro dos marcos desse modelo corporativo, ou seja, dominada por transnacionais europeias. Como exemplo, cita-se que os supermercados conduzem, na atualidade, o mercado de alimentos orgânicos, ponto que também se aproxima do que se verificou em pesquisa empírica. Sem desconsiderar o papel que cumprem feiras orgânicas no município do Rio de Janeiro, é notória a crescente oferta de alimentos orgânicos orientados para um nicho específico de consumo. Eles não são, porém, oferecidos igualmente por todas as regiões e redes, prevalecendo em lojas instaladas em localidades de maior rendimento.

Com isso, seria possível distinguir a comida “para ricos” e “para pobres”, e os que não possuem dinheiro ficam desprovidos de alimentos. Ainda mais perverso, essa nova virada para a qualidade dependeria, segundo o texto, da reconstituição das relações fundiárias e de trabalho, estando baseada em uma acumulação por despossessão. Nota-se, aqui, uma interessante relação entre as dinâmicas supermercadistas e com elementos presentes em leituras contemporâneas sobre o mundo agrário e as dinâmicas de comercialização.

O modelo supermercadista expressa a condição dominante, segundo a qual os ciclos de deslocamento e incorporação [...] são realizados através da crescente desigualdade e desequilíbrio ecológico. [...] A revolução do varejo não é simplesmente reconfigurar as indústrias agroalimentares. Também transforma os mercados domésticos de alimentos [...]. Ironicamente, como a “economia da qualidade” para consumidores ricos impulsiona um processo de “acumulação por meio de desapropriação” em todo o cinturão agrícola global, a supermercadização transforma as dietas para consumidores pobres na direção oposta. Em todo o mundo, as dietas dos supermercados para os trabalhadores pobres convergem para uma base cada vez menor de grãos básicos, aumentando o consumo de proteína animal, óleos comestíveis, sal e açúcar e diminuindo a fibra alimentar, à medida que o consumo de alimentos processados e comprados em lojas aumenta, contribuindo para uma prevalência crescente de doenças não transmissíveis (dietéticas) e obesidade (MCMICHAEL; FRIEDMANN, 2007, p. 10-11) [tradução da autora].

Apesar desse movimento de “politização do varejo” e do consumo, outras consequências emergem dessa polarização social mundial, tais como ciclos de deslocamento de camponeses para favelas periurbanas e circuitos de trabalho migrante, bem como a ameaça de catástrofe ambiental decorrente do aumento constante das emissões de gases de efeito estufa. A questão da reprodução social é mais profunda do que se os “alimentos éticos” satisfizessem as necessidades do consumidor e do produtor em uma nova virada para a qualidade, envolvendo novos aspectos sociais e políticos e de infraestrutura, capazes de garantir a reprodução social e uma inclusão pública, para além de apenas a privada.

Há outras relevantes críticas, além das levantadas por Bernstein, acerca das fragilidades e da validade contemporânea da Teoria dos Regimes Alimentares. Goodman e Watts (1994) criticam a centralidade da dimensão industrial na periodização dos regimes que limita a abordagem na compreensão da diversidade e das diferenças existentes nas transições em sociedades agrárias. Para Wilkinson e Goodman (2017), sua abordagem macro pasteuriza a análise, impedindo de identificar especificidades, sendo válida apenas como padrão de referência para se verificar mudanças no nível macroeconômico. A principal fragilidade desta “perspectiva conceitual” seria a exagerada importância dada às dinâmicas de ruptura e sucessão hegemônicas que negligenciam situações de multipolaridade no sistema capitalista mundial, bem como continuidades históricas das estratégias de acumulação no setor adotado por outras potências em ascensão (WILKINSON; GOODMAN, 2017, p. 278)⁵¹.

⁵¹ Mostrando, nos casos britânico e norte-americano, a existência de ações advindas de outros países que também foram estratégicas na conformação do sistema. Sobre o primeiro regime, os autores também criticam o olhar limitado das relações britânicas com alguns países que ignoram a manutenção de relações protecionistas na Europa e a permanência de um setor agrícola.

Wilkinson e Goodman (2017) propõem, então, considerar uma pluralidade de ordens alimentares regionais que compartilham, de maneira crescente, fronteiras científicas e tecnológicas similares aos arranjos institucionais comuns, mais do que conservar o conceito de hegemonia e de regime agroalimentar internacional. A ideia de ordens alimentares, numa perspectiva da pluralidade, deixaria de ocultar outras estratégias de acumulação do setor de alimentos por outras potências ascendentes. Ou seja, uma crítica central é se embasar na teoria da hegemonia e desconsiderar o papel dos governos nacionais na construção de suas instituições. Por isso, esse quadro analítico impediria, segundo os autores, uma compreensão completa das transformações experimentadas no âmbito da política agrícola internacional.

Nierdele e Wezs Junior (2018) também desenvolveram essa crítica, estabelecendo um contraponto a essa narrativa que homogeneiza a visão sob o sistema agroalimentar, ressaltando, para o caso brasileiro, a existência de mercado interno, produção de subsistência e exportação de alimentos (NIERDELE; WEZS JUNIOR, 2018, p. 46-47). Como exemplo, a leitura que aparece na análise do que seria o primeiro regime alimentar, se aplicada à história do Brasil, reforça a lógica da sucessão de grandes ciclos (açúcar, ouro, café), não valorizando outros aspectos socioeconômicos que ocorriam no cotidiano do Brasil-colônia, e acaba por ignorar ou ocultar práticas agrícolas de subsistência. O pano de fundo teórico aqui é uma análise crítica sobre teorias de hegemonia e da existência de variedades de capitalismo (ou seja, uma variedade de regimes) (BOYER, 2005)⁵², além de eventualmente tomar como universal uma periodização elaborada, tendo como referência a Europa. Esses autores desenvolvem a ideia de ordens alimentares enquanto “[...] um arranjo de práticas sociais integradas a instituições e artefatos materiais” (NIERDELE; WESZ JUNIOR, 2018).

Apesar dessas críticas, Escher e Wilkinson (2019) propõem uma abordagem baseada nos regimes alimentares para estudar o que chamam de “complexo soja-carne Brasil-China”. Escher (2020) analisa as variedades de capitalismo no Brics em diálogo com o que chama de reordenamento do regime alimentar, apontando a centralidade da China neste movimento. Embora o autor desenvolva sua teoria olhando muito mais para as dinâmicas produtivas de *commodities* agrícolas – reforçando, nesse sentido, uma característica de certa forma limitante da Teoria dos Regimes Alimentares – um elemento que pode ser explorado aqui (além de

⁵² Dentro dessa discussão sobre os marcos teóricos, nos quais a abordagem dos regimes alimentares se alicerça, os autores propõem, como contraponto, a ideia de ordens alimentares enquanto “[...] um arranjo de práticas sociais integradas a instituições e artefatos materiais” (NIERDELE; WEZS JUNIOR, 2018, p.14).

destacar que, mesmo autores que dialogam criticamente com a abordagem, fazem uso dele a depender do objetivo e da escala de análise de seus estudos) é perceber que a China também é um país estratégico que tem lançado tendências no setor do varejo alimentar. Por exemplo, embora seja considerada como a maior feira mundial do varejo, a *National Retail Federation*, realizada em Nova Iorque (ASSERJ, 2017c), é da China, com muitas ideias do tal modelo de “supermercado do futuro”. Além da Amazon, é a chinesa Ali Baba que é referência atual nesse segmento. Uma reportagem da *Revista Super Negócios* (2021d, p. 24-26) analisa, por exemplo, “10 tendências de consumo na China pós-pandemia para você ficar de olho”, evidenciando (além do fato de ter sido a China um dos primeiros países a viver uma baixa nos contágios da doença) o lugar de centralidade que este país tem ocupado em se tratando de tendências para o segmento.

Outro destaque importante diz respeito ao uso da categoria “corporação”. Embora se use muito esse conceito, nem sempre ele vem carregado de uma definição. Considerando-se que, por exemplo, o universo do varejo alimentar não é homogêneo, como já visto e ainda será, uma definição ou algum tipo de precisão sobre o que significa corporação e poder corporativo é importante. A palavra corporação como categoria analítica não ganha extensa descrição em nenhum momento do debate. Há, em esparsos referenciais, alguns pontos definidores do que seria uma corporação do ponto de vista econômico. Supõe-se, que, por corporação, os autores compreendem algo próximo desses pontos: uma forma de organização e entidade econômica, na qual, por se tratar de empresa de capital aberto, o desempenho das atividades econômicas é separado dos acionistas. Uma corporação é legalizada em um determinado país (ou seja, possui uma nacionalidade de origem), e seu *status* legal difere a depender da jurisdição nacional em que é formada. Apesar de eventuais diferenças, no geral, nesta forma legal, a empresa se beneficia de responsabilidade limitada. É interessante explorar a definição da noção corporativo sobretudo porque essa discussão também aparece nos estudos urbanos, nos quais vai aparecer, por exemplo, a expressão “urbanização corporativa”.

Se, por um lado, faltam mais trabalhos acadêmicos esmiuçando essa discussão, por outro se identifica que a expressão corporação é muito utilizada e eventualmente mais explorada em documentos de organizações internacionais. São exemplo trabalhos de *Ipes Food* (2016; 2017) e *ETC Group e IPES Food* (2018) e *ETC Group* (2021) que criticam o modelo dominante dos sistemas alimentares e cujas análises partem, muitas vezes, de uma dualização, na qual há o modelo corporativo e a agricultura industrial e, por outro lado, o modelo camponês. Por exemplo, o relatório “*To big to feed*” do *ETC Group e IPES Food* (2018) afirmam, a partir de dados, que a

concentração corporativa está ocorrendo através de toda a cadeia alimentar industrial, envolvendo sementes, agrotóxicos, fertilizantes, maquinários e genética e farmacêutica animal (*livestock genetics, animal pharmaceuticals*). Outro traço estruturante desse processo é o crescimento do lucro dessas empresas em outros países que não o seu de origem (ETC GROUP; IPES FOOD, 2018, p. 7).

Ainda mais complexo seria precisar essa ideia de poder corporativo, tendo como horizonte teórico a noção de regulação. McMichael e Friedmann (2007) se baseiam em Marsden *et al.* (2000) para falar da existência de uma “regulação privada”. Neste extenso trabalho, os autores buscam desenvolver um modelo do que seriam regulações do tipo público e privado/corporativo. Mesmo uma regulação dita pública pode atender interesses privados, e a ideia de público remeteria a quem regula, e não tanto aos interesses que a regulação busca salvaguardar. Esse ponto também é ressaltado por Antunes (1999, p. 25) que, ao falar sobre as experiências de regulação, pontua que a sobreposição da regulação sob o capital, enquanto instrumento de controle, pode ser apenas aparente.

Essa possibilidade de ter um estado que regule a relação capital trabalho e minimize os impactos da exploração apresenta-se menos viável na periferia do sistema do capital, onde esses relatórios são unânimes em apontar o avanço das corporações. Autores como Pulker *et al.* (2017), por exemplo, ampliam essa discussão de poder e afirmam que a expressão “governança alimentar” (*food governance*) é utilizada para descrever como as regras e decisões dentro do sistema alimentar são tomadas e por quem. Nessa mesma direção, Clapp e Fuchs (2009) desenvolvem uma estrutura conceitual para descrever três formas de poder: instrumental, estrutural e discursivo. Estas estão disponíveis para as empresas do universo da alimentação, incluindo os supermercados, para a governança do sistema alimentar. Nos documentos que criticam a Cúpula dos Sistemas Alimentares, uma das atenções é justamente a essa nova governança que entra em cena: essas empresas estão buscando a construção de uma nova governança em seu favor.

2.2.3 A internacionalização e globalização do varejo alimentar e a abordagem das redes de produção global

Um dos aportes sobre a globalização do varejo alimentar vem de contribuições da geografia econômica, que Wrigley (2013)⁵³ define como *new retail geography*, uma área de estudos dentro da geografia humana desenvolvida na passagem dos anos 1990 para os 2000. São exemplos os trabalhos de: Wrigley e Lowe (2002); Coe (2004); Coe e Hess (2005); Coe e Wrigley (2007); Wood e Wrigley (2007); Wrigley (2013); Lowe e Wrigley (2000) e Wrigley e Wood (2018). Todos versam sobre a globalização e internacionalização do varejo e uma geografia do varejo, incluindo análises sobre a difusão dos supermercados no marco da globalização, que tem nas empresas transnacionais um de seus principais pilares. Orientando-se pelo crescimento, inclusive em termos de escopo geográfico, de grandes redes, os autores analisam a expansão de atores como o WalMart, Tesco, Carrefour e Ahold para outros países além dos seus de origem. Enquanto a Teoria dos Regimes Alimentares concentra seus esforços de análise das dinâmicas de produção, aqui se pode explorar elementos teórico-analíticos de uma geografia humana crítica e da etapa varejista do sistema alimentar.

Wrigley e Lowe (1996) delinearam uma estrutura para o estudo do varejo desde a geografia econômica focalizada em sete principais temas: a reconfiguração das estruturas corporativas no varejo; atores e a alteração do equilíbrio de poder das relações varejista-fornecedor; transformações organizacionais e tecnológicas na distribuição varejista; mudanças nas relações de emprego; regulamentação e governança; a inconstante geografia e a mudança espacial do capital varejista, e, por fim, a configuração, manipulação e contestação do espaço de varejo. Ao propor uma perspectiva geográfica para este estudo, Coe (2004) elenca uma agenda de pesquisa para a geografia a partir do tema da globalização/internacionalização do varejo, como um elemento contemporâneo do processo de globalização que parte da identificação de lacunas em estudos prévios. Um deles é o fato de as pesquisas mais comumente utilizarem uma abordagem muito centrada nas firmas – crítica já destacada aqui. Segundo Coe (2004, p.1572), a

⁵³Neste texto, Wrigley apresenta uma contextualização histórica dessa área de estudos, resgatando textos antigos que mostram como na história do pensamento geográfico o tema do mercado/varejo e a paisagem comercial das cidades sempre estiveram, ora mais ora menos, presentes. A virada crítica nesse campo do conhecimento envolveu ver o mercado e varejo não apenas a partir de análise que considera espaço como um olhar que trabalha localização geográfica e distâncias, apenas, ou seja, era migrar o olhar de uma ciência espacial para uma geografia humana crítica. Wrigley destaca os trabalhos de Peter Berry, de 1967, chamado *Geography of Market Centres and Retail Distribution*, e outro de Petter Hagett, de 1965, chamado *Locational Analysis in Human Geography*.

distribuição social e espacial de poder é um componente que contribui para a determinação de empresas e lugares que se beneficiam de sua inscrição nessas redes. Uma agenda de pesquisa “geograficamente sensível” deve considerar: 1) uma abordagem holística; 2) uma abordagem dinâmica espacial e temporal; 3) pesquisas que analisem a internacionalização da infraestrutura organizacional e tecnológica; 4) a realização de estudos sobre cultura corporativa; (5) a importância da economia política, e, por fim, 6) o estudo dos impactos dessa transnacionalização do varejo.

Para além de uma abordagem locacional, ou seja, que analisava apenas a localização do varejo, os autores passaram a incorporar outros elementos. Por exemplo, Coe e Hess (2005) apontam exemplos concretos de exercício de poder dentro de uma rede de abastecimento varejista ao se expandir para outros locais desde o seu de origem, tais como controle de preços, controle de estoque e sistema de produção *just-in-time*, controle operacional, da estrutura de canais e de informação. Para tanto, porém, mais do que a simples instalação de unidades nesses locais, é preciso que esses atores se *embedded*. Isso significa que as multinacionais varejistas têm de se tornar necessariamente “embutidas” em seus mercados hospedeiros para ter sucesso e estar essencialmente em rede para serem bem sucedidas em suas atividades. Três dimensões cruciais estão envolvidas nessa estratégia: um enraizamento territorial, enraizamento social e enraizamento em rede (WRIGLEY; WOOD, 2018).

Há, aqui, uma diferenciação-chave no tocante a outras literaturas que serão abordadas no próximo item. Enquanto para alguns autores ideias de mercados *embedded* e *nested* são restritos aos casos em que há, por exemplo, proximidade entre produção e consumo e relações virtuosas entre os atores em questão – o que Petersen (2020) chamará na literatura brasileira de mercados territoriais, conforme será visto – a ideia de *embeddedness* também se aplica no caso de empresas transnacionais. Esse uso se aproxima mais de contribuições, como de Harvey (2008; 2011; 2013), Haesbaert (2004; 2014; 2021) e Santos (2000; 2002). Ao mesmo tempo, estes autores destacam que a globalização do varejo é um fenômeno complexo que não pode ser compreendido sem que se perceba a resistência de empresas locais, e daí se deriva a importância dada à noção de *multi-level modelling* (WRIGLEY; WOOD, 2018, p.19). Uma análise deve combinar um olhar relacional, em rede, multiescalar e sensível às diferenças no tocante às relações de poder: “[...] o capital varejista explora e penetra-se ativamente em espaços específicos em várias escalas [...] muitas vezes reconfigura padrões espaciais herdados por meio

de um processo de mudança de capital, mas, às vezes, também fica preso a geografias existentes (com dificuldades de abandoná-las)” (LOWE; WRIGLEY, 2000, p. 642) [tradução da autora].

As ações de enraizamento de atores globais também são exploradas pela abordagem das Redes de Produção Global (RPG), desenvolvida por parte dos autores já mencionados, que agrega elementos interessantes e que cabe aqui destacar. Assim como a ideia de sistema busca superar as visões de cadeia (*global commodity chain e global value chain*), que, inclusive, tem muitas vezes como premissa a ideia da governança⁵⁴, aqui também o uso da ideia de rede é feita em diálogo crítico à ideia de cadeia à sua abordagem linear: “[...] cada etapa de uma cadeia produtiva está inserida em conjuntos mais amplos de relações não lineares e horizontas; [...] RPG são muito mais do que fenômenos econômicos: são também sistemas fundamentalmente sociais, culturais e políticos” (COE; DICKEN; HESS, 2008, p. 6-16). Vale destacar que, nestes textos, há o uso da noção corporação. Em Henderson *et al.* (2011), a ideia é definida como:

[...] a extensão na qual a firma líder da RPG possui capacidade de influenciar decisões e alocações de recursos – vis-à-vis a outras firmas na rede – decisiva e consistentemente em seus próprios interesses. Nossa adoção de um discurso de rede implica a rejeição de uma concepção de poder de soma zero, de modo que as firmas raramente, ou nunca, têm um monopólio do poder corporativo. Ao invés, enquanto o poder é com frequência assimetricamente distribuído, firmas menores às vezes (e por motivos contingentes) têm autonomia suficiente para desenvolver e exercitar suas próprias estratégias para aperfeiçoar suas operações, etc. Além disso, pelo menos em princípio, firmas menores incorporadas às redes têm a possibilidade de se combinar com outras empresas de pequeno porte para melhorar a sua situação coletiva dentro da RPG [...] (HENDERSON *et al.*, 2011, p.157).

Tendo como foco específico a produção, conforme o próprio nome diz, a ideia da rede enraizada tem dois aspectos: o territorial, que é propriamente a ancoragem das diversas firmas em lugares, e o enraizamento em rede, que se refere à estrutura de rede e ao grau de conectividade dentro de uma rede de produção global; ambas as noções de enraizamento se referem a processos espaciais e sociais (HENDERSON *et al.*, 2011, p.159-160). Coe, Dicken e Hess (2008, p. 13) exploram, na conceituação das redes, a ideia de assimetrias espaciais, já que nem as redes nem os atores existem em um vácuo, e de que um processo de enraizamento territorial pode enfrentar “constrangimentos”. O ambiente institucional e geográfico importa e é onde as redes operam e

⁵⁴ É importante perceber que, enquanto algumas abordagens fazem uso do conceito de regulação, como a Teoria dos Regimes, em outros casos, como este, o conceito utilizado é o de governança. Entendo que esta diferença se relaciona com o local do estado na análise. A abordagem das RPG faz inclusive essa crítica à abordagem estado-cêntrica. E, assim entendemos: enquanto a ideia de regulação está falando de estado, desde a perspectiva da Teoria da Regulação, aqui, fala-se de governança, em contraponto a discursos “essencialmente centrado no Estado”, um olhar que não foca no estado tampouco apenas nas firmas (HENDERSON *et al.*, 2011, p.153).

ganham forma: “Todas as redes de produção existem dentro de uma diversidade de estruturas multi-escalares dentro da economia global [...]. A variedade de instituições leva a espacialidades complexas [...] combinam os diversos espaços e escalas espaciais” (COE; DICKEN; HESS, 2008, p.13).

É interessante notar que os recursos analíticos que as RPG aportam têm potencial explicativo para alguns elementos que serão vistos nas redes de supermercado. Coe, Dicken e Hess (2008, p. 5) priorizam a esfera da produção, ainda que se possa afirmar que essa prioridade não esteja descolada da organização do varejo. Ao mesmo tempo, também chamam a atenção para a centralidade da questão da circulação na RPG e da logística como fator que assegura a competitividade.

2.3 Para se pensar a geografia dos sistemas alimentares desde o sul global

Se geografia importa, conforme destacam os autores acima, é preciso olhar produções teóricas correlatas desde o Brasil. Sem dúvida, no contexto brasileiro, a obra de Josué de Castro é um marco dentre os trabalhos sobre alimentação. Em *Geografia da Fome* (2005), e *Geopolítica da Fome*, de 1953, o autor explora as dimensões da diversidade e da desigualdade no tocante à alimentação da população brasileira. Os sistemas alimentares produzem o espaço geográfico e participam da sua estruturação. Como afirmam Kneafsey *et al.* (2021, p. 3), não há nada mais geográfico que a comida: a comida costura lugares, espaços e escalas ao mesmo tempo em que é ela própria produzida por essas geografias (KNEAFSEY, 2021, p. 8). Aqui se tem tentado justamente exercer um olhar sócio-espacializado sobre o que são os sistemas alimentares, pensando as diversas inter-relações entre espaço, sistema alimentar e poder. O poder se faz presente na configuração do território e da alimentação, sendo, assim, possível estudar o segundo a partir do olhar ao primeiro.

Considerando as abordagens já comentadas, buscarei aproximar esta discussão de uma ontologia espacializada que enfatiza a geograficidade dos sistemas alimentares a partir de trabalhos feitos ou que olham sobretudo para o sul global, como contribuição para se pensar os estudos agroalimentares. Para tanto é preciso discutir ideias como desenvolvimento desigual e território que, a meu ver, vão ao encontro do que se apreende na análise sócio-espacial e territorial e de como se organizam na atualidade as principais redes supermercadistas. Conforme pontua

Souza (2016), elaborar pesquisa sócio-espacial significa realizar uma investigação científica que valoriza e articula as relações sociais e o espaço; não apenas as (d)escreve, como também reflete sobre como, uma vez criadas, balizam as dinâmicas que irão ali ter lugar (SOUZA, 2016, p.15).

Para se compreender e elucidar o espaço, não basta compreender e elucidar o espaço. É preciso interessar-se, profundamente, e não somente epidermicamente, também pelas relações sociais. É necessário interessar-se pela *sociedade concreta*, em que relações sociais e espaço são inseparáveis, mesmo que não se confundam. E é aqui que entra em cena o sócio-espacial, no qual o “sócio”, longe de apenas qualificar o “espacial”, é, para além de uma redução do adjetivo “social”, um indicativo de que se está falando, direta e plenamente, também das relações sociais (SOUZA, 2016, p.16).

Assim, neste item, se buscará trazer um aporte ao debate que está sendo feito ao longo deste capítulo, considerando-se a abordagem sócio-espacial. É importante compartilhar com quem lê, que a virada espacial na própria pesquisa foi se colocando ao longo do processo. A ideia de enfatizar a dimensão espacial (depois demarcada como sócio-espacial) não estava aprioristicamente posta, mas cada vez mais que a pesquisa desenrolava, mais ficava evidente a dimensão (sócio)espacial. Isso será feito tendo como referência trabalhos como Harvey (2010), Soja (1993), Smith (2008), Massey (2012), Milton Santos (2002; 2008) e também Haesbaert (2010; 2021). O intuito é localizar e estabelecer diálogo com esses autores que marcam o pensamento espacial, a partir de uma filiação marxista (os quatro primeiros) ou desde um lugar latino-americano e da geografia brasileira (os dois últimos).

2.3.1 A virada espacial e a perspectiva sistêmica na geografia miltoniana

Estudar as redes de supermercado num país europeu é o mesmo que realizar esse exercício num país como o Brasil, mais especificamente no município do Rio de Janeiro? Acredito que, embora essas realidades distintas possam apresentar semelhanças (dada a não homogeneidade das regiões Norte e Sul globais), há, certamente, particularidades na performance dos supermercados, bem como nas dinâmicas de abastecimento. O espaço é mais que substrato material, pois ele alimenta e retroalimenta as dinâmicas sociais. É o lugar de manifestações de relações de poder a partir dos mais distintos atores que o compõem e, logo, “olhar” para o espaço permitirá apreender um pouco dessas particularidades, numa escala intermediária de análise de um movimento que se verifica globalmente.

Minha compreensão sobre a geografia dos sistemas alimentares toma como referência a virada espacial no pensamento social, que se deu sobretudo a partir da década de 1980 enquanto

um momento-chave nos estudos sociais críticos. Segundo Soja (1993), a “desespacialização” da teoria social crítica fora resultado da separação entre geografia e história e do predomínio da segunda sobre a primeira, o que levou a uma teoria social crítica que olhava apenas para a dimensão histórica. Para Massey (2012, p. 41), que classifica essa virada de uma forma um pouco diferente, mais do que a priorização do tempo sobre o espaço, o que a preocupa foi o “[...] modo como imaginamos o espaço”, ou seja, sobre como este espaço foi conceituado e acionado ao longo da teoria social. Por isso, inclusive Massey prefere usar espacialidade e espacialização do que a palavra espaço, para fugir da ideia de que espaço remete ao físico⁵⁵.

Soja destaca, especialmente, as contribuições de Foucault para essa virada, valorizando e trazendo para o centro do debate o que ele classifica como heterotopias (os espaços característicos do mundo moderno). O autor escreve justamente sobre essa necessidade de se compreender o que ele define como a “espacialidade instrumental do capitalismo” (SOJA, 1993, p. 34). Já para os autores da geografia, e especialmente no campo de produção de filiação marxista, Lefebvre é quem inicialmente teve uma contribuição decisiva nessa trajetória. A partir especialmente de uma de suas principais obras, *A produção do espaço* (1974), Lefebvre relaciona a sobrevivência do capitalismo à criação de uma espacialidade instrumental e socialmente mistificada (LEFEBVRE, 2006). O modelo capitalista apresentava espacialidades próprias de produção e reprodução, ancoradas num desenvolvimento geograficamente desigual e numa contraditória associação simultânea entre homogeneização e fragmentação (SOJA, 1993, p. 65). É interessante perceber a interseção entre essa virada espacial e a produção em torno do espaço e das questões urbanas.

Assim, o espaço entra como elemento na análise, já que é nele, permeado de conflitos e contradições intrínsecas do capital, que a reprodução das relações de produção se realiza (LEFEBVRE, 1976, p. 19 *apud* SOJA, 1993, p. 65). Inicialmente, essa convergência entre geografia e marxismo resultou em entender o espaço como mero produto das relações sociais de produção. Mas, com o desenvolvimento das abordagens, houve depois o entendimento e a construção de uma “[...] tese teórica, cada vez mais bem articulada, de que a organização do espaço era não apenas um produto social, mas, simultaneamente, repercutia na moldagem das relações sociais” (SOJA, 1993, p.73). A espacialidade, que é formadora da vida social, passa a ser entendida como “janela interpretativa” da contemporaneidade, tendo como condição ser socialmente reproduzida, e este processo é permeado de conflitos e crises. Ela é, simultaneamente, produto – ou resultado – social e uma força-meio, através da qual a vida social se modela.

⁵⁵ Soja também usa espacialidade ao invés de espaço.

Emerge-se, daí, uma dialética sócio-espacial, uma via de mão dupla na constituição da sócio-espacialidade e um materialismo histórico-geográfico (SOJA, 1993, p.14).

[...] a estrutura do espaço organizado não é uma estrutura separada, com suas leis autônomas de construção e transformação, nem tampouco é simplesmente uma expressão da estrutura de classes que emerge das relações sociais (e, por isso, a-espaciais?) de produção. Ela representa, ao contrário, um componente dialeticamente definido das relações de produção gerais, relações estas que são simultaneamente sociais e espaciais. [...] os dois conjuntos de relações estruturadas (o social e o espacial) são não apenas homólogos, no sentido de provirem das mesmas origens no modo de produção como também dialeticamente inseparáveis [...]. [...] esse espaço físico foi uma base epistemológica ilusória para se analisar o sentido concreto e subjetivo da espacialidade humana. O espaço em si pode ser primordialmente dado, mas a organização e o sentido do espaço são produto da translação, da transformação e da experiência sociais (SOJA, 1993, p. 99-101).

Massey também se soma a esse conjunto de autores, que defende que a organização geográfica é um aspecto fundamental na compreensão de processos econômicos e sociais por interferir no modo como a sociedade funciona (MASSEY, 1984 *apud* SOJA, 1993, p. 84). Massey define o espaço como a dimensão de trajetórias múltiplas e uma justaposição de narrativas/temporalidades, não sendo possível pensar as relações destituídas da sua espacialidade (MASSEY, 2012, p. 49; 68). Espaço, assim, é resultado, embora nunca finalizado, e indutor da multiplicidade que compõe a dinâmica social. É neste sentido que o espaço é também a dimensão do reconhecimento do outro, um outro que não está “atrás” (temporal e espacialmente), mas que coexiste – encontra-se, respeitada sua própria trajetória, do nosso lado.

Assim, esses geógrafos driblam críticas em torno de uma leitura determinista dos processos e do espaço e mais do que uma replicação da teoria marxista numa análise geográfica, constroem teóricas onde a geografia é um elemento constituinte e (re)produtor dos processos. Neste espaço socialmente produzido, uma estrutura espacial de produção particular ganha destaque: o desenvolvimento desigual. Esta abordagem se transforma numa chave de análise para a geografia do capitalismo, que fez muito sentido nas leituras, à época, de geógrafos e geógrafas do Sul global: “[...] não é apenas uma questão do que o capitalismo faz com a geografia, mas, antes, do que a geografia pode fazer pelo capitalismo”, afirma Soja (1993, p. 85).

Outras relevantes contribuições encontram-se nos trabalhos de Harvey (2008; 2011; 2013). Numa perspectiva materialista histórico-geográfica. Como o próprio autor define, ele sugere a existência de uma compressão tempo-espaço à luz das transformações recentes globais. Mas é categórico ao afirmar que o espaço importa, sempre importou e continuará importando, mesmo diante das recentes transformações. Harvey tem contribuído definitivamente tanto para um olhar sobre a produção capitalista do espaço quanto para uma releitura de conceitos e

premissas-chaves da obra de Marx, ancorados à realidade. Por exemplo, em Harvey (2011), há uma análise do grau de financeirização atual e de seus impactos para a crise e a reestruturação do capital, assim como para a intensificação de processo de espoliação, numa espécie de constante reatualização da ideia de acumulação primitiva de Marx. Ambas têm impactos severos na configuração dos territórios, partindo-se do entendimento do desenvolvimento geográfico desigual do capitalismo: “Os processo de acumulação do capital não existem, obviamente, fora dos respectivos contextos geográficos [...]. Novos espaços e relações espaciais estão sendo produzidos constantemente” afirma ele (HARVEY, 2011, p.120).

Embora até aqui se tenham citado autores europeus e anglo-saxões, são referências que alimentaram a chamada virada crítica da geografia no Brasil. Grande teórico sobre a globalização, Milton Santos é seu principal expoente e explorará, ao longo de sua extensa obra, a importância do espaço, propondo, para tanto, o conceito de formação socioespacial: o espaço é fração do social, não apenas em sua forma, mas na sua forma-conteúdo. Inclusive, para Haesbaert, a noção de formação socioespacial de Milton antecipa “[...] aquilo que, posteriormente, Harvey e Soja reivindicariam como um materialismo histórico e geográfico” (HAESBAERT, 2021, p.148). Mais recentemente, Souza (2015) defendeu que o uso do conceito socioespacial seria feito quando o “social” meramente qualifica o espacial e propõe a adoção do termo sócio-espacial, quando se incorpora a relação social concreta: “[...] relações sociais e espaço são inseparáveis, mesmo que não se confunda [...] sócio, longe de apenas qualificar o ‘espacial’, é, [...] um indicativo de que se está falando, direta e plenamente, também das relações sociais” (SOUZA, 2015, p.16).

No tocante específico à geografia miltoniana, surpreende-se perceber as convergências entre sua concepção de espaço e a ideia de sistema. A concepção clássica miltoniana de espaço, segundo o qual ele é um conjunto indissociável de sistema de objetos e sistema de ações, tem em si a perspectiva sistêmica de forma fundante. Buscando agora relacionar a discussão entre desigualdades e sistemas, Santos permite uma ampla contribuição nesse sentido. Para o autor, no espaço onde se materializam as exclusões: “[...] os lugares têm um valor. O valor que cada lugar tem determina de alguma forma o tipo de pessoa que vai nele se instalar” (PRATO CHEIO, 2021).

Um destaque importante ao se falar de Santos é dizer da sua análise à ação das empresas e dos fluxos na (re)configuração de territórios – o que ele também vai expressar a partir da ideia de território usado (HAESBAERT, 2021, p.143). Esse olhar de Milton para o global e para os atores hegemônicos, mas como esse global se dá e reconfigura territórios, é uma herança muito

importante do seu pensamento para a geografia brasileira e permite perceber que as abordagens “localizadas” não seriam as únicas capazes de “territorializar” uma abordagem sobre os sistemas alimentares, ainda que nem toda abordagem da globalização e de seus atores hegemônicos necessariamente faça essa vinculação ao território.

Outra importante contribuição de Santos para o estudo geográfico, marcada pelo olhar do Sul, é a construção da ideia de circuitos inferiores e superiores. Na obra *O espaço Dividido* (2002), ele explora a existência de dois circuitos econômicos no espaço urbano de países subdesenvolvidos, sob uma lógica não de bipolarização, mas sim de um dualismo. Em um dos prefácios da obra, Santos (2002) afirma a necessidade de uma teoria do espaço urbano e da urbanização do denominado Terceiro Mundo a partir de um estudo que não fosse exterior a este, ou seja, que não se estudasse o Terceiro Mundo tomando como referência o urbano conhecido e vivido nos países ocidentais do Norte (SANTOS, 2002, p. 16). A ideia de circuitos inferiores e superiores significa dizer que existem no espaço das cidades dois subsistemas. Estes dois circuitos relacionam-se com capacidades diferenciadas de consumo – quali e quantitativamente – devido à seletividade espacial, tanto no nível econômico como no social: “[...]o aparelho econômico deve adaptar-se ao mesmo tempo aos imperativos de uma modernização poderosa e às realidades sociais, novas ou herdadas” (SANTOS, 2002, p. 21)⁵⁶.

Santos também destaca que uma particularidade do circuito inferior seria sua integração localmente. Mas, embora possa se supor uma associação direta entre ele e, por exemplo, o espaço da favela, o autor não caminha nesta direção. Ambos os circuitos são amplos fenômenos econômicos que não possuem delimitação geográfica específica necessariamente, e a favela e o circuito inferior são eles próprios “criadores de atividades”: “[...] não há oposição entre favela e centro, mas oposição entre circuito inferior e circuito superior. Enquanto certos habitantes das favelas em parte escapam do primeiro circuito, outros que não residem nela, pelo contrário, estão completamente ligados a ele” (SANTOS, 2002, p. 76). Este trecho, provocador e brilhante, evidencia como o raciocínio do autor foge a uma lógica mais racionalista, de causa e efeito, da organização espacial. Mostra, ainda, complexidade tal e qual a formação social e espacial merecem em suas análises.

Embora essa proposta de análise esteja, em alguns de seus termos, defasada, se se considerar reflexões teórico-analíticas mais recentes, a centralidade em compreender que a

⁵⁶Vale destacar que essas ideias remetem à ideia de múltiplos sistemas, sistemas multiescalares que se entrecruzam (MALUF, 2020).

economia urbana não é um bloco homogêneo é uma chave ainda válida para o caso em questão e necessária para compreensão do nosso caso. Um ponto interessante é o fato de Santos (2002) abrir mão das ideias de moderno e tradicional para definição dos circuitos, ainda que “superior” e “inferior” possa não ser a denominação “perfeita”, afirma ele (SANTOS, 2002, p. 39). São diversos os motivos do autor para abrir mão das categorias moderno/tradicional; uma delas é porque o que seria o circuito “tradicional” é produto do moderno e da modernização, o que remete à ideia de que há um desenvolvimento combinado entre estes dois circuitos (à luz da ideia do desenvolvimento desigual e combinado). Chamo atenção para essa diferenciação, pois, conforme visto no início deste capítulo, Ericksen (2008), um dos principais autores referenciados para o estudo dos sistemas alimentares, os segmenta entre moderno e tradicional, enquanto que para a análise do varejo alimentar, é apropriada a provocação de Santos segundo o qual,

O circuito superior originou-se diretamente da modernização tecnológica e seus elementos mais representativos hoje são os monopólios. O essencial de suas relações ocorre fora da cidade e da região que os abrigam e tem por cenário o país ou o exterior. O circuito inferior, formado de atividades de pequena dimensão e interessando diretamente as populações pobres é, ao contrário, bem enraizado e mantém relações privilegiadas com sua região. Cada circuito constitui, em si mesmo, um sistema, ou antes, um subsistema do sistema urbano. Contudo, só o circuito moderno foi objeto de pesquisas sistemáticas [...]. O resultado é que a maior parte dos estudos não são feitos sobre a cidade inteira, mas sim sobre uma parte da cidade, impedindo, por isso mesmo, a formulação de uma autêntica teoria da urbanização (SANTOS, 2002, p. 22).

O autor inaugura uma diversidade de conceitos, assim como aprofunda, ao longo de sua obra, em perspectivas sobre os conceitos-chaves do conhecimento geográfico, como o de território, que, segundo Haesbaert (2021, p. 59): “[...] vai gradativamente tomando proeminência sobre o conceito de região na obra de Milton Santos”. Apesar de, em momentos iniciais, Santos interpretar a ideia de território a partir da dimensão de materialidade – enquanto o conjunto material de fixos, ou seja, objetos – e o espaço como o conjunto dos fluxos e das ações, para Haesbaert (2021, p. 143), ao longo de sua obra, estas duas noções se aproximam, e então se constrói a ideia de “território usado” (HAESBAERT, 2021, p. 143).

Enfim, em síntese, a proposta é reforçar a escolha por trazer a sócio-espacialidade para compreender as dinâmicas do varejo alimentar, por entender essas dinâmicas como um processo sócio-espacial. Goodman *et al.* (2012) já faziam essa crítica sobre como o trabalho na geografia humana não é considerado no estudo dos sistemas alimentares. Soja (1993) defende que a elaboração teórica sobre o desenvolvimento desigual só foi possível quando o campo marxista, marcado pelo olhar histórico, se abriu para o olhar espacial, pois, no espaço, se ganha essa

materialidade da reprodução desigual, porém necessária para si. Daí a importância de se pensar os sistemas alimentares no plural e de forma ancorada. A diferença na forma como atores do sistema se espacializam vai levar a formas e fluxos de provisão diferentes e desiguais. Dissos derivam a necessidade de construção uma “agenda de pesquisa” convergente entre sistemas alimentares e a sócio-espacialidade. Trata-se de uma geografia dos sistemas alimentares, a partir de uma contribuição mais teórica da ontologia especializada, pensada pela geografia no Brasil para os estudos dos sistemas alimentares.

2.3.2 A concepção de território: analisando o espaço a partir da compreensão de poder relacional

O que se chama de giro espacial, na América Latina, para Haesbaert (2021), envolveu também um giro territorial, que se consolidou como um dos principais conceitos da geografia brasileira (HAESBAERT, 2021). Há uma construção geral desse conceito na história do pensamento geográfico internacional e brasileiro que não caberá aqui na sua totalidade. Alguns autores centrais que têm se debruçado sobre este conceito serão apresentados aqui. Santos foi explorado no item anterior, onde ele mostrou um pouco de sua percepção sobre o território. Neste item serão expostas as definições como também uma síntese da trajetória que apresentam os geógrafos Saquet (2013)⁵⁷, Souza e Haesbaert. Apoiando-se neste trabalho, apresentar-se-ão os principais dilemas e encruzilhadas conceituais e aprofundarei nas leituras desses autores supracitados para uma compreensão de como essa discussão alimenta nosso estudo.

Segundo Saquet (2013, p.120), o conceito de território passa a ser retomado a partir dos anos 1970 e, sobretudo, dos anos 1990. A diversidade de definição conceitual não é apenas extradisciplinar, mas também, no próprio campo geográfico, há uma diversidade de acepções e mudanças ao longo do tempo: “[...] os conceitos têm diferentes significados, historicamente definidos, como ocorreu com o espaço e com o território” (SAQUET, 2008, p. 30). O autor retoma não apenas a contribuição marxista de Lefebvre e Harvey para a virada territorial, como também as contribuições do campo da filosofia, com Deleuze e Guattari (1976 *apud* SAQUET, 2013, p. 53), cujas reflexões giram em torno dos processos de territorialização-desterritorialização-reterritorialização, futuramente trabalhadas por Raffestin. Este é outro

⁵⁷Um aspecto interessante deste trabalho é que o autor traz aportes da geografia italiana. Embora ainda europeia, sai de um eixo francês e anglo-saxão que me parece centralizar os debates na história do pensamento geográfico.

geógrafo importante na retomada dos estudos sobre território para além de uma abordagem teórico-quantitativa que, por anos, predominou. Segundo ele,

O conceito de território é retomado, nos anos 1970, em abordagens que procuram explicar a dominação social, a constituição e expansão do poderio do Estado-Nação, a geopolítica, a reprodução do capital, a problemática do desenvolvimento desigual, a importância de signos e símbolos como formas de controle na vida cotidiana e as próprias bases epistemológicas do pensamento geográfico (SAQUET, 2013, p. 53).

A partir dos anos 1990, diferentes perspectivas e abordagens sobre as ideias de território e territorialidade são desenvolvidas no campo geográfico; Saquet destaca que esse movimento é contemporâneo ao de renovação nas Ciências Sociais. Novamente aqui é preciso ter atenção aos textos e às definições diversas para analisar, perspectivamente, as proposições e compreender suas diferentes propostas, identificando as filiações das quais as definições partem, assim como nos estudos que fazem uso do enfoque dos sistemas alimentares. Em grande medida, porém, é possível fazer a relação entre território e a ideia de poder na maior parte das abordagens desenvolvidas para este conceito, ancoradas na ideia do território como um produto histórico e multiescalar: “[...] são as relações de força que condicionam e constituem o território” (SAQUET, 2013, p. 124).

Pensar a dimensão do poder e sua manifestação espacial remete ao conceito de território, que busca esclarecer a respeito das relações de poder enquanto elementos que definem e delimitam um determinado espaço geográfico. Esta definição, na geografia brasileira, tem como uma de suas principais referências o trabalho de Souza (1995). A partir dele, o autor seguiu num esforço de reflexão conceitual, de forma a delimitar a compreensão do conceito de poder, palavra que, tal qual território, é bastante presente na linguagem do senso comum, o que traz desafios nesse exercício de maior delimitação teórica da palavra. Há de se compreender aqui a diferença entre espaço e território, que, sendo conceitos diferentes, comungam da ideia de que ambos não se reduzem à materialidade. Há uma importância de Foucault tanto na virada espacial, como já visto, como também na compreensão da relação entre espaço e poder, já que este autor trabalha em sua obra a ideia de poderes disciplinadores.

Saquet (2013) identifica quatro tendências e/ou perspectivas de abordagens do território. Nesta categorização proposta por ele, Santos ancora-se especialmente numa abordagem materialista e centrada no conceito de espaço geográfico. Haebaert integra as dimensões material e ideária, com foco nas processualidades culturais e políticas, e Saquet se aprofunda numa

abordagem (i)material e na construção de um conceito ancorada na relação matéria-ideia. Estas quatro tendências são:

[...] a) uma, eminentemente econômica, sob o materialismo histórico e dialético, na qual se entende o território a partir das relações de produção e das forças produtivas; b) outra, pautada na dimensão geopolítica do território; c) a terceira, dando ênfase às dinâmicas políticas e cultural, simbólico-identitária, tratando de representações sociais, centrada na fenomenologia e, d) a última, que ganha força a partir dos anos 1990, voltada à discussões sobre a sustentabilidade ambiental e ao desenvolvimento local, tentando articular, ao mesmo tempo, conhecimento e experiências de maneira interdisciplinar (SAQUET, 2013, p. 15).

Sobre a primeira tendência – a que trabalha sob a perspectiva do materialismo histórico e dialético –, novamente é Lefebvre um autor-chave. O autor relaciona a produção do espaço à reprodução das relações de produção, tendo como referência a teoria marxista do valor. Tanto a equação definidora das relações de produção capitalista quanto as contradições a ela inerentes expressam-se espacialmente, sendo elas características da produção do espaço (SAQUET, 2013, p. 53-54). Essas interessantes abordagens que associam reflexões de filiações marxistas com a abordagem territorial falam sobretudo a partir de um olhar ao econômico, o que pode ser uma limitação, mas partem de um suposto do “enraizamento” territorial das práticas, em que pese a pós-modernidade, a financerização, a globalização e outros processos debatidos sobre o mundo contemporâneo. Nesta concepção, as ações econômicas possuem, necessariamente, um enraizamento e uma ligação com o local ainda que seja, simultaneamente e de forma contraditória, uma projeção extralocal o que significa dizer que o território não desaparece em decorrência da desterritorialização do capital (SAQUET, 2013, p. 105-106). Cox (2013, p. 6) igualmente destaca que o território é a base para a expansão geográfica e para a criação de novos espaços de circulação.

Haesbaert é outro autor que tem apresentado ideias novas sobre território e tem trazido, para dentro da geografia brasileira, contribuições significativas. O autor propõe uma constelação de conceitos geográficos, sendo a noção de espaço uma espécie de “guarda-chuva”. A constelação apresenta portas de entrada, lentes de análise distintas, cada qual ganhando proeminência no campo da ciência geográfica em tempos e locais distintos, enfatizando uma especificidade na forma de olhar e interpretar o espaço. Assim como Massey, Haesbaert não entende o espaço como algo estático. Parte significativa de seus trabalhos se dedica a propor e a refinar as noções de des-re-territorialização. Isso é algo que destaca a importância da espacialidade e que, ao resgatar uma discussão prévia deste capítulo, relembra que os atores do capital, ainda que globais, não atuam

numa espacialidade abstrata: “[...] o mundo [...], não se desterritorializa - nem o tempo histórico está deixando de ser (re)configurado, na sua multiplicidade de ritmos e velocidades” (HAESBAERT, 2014, p.13).

Em *O mito da desterritorialização*, de 2004, Haesbaert, incorporando contribuições de Deleuze e Guattari, analisa o processo de des-re-territorialização, reafirmando a importância do espaço na atualidade. Haesbaert exemplifica, inclusive, essa dinâmica a partir do varejo: “O comerciante, exemplificam, compram mercadorias num território, desterritorializa-as e as reterritorializa nos circuitos comerciais” (HAESBAERT, 2004, p.111). Ele reforça a compreensão de que o varejo alimentar envolve fluxos e dinâmicas territoriais de des-re-territorialização de alimentos e produtos alimentícios. A dimensão de poder também é base de análise do território para este autor:

[...] o território [...], enquanto *mediação espacial do poder*, resulta da interação diferenciada entre as múltiplas dimensões desse poder, desde sua natureza mais estritamente política até seu caráter mais propriamente simbólico, passando pelas relações dentro do chamado poder econômico, indissociáveis da esfera jurídico-política (HAESBAERT, 2004, p. 93).

O autor também se dedica a construir uma definição para o que chama de território-rede (HAESBAERT, 2004), conceito que associa duas dimensões. Estas muitas vezes aparecem na literatura de maneira dicotômica: enquanto ao território é associada a ideia de contiguidade, à rede destina-se o sentido oposto. Haesbaert, ao contrário, afirma que a rede é um dos elementos constituintes de um território. A própria organização e territorialidade do abastecimento alimentar constituem uma rede complexa que integra e realiza distintas funções e disputa o controle sobre os fluxos (SEABRA, 2015, p.167).

Por fim, outra categoria importante que se desdobra da noção de território é a de territorialidade, que remete a uma mediação simbólica entre a dimensão material do territorial e o social e que também pode ser entendida como resultado político da dominação social (SAQUET, 2013, p. 104-115). É, assim, um fenômeno eminentemente social, envolvendo relações intersubjetivas, tendo um território como mediador. Uma tensão dessa produção social e subjetiva das territorialidades envolve reconhecer que há múltiplas territorialidades existentes, sendo algumas vinculadas a uma lógica hegemônica e outras a saberes subalternizados.

Mais recentemente, o autor tem destacado que a palavra território pode assumir acepções teóricas diferentes. Uma importante contribuição de Haesbaert é propor a ideia de território de forma polissêmica como categoria normativa, como categoria da prática e como

categoria teórica/de análise. Há atualmente a construção da categoria território a partir da prática, acionada pelas falas dos movimentos, denotando lugar de pertença. Existe uma construção conceitual em torno da noção de território que não parte dos livros, mas chega neles a partir da prática. Porto-Gonçalves é decisivo nessa expansão da concepção de território, incorporando a ideia de território como categoria da prática. Essa diversidade dá a essa noção um grau de complexidade e torna o território mais do que um conceito, um instrumento político.

Esse território do qual fala Haesbaert (2021, p. 59), que ele define como “ [...] mais concreto, prático e também, muitas vezes, moldado ‘de baixo para cima’”!, relaciona-se com a ideia de território a partir da noção de identidade. Analisando-se a obra de Santos, Haesbaert retoma uma noção que por ele é ressaltada como “dimensão vivida e praticada do território” – na minha leitura, uma base para se pensar essa forma território como categoria da prática. A dimensão de identidade é também central na proposta do que seriam os sistemas locais territoriais, que serviriam como instrumentos de políticas territoriais. Segundo Saquet (2013) trata-se de:

um modo de produção do território, determinado pela organização societal, no qual, a identidade historicamente constituída também tem centralidade, como permanências (sedimentos materiais e cognitivos) que se manifestam nos lugares. O território é produto histórico e condição de processos sociais, com formas e territorialidades, interações entre a sociedade e a natureza; tem um caráter político muito forte, em direção à constituição da *sociedade local*, articulada, mas com capacidade de autogestão, valorizando a natureza, a ajuda mútua, o pequeno comércio, a autonomia, o trabalho manual do agricultor, os saberes populares, a cooperação, os marginalizados, o patrimônio cultural-identitário, a biodiversidade, as microempresas, enfim, a vida, [...] em detrimento da mercadoria, da degradação, do imediatismo e do individualismo” (SAQUET, 2013, p.117).

Um desafio atual se deve ao fato de que essa noção de território teria se constituído como uma espécie de noção-fetiche, virando não apenas uma categoria da prática, como também uma categoria normativa (HAESBAERT, 2021, p.136). Aqui, no geral, o território é como algo que é quase que essencialmente contra-hegemônico, diferentemente da noção de um território onde, de forma relacional, se expressam os conflitos e, com isso, também a expressão da hegemonia. Parece-me que, em alguns momentos, a essencialização dessa categoria traz algumas dificuldades de interpretação e, ao mesmo tempo, faz sentido e tem força mobilizadora.

Retomando o tema deste trabalho e buscando estabelecer pontes entre ele e esta discussão, compreendo que, no próprio movimento de circulação e reprodução do capital, há territorialidades e territorialização. O território é resultado e determinante desta unidade, inscrevendo-se num campo de forças de relações sócio-espaciais. Haesbaert fala que território é múltiplo e relacional e reforça que, analiticamente, “[...] discutir a sociedade pelo território é

encarar como questão básica a construção das relações de poder pelo espaço” (HAESBAERT, 2021, p. 218). Daí a importância de uma abordagem relacional que compreenda as relações políticas como campo de forças. A síntese, para mim, significa entender que no espaço existem múltiplas territorialidades – um território envolve múltiplas territorialidades. As práticas de varejo são distintas e possuem distintas des-re-territorializações e territorialidades. O varejo supermercadista envolve aquela des-re-territorialização que remete a atores com grande poder político.

Assim, é possível afirmar que, a depender do que se compreende como identidade e sua relação com o território, alguns desses atores varejistas não possuem essa relação de identidade territorial⁵⁸. É possível afirmar, porém, que eles se territorializam, e aqui cabe chamar a atenção para o risco da ideia de território ser vista como sinônimo de uma escala geográfica, ou como um dado, tal qual acontece com a ideia de local. Pelo contrário, noções de escalas e territórios devem ser construções sociais contestáveis:

Além da característica desterritorializadora do capital, a dinâmica desse processo de produção e acumulação também é territorializadora, cristalizadora de relações sociais no espaço. Há territorialidades e territorialização mesmo na circulação [...]. a identidade é concebida como unidade relacional, produto histórico e condição da reprodução social” (SAQUET, 2013, p. 154).

Por fim, cabe um último apontamento no tocante à discussão conceitual sobre o território. Entendo que o que se coloca hoje em termos de deslocamentos epistemológicos provocados especialmente pelas teorias descoloniais, antirracistas e feministas relacionam-se com essa trajetória da virada espacial no pensamento social, já que esse deslocamento teórico e epistemológico remete no limite à discussão em torno dos lugares de anunciação. Estas epistemologias partem do suposto de que também as teorias têm sua espacialidade, são localizadas, e de que essa localização da produção do conhecimento tem implicações políticas e implicações no próprio fazer do território. Para qualquer localização e orientação geográfica, é preciso que se tenha determinado o ponto de referência, e esse ponto de referência repercute na visão que se tem sob o espaço.

O giro e a forma como as narrativas são hoje construídas por muitos movimentos sociais mostram que, lembrando o tensionamento narrado por Soja dentro do marxismo, estavam

⁵⁸Há, porém, situações mais complexas na qual podemos afirmar que atores do varejo – mesmo os de grande porte – estabelecem algum tipo de relação com identidade territorial. Seria o caso, no mínimo, das redes Guanabara e Mundial.

certos os historicistas. Para eles, os marxistas que falavam sobre o espaço estavam propondo um deslocamento do sujeito e da luta de classes. Mas se equivocavam, avalio, quando percebiam ali um erro interpretativo, de tática e estratégia na luta política. Para Haesbaert, o giro espacial na América Latina foi, sobretudo, um giro territorial e se deu, em parte, sob bases de reflexões e movimentos de(s)coloniais. Ou seja, esse giro também ocorre nas lutas subalternas, para usar o termo qualitativo que o autor emprega. Para Haesbaert, nós, “latino-americanos”, sempre estivemos mais ligados ao espaço [...]” (HAESBAERT, 2021, p.19-20).

Dentro do campo de teorias descoloniais, um último destaque a ser feito é relativo às epistemologias feministas e negras para além de sua contribuição dentro de uma agenda de pesquisa específica, como “estudos de gênero”. Tanto a literatura feminista como também a antirracista nos provoca no entendimento do sujeito de pesquisa imbricado em sua prática e também chacoalha categorias de análise das Ciências Sociais e afins. Quem lemos, com quem falamos e como nosso corpo aporta na reflexão e construção teórica a partir de um tema? Algumas dessas autoras têm construído as ideias de território-corpo e corpo-território, sobretudo indígenas mulheres e mulheres feministas da América Latina. Intrinsecamente relacionadas à luta política de mulheres, estas ideias de território-corpo⁵⁹ ou de “corpo[como]-território” destacam que é o corpo o primeiro território de luta, permitindo o debate sobre território e ainda mais múltiplas escalas (ECHEVERRI, 2004)⁶⁰. Para Cusicanqui (2019), a repolitização necessária do nosso cotidiano só será possível partindo do próprio corpo. Já Gago (2020) apresenta uma noção que permite pensar a apropriação dos nossos corpos pela dinâmica sistêmica dominante, quando propõe o conceito corpo-território que evidencia como a exploração dos territórios comuns e comunitários implica violentar o corpo de cada um/a e o corpo coletivo por meio da espoliação. Segundo esta última autora:

[...] a expansão e o transbordamento do corpo como corpo-território são o lugar concreto a partir de onde, hoje, se confronta o extrativismo ampliado: todas as formas de

⁵⁹ Uma reflexão em aberto que, embora não tenha desenvolvido, gostaria de registrar em nota, que diz respeito à eventual relação entre a noção de território-corpo com a ideia de nutrícidio. Esta última é definida por Afrika (2000) como o genocídio alimentar provocado contra populações negras que teria no limite relação com o processo de colonização europeia. Compreendo que seria possível falar de uma apropriação do território-corpo a partir da política dos alimentos e dos modos de comer. Partir da categoria nutrícidio para vinculá-la à noção de território e de território-corpo me permite perceber como ele, o nutrícidio, se insere numa lógica colonial de espoliação dos territórios, inclusive do próprio corpo como território primeiro. Assim, da mesma forma que indústrias neoextrativas espoliam territórios (corpo incluído), atores hegemônicos da alimentação também. O corpo é um território em disputa pelos atores da política dos alimentos.

⁶⁰ Carolina Maria de Jesus, bem antes desse “giro descolonial”, já afirmava: “O Brasil *precisa* ser dirigido por uma pessoa que já passou *fome*” e “É preciso conhecer a fome para saber descrevê-la”.

espoliação e exploração (do extrativismo propriamente dito, de matérias-primas, ao extrativismo digital e financeiro) que articulam a máquina de valorização capitalista. O corpo-território possibilita o desacato, a confrontação e a invenção de outros modos de vida, e isso implica que nessas lutas se viabilizem saberes do corpo em seu devir território e, ao mesmo tempo, o indeterminem, porque não sabemos do que é capaz um corpo enquanto corpo-território. Por essa razão, corpo-território é uma ideia-força que surge de certas lutas, mas que possui uma potência de migrar, ressoar e compor outros territórios e outras lutas (GAGO, 2020, p.110).

É possível, assim, afirmar que a ontologia espacial tem forte vinculação com a perspectiva sistêmica, o que foi muito bem traduzido na teoria geográfica de Milton Santos e refletirá em maior ou menor medida na geografia brasileira. A virada espacial-territorial fortalece uma chave de leitura que parte da compreensão do espaço como aquele em que se agrega uma diversidade de fenômenos sociais, ambientais, dentre outros. O espaço informa e importa, assim como também importa o local no qual a produção do conhecimento e as teorias são produzidas, elemento que se destaca nas abordagens descoloniais, feministas e antirracistas. Em que pese convergências diversas entre esta abordagem e a dos sistemas alimentares, há pouco diálogo entre estes dois campos. Na geografia brasileira, também poucos trabalhos exploram a dimensão do varejo alimentar, sendo predominante pesquisas em torno das dinâmicas agrícolas e agrárias, igualmente de extrema relevância.

2.4 Perspectivas a partir da escala local

A discussão da escala, embora pareça essencialmente uma discussão do pensamento geográfico, é uma problemática epistemológica e metodológica que atravessa a produção do conhecimento. O tensionamento entre as escalas global e local ganhou força nos estudos e na luta contra processos inerentes à globalização, uma espécie de tensionamento global *versus* local. Se, por um lado, com a intensificação da globalização, proliferou-se um discurso cuja ênfase deveria estar no nível global, por outro era como se as contradições do capitalismo assumissem uma forma espacializada que levasse à necessidade de proteger valores dos locais. As abordagens que valorizam o local são, num certo sentido, um contraponto desse fluxo dos estudos da globalização e a abordagem baseada na economia política da agricultura, em sua análise da ascensão da agricultura capitalista e do regime global corporativo (GOODMAN *et al.*, 2012, p.13).

Compartilhar-se-ão, neste item, algumas abordagens que, diferentemente das anteriores, priorizam a escala local de análise no estudo (agro)alimentar. Darei destaque a três perspectivas de análise. Primeiro, será apresentada brevemente a discussão de sistemas alimentares

localizados, desde a vinda da literatura francesa, já que este enfoque ganhou aqui também espaço para análise. Exponho, também, em linhas gerais, as proposições de Morgan, Marsden e Murdoch (2008) sobre a relação entre lugar e comida, autores que defendem a ideia de que há uma comida sem lugar, ou seja, uma *placeless food*. Em seguida, exibio contribuições de Goodman, Dupuis e Goodman (2012) e de outros textos destes autores que analisam criticamente a ideia de “local” e exploram as ideias de ética e estética na discussão sobre o que é “alternativo”. Por fim, apresento uma discussão mais recente que propõe alternativa à denominação “local”, fazendo uso das ideias “territorial” ou “territorializados”, porém, a partir de uma filiação de certa forma distinta da que exponho na construção conceitual do território. Por isso, provooco uma análise sobre a possibilidade de uma abordagem do sistema alimentar territorial/territorializado, tendo como matriz as concepções da geografia brasileira.

Faço isso porque entendo que a abordagem multiescalar necessária para o estudo que se segue no Capítulo 4 exige também uma compreensão sobre como tratar analiticamente os fenômenos desde a escala do local. Parto do suposto de que as escalas não são dadas, mas são socialmente construídas, altamente dinâmicas e mutáveis. E de que diferentes escalas constituem e são constituídas através de uma estrutura histórico-geográfica de interações sociais (SOUZA, 2016, p.191).

2.4.1 Os sistemas alimentares locais e localizados, a produção de alimentos enraizada e as abordagens e práticas das redes alimentares alternativas

Apesar de uma parte significativa de trabalhos se concentrar apenas ou principalmente nas tendências globais/globalizantes e de internacionalização dos sistemas agroalimentares, outro conjunto de autores foi jogando luz às especificidades locais e regionais neste processo. Para estes autores, os processos de produção ainda são mediados e, em alguns casos, refratados por especificidades locais e regionais (MORGAN *et al.*, 2008). Uma das primeiras referências e definição do que seriam os sistemas (agro)alimentares localizados está em Cirad-SAR (1996), segundo o qual os sistemas agroalimentares localizados são:

[...] organizações de produção e de serviços (unidades de produção agrícola, empresas agroalimentares, comerciais, de serviços de restauração) associadas, por suas características e seu funcionamento, a um território específico. Os meios, os produtos, os homens, suas instituições, seu knowhow, seus comportamentos alimentares, suas redes de relações se combinam em um território para produzir uma forma de organização agroalimentar, numa determinada escala espacial (CIRAD-SAR, 1996).

Aproximando-se das ideias de *cluster* e de sistema produtivo local, a ideia de sistema alimentar local/localizado era vista como “uma variedade agroalimentar de sistemas produtivos locais”. Com o tempo, a ideia de sistema alimentar local aproximou-se das de qualificação dos produtos pelo território, pois ela própria se vinculava a um território e fazia referência à dimensão da produção (REQUIER-DESJARDIN, 2013, p. 96; MALUF, 2021). Se a geografia importa, cabe ressaltar que é na França onde se lapida essa categoria, local onde também houve uma fértil discussão sobre a qualificação dos produtos pelo território, levando-se em conta a ancoragem territorial dos diferentes elementos do sistema, o que se sintetiza na cunhagem da ideia recursos do território e do termo *terroir* (PRÉVOST, 2014b; BENKO; PECQUEUR, 2001).

Os sistemas localizados possuem muitas vezes relação com demandas em torno de produtos de melhor qualidade. Para Morgan *et al.* (2008), são essas pressões que têm promovido esse *re-embedding* do processo de produção de alimentos no contexto local. Percebe-se, aí, o uso da palavra *embedded*, a mesma empregada por autores como Coe e Wrigley, mas aqui num contexto distinto, ou mesmo oposto. Para Morgan *et al.* (2008, p.11), alguns alimentos são globais e outros são locais, e está implícita a construção de uma moralidade em torno das ideias de local o global. É também aqui que aparece a associação entre alimentos industrializados como alimentos *placeless*, o que justificaria o movimento em busca da *localization of food* (MORGAN *et al.*, 2008, p.14), em contraponto ao que a literatura chama de *systemic footlooseness*, enquanto um resultado da agricultura industrial global. A percepção de global remete àquelas abordagens sobre globalização como desenraizamento, desmaterialização. O contraponto a essas redes “sem lugar e sem nome”, movido pela localização e regionalização de processos de produção de alimentos, seriam experiências como as redes alimentares alternativas e as cadeias curtas de abastecimento alimentar (do inglês *short food supply chains* - SFSCs). Estas seriam fontes de resistência contra os efeitos homogeneizadores dos alimentos “sem lugar” e do abastecimento alimentar global e industrial.

Analisando-se a centralidade da natureza e da cultura, esses autores definem os alimentos como um misto entre componentes orgânicos e inorgânicos, ou seja, aspectos naturais e sociais (MORGAN *et al.*, 2008, p. 9). Como resultado dessa interação natureza-sociedade, sugerem existir quatro *productive worlds of food*, e cada um deles teria suas convenções. São eles: mundo industrial, mundo dos recursos intelectuais, mundo do mercado e mundo interpessoal. Este último, o mundo interpessoal, seria aquele relativo ao alternativo, no qual se veem as ideias de comidas e alimentos locais, regionais, típicos e orgânicos. Esses espaços alternativos estariam em locais

que de alguma forma “escaparam aos rigores da industrialização” e demarcariam diferenças entre distintas regiões alimentares (MORGAN *et al.*, 2008, p. 24). Apesar de ser possível identificar áreas dominadas pelo mundo interpessoal e outras dominadas pelo mundo industrial, a maioria dos lugares combinaria características dos diferentes mundos.

Assim, é possível perceber que diferentes abordagens em torno da escala estão no centro das diferenças entre os enfoques dos regimes alimentares e das redes, sejam as de produção global, sejam as alimentares alternativas. Aqui o lugar da escala na construção de uma abordagem é explícito ao se falar das “redes re-localizadas” e uma associação quase que automática entre valores positivos e o local. É possível perceber que os autores fazem uso intenso de uma lógica geográfico/espacial para pensar os processos de produção dos alimentos, chegando até a proposição de que estes quatro mundos configurariam um mapa da *geographies of (agri-) food*. Ao longo deste trabalho, uma importante discussão presente em outras abordagens – a discussão das relações desiguais de poder (que decerto existem em análise comparativa desses mundos) – acaba sendo aqui pouco explorada quando comparada a outros enfoques.

Por fim, outra importante contribuição para esse debate está em Goodman *et al.* (2012), que apresentam a ideia do que seriam as Redes Alimentares Alternativas. Os autores e a autora apresentam uma abordagem consistente e com boa força explicativa, tomando como referência ideias de reflexividade e conhecimentos de práticas e alteridade, que também foram previamente explorados em trabalhos como “*Knowing Food and Growing Food: Beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture*” (2002), de Goodman e Dupuis (2002), e o “*Should we go ‘home’ to eat? Towards a reflexive politics of localism*”, destes mesmos autores (2005). As Redes Alimentares Alternativas seriam:

[...] novos espaços econômicos e culturais de comercialização, produção e consumo de alimentos – orgânicos, de comércio justo, locais, de qualidade, “slow” – cujas “qualificações” alternativas éticas e estéticas os distinguem dos produtos convencionalmente fornecidos pelo comércio internacional, pelas indústrias dominantes e pelas cadeias de supermercados [...]. O que está em jogo aqui é um maior controle social dos circuitos de alimentos e comércio global, a fim de estender a governança cívica sobre os processos de produção, valorização e acumulação econômica (GOODMAN *et al.*, 2012, p. 4-6) [tradução da autora].

Nessas narrativas, o local tende a ser enquadrado como o espaço ou contexto em que as normas e os valores éticos podem florescer, e assim o localismo se tornaria parte da explicação para o surgimento de “boas” redes alimentares alternativas e mais sustentáveis (GOODMAN *et al.*, 2012, p.11). O local é visto como uma resistência normativa. Um destaque importante é

que essa literatura de redes alternativas tem relação direta com os movimentos alimentares, do inglês, *food movements*, na medida em que a própria crítica à alimentação convencional levou a uma nova política de alimentos, na qual ativistas demandam maior controle social sob as dinâmicas alimentares (GOODMAN *et al.*, 2012, p. 4). São movimentos que se reconhecem como comprometidos com o local, podendo este local envolver tanto camponeses/as e populações indígenas como também ativistas urbanos e populações urbanas que experimentam um acesso desigual aos alimentos (CADIEUX; SLOCUM, 2015, p. 5). Ou seja, aqui, as contribuições ao debate não são apenas de escolas de pensamento, mas também de ideias produzidas por movimentos e pela sociedade em sua prática, o que remete à ideia de Haesbaert sobre categorias que também são construídas a partir da prática.

De forma geral, no conjunto de trabalhos que fala sobre o local e suas redes alternativas, há uma importante inflexão na qual é o consumo e os consumidores que passam a ser interpretados como agentes da mudança social e ecológica das relações de produção. É o que eles e ela chamam de *market-based social movements*. Trata-se de uma mudança de chave de leitura bem significativa se se pensar que a lógica de movimento social esteve historicamente mais atrelada à dimensão do trabalho. Ademais, essa mudança abre a sociologia da agricultura para o debate do consumo e da agência do consumidor. O ritmo dessa transformação se daria a partir do ritmo do enraizamento de valores alternativos nas práticas cotidianas de abastecimento de alimentos e nos circuitos comerciais globais (CADIEUX; SLOCUM, 2015, p. 5).

2.4.2 A “miopia do local” e o localismo reflexivo

Apesar da defesa de que é do local que sairiam as redes alternativas e de onde floresceriam valores éticos, ao mesmo tempo Goodman *et al.* (2012) chamam a atenção de que o localismo também teria algumas emboscadas e poderia ser uma prática irreflexiva com implicações negativas e contraditórias. A defesa do trabalho é, portanto, um localismo reflexivo. Do contrário, esta ação negaria a política do local, que não está ausente de reverberar situações de injustiça, e construiria soluções baseadas em padrões alternativos de pureza e perfeição, baseados em padrões e em um conjunto particular de normas ou imaginários sobre o lugar, tornando-os vulneráveis e, portanto, passíveis de serem cooptados pela ação corporativa (GOODMAN *et al.*, 2012, p.12).

Há questões muito bem exploradas nessa literatura que dizem respeito a como são definidas as ideias de local e de alternativo e merecem destaque. Sobre o “local”, é indispensável compreender que ele não se trata de um termo inocente (HARVEY, 1996 *apud* DUPUIS; GOODMAN, 2005). Dunne *et al.* (2010), ao estudarem varejistas locais de alimentos, por exemplo, afirmam que há um vasto número de diferentes definições do que seria o local, a maioria definido por fronteiras políticas ou geográficas. Para esses autores, no geral, essas diferentes perspectivas sobre o que constitui o local levam à conclusão de que sua definição não pode ser baseada apenas em escala, caso queira refletir ideias de justiça social e sustentabilidade ecológica (DUNNE *et al.*, 2010, p. 2). Outra importante questão levantada por eles é sobre em que medida é possível o que acontece no local escalonar, pular num trampolim e alcançar escalas maiores. Ao mesmo tempo em que se fala recorrentemente do local, os autores afirmam que há disputas políticas sendo travadas em muitas arenas e escalas (GOODMAN *et al.*, 2012, p. 7).

Já sobre a ideia de “alternativo”, Goodman, Dupuis e Goodman (2012) revelam o quão difícil é colocar localidades e redes locais de alimentos de forma inequívoca sob a rubrica de “alternativo”. No caso dos alimentos locais, esses autores afirmam que esse desafio reside nos valores ecológicos, éticos e estéticos atribuídos ao processo produtivo. No entanto, fazem a ressalva de que os alimentos locais podem ser comercializados diretamente, mas a “escala” para consumidores distantes geralmente requer integração em canais de distribuição corporativa. O alternativo não significa, necessariamente, o rompimento com o “sistema”, com seu modelo dominante. Pode se configurar como um núcleo dentro dele e, inclusive, as próprias corporações se beneficiarem dessa virada pela qualidade e reflexão que se aproximam das defendidas por McMichael e Friedmann (2007) e de elementos apreendidos nesta pesquisa. No caso do varejo alimentar, por exemplo, veem-se grandes varejistas fazerem uma segmentação de mercado e passarem a oferecer *alternative food*. Isso poderá ser bastante percebido sobretudo nas lojas localizadas em regiões com alto rendimento, se tornando então um marcador de diferença entre grandes redes orientadas para populações de bairros com alto poder aquisitivo e redes “populares”. Em sua versão irreflexiva, essa construção do alternativo poderia cair em um *consumer demand oriented* envolvendo valores passíveis de serem cooptados:

[...] essas formulações de um localismo econômico orientado pelo mercado ignoram as desigualdades da política do lugar, principalmente quem ganha nas lutas para se apropriar e sustentar os fluxos de renda econômica que emergem nesses “novos espaços econômicos” criado pelas redes alimentares alternativas e os circuitos curtos de produção e consumo [...]. [...] essas análises não abordam as forças políticas motrizes

por trás da reconfiguração do espaço e da escala e as novas formas de mercantilização da territorialidade – como o *terroir* [...]. O local como arena de luta político-econômica e a escala de acumulação socialmente construída permanece uma categoria opaca, conceitual e empiricamente, uma verdadeira caixa preta (GOODMAN et al., 2012, p. 17) [tradução da autora].

Ainda sobre a ideia de um localismo irreflexivo, Goodman *et al.* (2012) dizem que uma realocização sob estas bases pode ter consigo interesses de uma classe dominante deste local, havendo um risco, inclusive, desse discurso aproximar-se de uma abordagem regional identitária e de uma postura defensiva, elitista e reacionária (GOODMAN *et al.* 2012, p.12). Nestes casos, a ideia de local se torna um construto discursivo que se converte em fonte de valor (DUPUIS; GOODMAN, 2005, p. 364). É bem interessante essa provocação que é feita sobre o poder de elites locais para dissociar a ideia de local de um ideal de perfeição, que irá ao encontro do que se vê em alguns territórios mais periféricos do município, onde há o domínio político e econômico de grupos por vezes relacionados ao local.

Daí a necessidade de se atentar contra um uso do lugar calcado numa fetichização espacial. Quando esse alternativo se perde, o risco de se ter um uso racializado é grande. Os autores e a autora chamam a atenção para a possibilidade de estas redes tomarem um caminho elitista e racista, com predomínio de população branca e de classe média, que inclusive repercute na prática de altos preços. Essas críticas ajudam a perceber o quanto algumas abordagens teóricas sobre o alternativo têm capacidade explicativa limitada e não dialogam com o grosso da realidade periférica do espaço urbano, especialmente quando se fala de uma região com notável segregação sócio-espacial e racial, como o município do Rio de Janeiro. Se essa leitura faz sentido considerando-se desigualdades no Norte global, estas são ainda mais perceptíveis no contexto brasileiro e ao que acontece no MRJ, especificamente olhando sua crítica sobre essa abordagem mais localista.

Em geral, o acesso diferenciado a alimentos no espaço urbano, marcado por desigualdades, é bastante elitista. Embora mais recentemente esforços no campo do ativismo político tenham sido empreendidos para conectar movimentos urbanos e movimentos relacionados ao rural e à produção de alimentos, numa tentativa de popularizar o acesso aos alimentos saudáveis, não se pode tomar como referência essas experiências. O que predomina é o acesso a alimentos diferenciados, tendo como definidor o poder de compra: o quanto você pode pagar é o que determina o que você vai consumir. Motta (2021) defende a existência de um privilégio de classe no tocante ao acesso a alimentos saudáveis, daí a necessidade de se olhar

para relações de poder nestes estudos. A questão de classe é um dos componentes que a autora incorpora na sua proposta de análise interseccional sobre as desigualdades alimentares, como será visto mais à frente. Especialmente no contexto urbano, quem são os corpos que se alimentam e se movem em defesa desse “alternativo”? Isso será mais explorado quando se analisar qualitativamente onde varejistas que comercializam alimentos “alternativos/diferenciados” se localizam.

Duas cadeias de abastecimento alimentar diferenciadas atendem a duas classes transnacionais de consumidores de alimentos ricos e pobres. [...] Novas formas de distinção social são decretadas por meio de novas tendências no consumo político e ético. ‘Boa comida’ passa a ser associada ao acesso ao conhecimento e à renda (MOTTA, 2021, p.609) [tradução da autora].

Não à toa, há hoje diversos exemplos de sujeitos individuais e coletivos associando essa agenda do consumo mais reflexivo às ideias de “popular”, “periférico”, “preta/o” e outras expressões similares a estas. Isso é muito importante de se levar em consideração ao analisar a distribuição sócio-espacial do varejo no Rio de Janeiro. Não é possível apreender a totalidade do consumidor carioca sob essa referida abordagem. A sócio-espacialização de equipamentos de varejo ancorados nessa estratégia mais orientada nos termos deste debate sobre o “alternativo” privilegia explicitamente os bairros com população de maior poder aquisitivo.

Assim, uma discussão menos rasa do que seria esse alternativo analisaria a produção de sistemas alimentares alternativos, como processo que buscaria jogar luz às relações sociais de trabalho ali empregadas e se compreenderia nunca como perfeito, findado, por ser informado por uma ideia de um processo sempre aberto e em reflexão. Um localismo reflexivo teria como pressuposto uma política alimentar local democrática que é processual, aberta e “confusa”, longe de visões dogmáticas e românticas. Essas críticas não são feitas para deslegitimar o localismo, mas para proporcionar uma melhor compreensão da complexidade e das armadilhas da política local e os efeitos deletérios em longo prazo dos movimentos de reforma. Estes são controlados principalmente por grupos particulares de pessoas locais, levando-os a uma política de perfeccionismo que possa ter elementos racistas e segregadores. Os autores deixam claro que as críticas não têm a intenção de descartar ou deslegitimar o localismo, mas de avançar no entendimento sobre as complexidades da política no local, afinal, assim como toda ação humana, essa construção é imperfeita e contraditória (GOODMAN *et al.*, 2012, p. 5).

Em que pese as contribuições decisivas da obra de Goodman *et al.* (2012), um apontamento crítico a este trabalho que gostaria aqui de trazer é que, ao mesmo tempo em que, por um lado, a obra propõe olhar o consumidor e o dilema do fetichismo na mercadoria, num meio do caminho (ou seja, chamam de atores sociais imperfeitos, não são 100% fetichizados e tampouco alcançam esse lugar com 100% de consciência), estes parecem, em alguns momentos, universalizar esse consumo reflexivo. Certamente, é uma ação que tem reflexão, independe de qual sujeito. Mas que tipo de reflexão⁶¹? Sujeitos e corpos tão distintos têm o mesmo tipo de reflexão sobre alimentos e alimentação? Há uma reflexão melhor ou pior? Até que ponto as noções de alimentos alternativos e comércio justo disseminam novas práticas sociais de consumo?

Uma crítica ainda mais severa aparece nos trabalhos de Ashe (2016; 2018) ao criticar os movimentos alimentares alterativos sob uma abordagem decolonial. Segundo ele, os três elementos-chaves da configuração da colonialidade – poder, conhecimento e ser – também estão presentes quando o assunto é alimentos. Para Ashe, as perguntas postas pelo movimento pressupõem um lugar de “superioridade responsável e tutela benevolente”. Na medida em que está epistemologicamente ligado aos centros do sistema-mundo, seria ele próprio um desdobramento dessa matriz global e industrial dominante do sistema alimentar (ACHE, 2018, p. 109-110). Sua crítica remete ao que Boaventura de Sousa Santos (2000) classifica como epistemologia da cegueira, ou seja, uma construção alternativa desde os centros epistêmicos e por ela “limitada”.

2.4.3 Como falar de sistemas alimentares e territórios desde o Sul global?

Mais recentemente, tem emergido em algumas referências a ideia de sistemas alimentares territorializados. Assim como na discussão sobre os sistemas alimentares localizados, novamente aqui a referência teórica originária para a discussão dos sistemas alimentares territorializados vem predominantemente da literatura francesa, como em: Cirad (1996); Requier-Desjardins (2002); Denechere, Durand e Marechal (2008); Prévost (2014) e Rastoin (2014). Trabalhos como os de Ambrosini, Filippi e Miguel (2008), assim como os de Gonçalves e Cordeiro (2010) apresentam trajetórias conceituais que evidenciam a origem francesa dessa ideia. É tanto desde a França que se inicia essa discussão de sistemas locais/localizados como também, partindo dela, se chega à discussão de sistemas alimentares territorializados. Rastoin (2014), por exemplo,

⁶¹ Embora não explorada por motivos diversos, visualiza conexões neste ponto de análise com os trabalhos do campo das teorias das práticas (WARD, 2015).

relaciona a noção de “sistemas alimentares territorializados” à noção de sistemas alimentares locais e valores imateriais e materiais que, segundo ele, seriam próprios do enfoque territorial (MALUF, 2020, p.11).

Da mesma forma, ambos os trabalhos acima relacionam a ideia de sistemas alimentares territorializados como desdobramento da discussão de desenvolvimento territorial. Cox (2018) salienta que as ideias de território também se desdobram das discussões sobre globalização e local/global. Isso porque discursos em torno do território emergiram num contexto em que se buscava recapitalizar, refinanceirizar e reestruturar o local, o regional e o nacional (COX, 2018, p. 5). Entende-se, assim, que a concepção de território presente nestas abordagens remete à noção de territorialidade de Pecqueur – na qual a dimensão de identidade é central – e nem sempre reflete a visão do território como categoria que joga luz às relações de poder, tampouco com leituras desde uma epistemologia descolonial.

Por parte de autores brasileiros, a noção de sistemas alimentares territorializados tem ganhado projeção dentre as leituras críticas à conformação dos sistemas alimentares, como no caso das análises em defesa da transição dos sistemas alimentares, a partir de abordagens como a agroecologia. Por exemplo, Petersen e Monteiro (2020) afirmam a necessidade de que os sistemas alimentares precisam se reterritorializar, sendo essa expressão posta na literatura como sinônimo de “relocalização”, por fazer referência ao “[...] encurtamento das distâncias físicas e sociais entre a produção e o consumo. A ‘relocalização’ ou ‘reterritorialização’ dos sistemas alimentares é exatamente o que os movimentos de agroecologia defendem e constroem ativamente há décadas” (PETERSEN; MONTEIRO, 2020).

Petersen (2020) também aporta a ideia da existência de redes territoriais de agroecologia partindo de noções como mercados imersos (SALVATE, 2019) ou aninhados (PLOEG, 2015), e em sua análise faz uso das noções de desterritorialização e territorialização dos sistemas alimentares. Já em Ploeg (2020, p. 21), este autor, ao definir mercados camponeses, afirma que eles são enraizados ou aninhados, tradução das palavras em inglês *embedded* e *nested*. Daí também se desdobra a emergência da ideia de “mercados territoriais” (PETERSEN, 2020). Segundo o autor:

[...] diante da concentração sem precedentes de poder político e econômico nas corporações transnacionais do agronegócio, a noção de redes territoriais desponta no debate internacional sobre políticas para o aumento de escala da agroecologia, chamando a atenção para a importância decisiva da descentralização da governança dos sistemas alimentares [...] essa desconexão ecológica pode ser compreendida como uma

faceta decisiva da desterritorialização dos sistemas agroalimentares, ou seja, a transferência do poder de regulação do metabolismo agroalimentar para agentes extraterritoriais. [...] Dialogando com a perspectiva geográfica, essa desconexão ecológica pode ser compreendida como uma faceta decisiva da desterritorialização dos sistemas agroalimentares, ou seja, a transferência do poder de regulação do metabolismo agroalimentar para agentes extraterritoriais (PETERSEN, 2020, p. 262-270).

Chamo a atenção para uma diferença teórico-conceitual dos autores a partir da palavra usada por literatura, *embedded*, - que pode ser traduzir por incrustados ou enraizados - para qualificar processos distintos, inclusive, contrastantes. Afinal, que transações, mercados e sistemas alimentares se *embedded*? Todos eles ou apenas alguns? Para esses autores agora referenciados, parece, em alguns momentos da literatura, que há apenas um conjunto de relações, mercados e sistemas alimentares que se “territorializam”. Há uma transição no uso de dois conceitos que, embora muito próximos, talvez remetam a ideias distintas: redes e sistemas territoriais e redes e sistemas territorializados.

É importante notar, porém, conforme Haesbaert (2004), que toda desterritorialização envolve uma reterritorialização. Há, no próprio movimento de circulação e reprodução do capital, a dimensão de territorialização e de territorialidade, estando um relacionado ao outro (SAQUET, 2013, p.127). Compreender que toda ação econômica tem, necessariamente, um enraizamento, parece divergir da perspectiva dos sistemas alimentares territorializados, ou de qualquer narrativa que agregue uma ideia intrínseca de alternativo/contra hegemônico à noção de territorial. Apesar de ser bastante compreensível a leitura que credita ao sistema global um caráter de desterritorialização e uma urgência de, desde o local, uma ação de territorialização do sistema, sob o ponto de vista analítico, fragiliza-se a análise do território quando se desconhece ou se ignora a reterritorialização do sistema global, dito (apenas) desterritorializado. Se, por um lado, sob o ponto de vista da categoria da prática, a noção de território tem se construído com forte protagonismo de movimentos e de uma visão descolonial, há ainda, sob o ponto de vista analítico, uma filiação a uma noção que parte da experiência europeia, com fragilidades sob o ponto de vista analítico para o contexto do Sul global em suas dinâmicas de poder e construção de alternativas.

Entende-se que há abordagens distintas quanto ao uso do território. Avalio que o uso predominante na literatura brasileira da categoria de território, como aquela vinculada a uma análise das relações de poder, se justifica no caráter desigual desta sociedade. Para o caso brasileiro, recentemente foi crescente o uso da ideia de desenvolvimento do território, inclusive

para tratar do contexto rural, envolvendo em grande medida um uso normativo da categoria. Este é reflexo do programa do governo federal “Territórios da Cidadania” que, trabalhando a dimensão identitária do conceito de território, foi guarda-chuva de uma ação pública federal. Essa ação, em grande medida, foi levada a cabo em regiões e em diálogo com movimentos sociais do campo, das águas e da floresta. É também recorrente no Brasil seu uso político a partir de movimentos sociais, camponeses e indígenas, tendo como referência a ideia de lugar e de territorialidade (HAESBAERT, 2014, p. 30).

Mas, ao buscar apreender analiticamente essa categoria, sob o ponto de vista das recentes proposições teóricas, quando vinculada à discussão de sistemas alimentares, me parece que, em grande medida, enquanto categoria, ela apresenta fragilidade⁶². Ademais, penso que a emergência da noção de sistemas alimentares territorializados relaciona-se com a crítica que foi surgindo à ideia de local. Portanto, em que a ideia de territorialização dos sistemas difere daquela de realocização dos sistemas que aparece no subitem anterior? Há chances da primeira incorrer nas mesmas fragilidades já apontadas que ocorrem na segunda? Em algumas narrativas, teóricas, inclusive, se migra de local para a territorial e vice versa, fazendo parecer ideias sinônimas. Estas, como já foi visto, não são.

Quero, aqui, dialogar em discordância, mas sobretudo entendendo a discordância como uma forma de diálogo, e partir do que se pensa para dar seguimento, o que difere da ideia de romper, de impossibilidade de uma paralaxe ou uma síntese. Um primeiro ponto de atenção seria o risco de ignorar que existe um sistema alimentar que se refere à escala do global, é territorializado, mas não está desterritorializado. Descolado do “território” não seria justamente o que ele é. As corporações se territorializam, e entender a territorialização e até mesmo as dimensões de territorialidade que alguns agentes do varejo alimentar de grande porte exercem em regiões da cidade é de fundamental importância. Assim como a literatura feminista fala da apropriação pelo patriarcado dos corpos-territórios femininos ou feminizados, reforço a ideia de que o modelo dominante também está apropriado, territorializado, exercendo, ali, uma relação de poder e dominação: o território também é o território do capital (MASSEY, 2004). Esse trecho

⁶² Uma hipótese alternativa seria compreender que esses autores referenciam seu uso da ideia de sistema territorializado como uma estratégia de legitimação e validação acadêmica, estando, ao final, se referindo mais ao seu uso na prática do que propriamente na bibliografia.

abaixo do Haesbaert (2021) é cirúrgico ao reafirmar que a ideia de *placeless*⁶³ ignora que toda desterritorialização pressupõe uma reterritorialização:

Desterritorialização se torna uma simplificação quando se ignora que toda desterritorialização vem sempre acompanhada de reterritorialização, sendo, portanto, indissociáveis um processo do outro. Nesse sentido, o conceito é indispensável para compreender o movimento de construção/destruição de territórios, por isso seria recomendável utilizar, muitas vezes, o termo com hífen: des-territorialização. [...] desterritorialização corresponde a uma noção exagerada quando se refere a processos de “desmaterialização” [...] (HAESBAERT, 2021, p. 274).

Um segundo ponto, já enfatizado, diz respeito ao risco de essa nova expressão reeditar velhas fragilidades da abordagem localizada. Haesbaert relaciona a construção normativa do território à visão eurocêntrica, e isso oferece uma chave importante de compreensão. É inegável que a percepção de escala/território no enfoque dos sistemas alimentares tenha uma matriz europeia, sobretudo francófona. Da mesma forma, uma ampla literatura das redes alternativas tem também suas marcas de origem. Pensar o desenvolvimento territorial desde os territórios do Norte global é muito distinto de pensar essa noção desde os territórios do Sul, o que me acende a luz para um terceiro destaque. Essa é uma concepção analítica e política cuja referência é o Norte global.

Não à toa, em uma atividade com ativistas em torno da alimentação e da agricultura urbana sobre o tema “justiça alimentar” que pude acompanhar, uma ativista atuante na Zona Oeste do Rio de Janeiro percebe esta diferença entre os movimentos do Norte global e os movimentos do Sul. Ela resume dizendo que, enquanto lá a discussão se dá em torno da ideia de consumo, aqui a tônica é na palavra resistência. Faz-se, então, referência ao fato de, no Rio de Janeiro, ativistas em torno do que se poderia denominar como justiça alimentar defenderem seus territórios contra a espoliação e especulação do solo urbano e da violência urbana: “cada feira é um quilombo”, afirma esta mesma ativista em uma atividade. A frase sintetiza o que Resse (2019) chama de *geographies of self-reliance e de foodways*, como se verá adiante. Pode-se ver a comida como um elemento que agrega na luta política e em defesa de uma territorialidade. Como mencionara Baptista e Jomalinis (2019), a luta pela comida e pela agricultura urbana tem se somado a lutas territoriais de localidades da Zona Oeste.

⁶³ Essa compreensão também aparece em Ploeg (2008) ao afirmar que: “[...] o Império elimina o local, transformando-o em um não lugar (PLOEG, 2008, p. 255).

O problema da noção de sistema alimentar territorializado é que parece que, a depender de como é aplicado, ele não contempla a análise complexa das relações de poder que conformam um território, menos ainda a complexidade de um sistema alimentar, tal qual o enfoque propõe. A associação entre território como algo virtuoso deixa inclusive de incorporar conflitos e disputas no território protagonizados por atores do local: “Há conflitos no território que são históricos (...) o território ferve” afirma uma ativista pela agricultura urbana e pela alimentação, em entrevista, fazendo referência a visões distintas que diferentes atores nesta agenda possuem numa região da cidade. Aqui, minha argumentação é que não dá para essencializar a noção de território como algo positivo, assim como com a ideia de local. Este foi alarmado pela crítica da “miopia do local”, exportando-o por se pretender categoria normativa universal, numa perspectiva que se poderia classificar como colonial. O local é uma escala onde se expressam relações, tal qual o território é uma abordagem sócio-espacial que privilegia o estudo das relações de poder como conduto dessa relação de produção do espaço-território. No território se expressam contradições, e as corporações se territorializam.

Entendo que a questão em debate é construir um sistema alimentar contra hegemônico, mas o que dá o caráter “positivo” de um sistema alimentar não é sua escala, apenas. Desta forma, finalizo sugerindo que uma análise territorializada precisa ser multiescalar no sentido de que o território expressa sistemas de distintas escalas. Como diz Cox (2018), ao comentar o trabalho de Massey, a construção de lugares é condicionada pela justaposição casual de uma geografia mais extensa (COX, 2018, p. 3). Da mesma forma, Wrigley e Wood (2018) destacaram que:

(...) geógrafos econômicos têm uma visão complexa da localização que se caracteriza por uma visão contextual do espaço e do lugar que se presta em termos quantitativos a abordagens de modelagem multinível (Jones, 1991) e em termos qualitativos a uma apreciação cada vez mais profunda e sutil da natureza de por que a “Geografia importa” (Massey, 1994). Essa visão é relacional, em rede, multiescalar e sensível às relações de poder diferenciais. (WRIGLEY; WOOD, 2018, p.19) [tradução da autora].

Nessa confluência de sistemas de escalas distintas, percebe-se o supermercado como um “nó” de diversas redes com distintas amplitudes, remetendo-se a uma lógica externa ao território de análise dessa pesquisa, mas com particularidade e em interação com características desse lugar. O extenso recorrido teórico deixa evidente a complexidade do tema em questão, a impossibilidade de limitarmos nossa análise a uma única corrente teórico e como, em maior ou menor medida, todas as grandes categorias destas teorias trazem consigo perspectivas políticas e normativas daqueles que as constroem. Assumimos a relevância da abordagem dos sistemas

alimentares como um horizonte importante, mas insuficiente em alguma medida por nem sempre valorizar as relações políticas que as constroem, ponto este central na teoria do Regimes Alimentares. Se por um lado esta última corrente auxilia em um conjunto de reflexões sobre o movimento do corporativo na atualidade, não nos permite um olhar sob especificidades tanto do setor supermercadista como do local onde a pesquisa ocorre. Esta fragilidade, por sua vez, é parcialmente solucionada quando miramos os debates que jogam luz à política das escalas e ao local, sendo estas últimas majoritariamente escritas desde uma realidade novamente distante daquela na qual a pesquisa ocorre, sendo imprescindível o aporte teórico que enfatiza o desenvolvimento desigual dos processos globais e como ele é lido desde o dito Sul Global.

Será tratado, no próximo capítulo, a contextualização do município em que se desenvolveu a pesquisa e da trajetória histórico-geográfica das principais cadeias de supermercados ali.

3 UM VAREJO ALIMENTAR E UM SUPERMERCADISMO *FROM RIO*⁶⁴: PASSADO E PRESENTE

O presente capítulo apresenta dados relativos ao município do Rio de Janeiro e à trajetória nesta cidade dos principais pontos de varejo alimentar, públicos e privados, com foco nas cadeias supermercadistas dos anos 1950 até os dias atuais. A pesquisa fez uso de dados coletados em bases de pesquisa como a POF, Censo 2010 e Instituto Pereira Passos. Também foi usada como fonte a sistematização do relatório subsídio para revisão do Plano Diretor (PD) do município do Rio de Janeiro (CTPD, 2018). Abreu (1987; 2011), Campos (2010), Ribeiro (2015), Ribeiro (2017), Gómez-Ribeiro e Queiroz-Ribeiro (2021) e Marafon e Seabra (2016) aportam o delinear de alguns dos principais elementos da geografia histórica do município. Simas e Rufino (2018; 2019) serviram de inspiração para refletir sobre as dinâmicas da capital fluminense. Estes autores, ao proporem a ideia de uma pedagogia da encruzilhada à luz da filosofia iorubá, e definem a cidade do Rio de Janeiro como a própria encruzilhada: um espaço do encontro, do entrecruzamento, de um campo de possibilidades.

Para o estudo das redes atuantes na cidade carioca, o material-chave aqui foi coletado tanto na Base de Dados da Biblioteca Nacional, que permitiu uma pesquisa histórica sobre o tema a partir de reportagens de jornais, como em materiais eletrônicos disponibilizados pelas redes supermercadistas e associações do setor. Ainda sobre referências bibliográficas, Becker (1966) e Lavinhas e Nabuco (1992) seguem aqui como referências importantes. Também o trabalho de Mascarenhas (1992) que analisa as feiras livres da cidade, e as pesquisas de Castro Junior (2018), Bezerra (2017; 2020) e Agner (2019) ajudaram decisivamente nos contornos desta trajetória.

Há uma geografia implícita na discussão espacializada da alimentação: a comida tem particularidade espacial em suas características e interage com (e forma) espaços e lugares, afirma Sonnino (2014, p.1). Contudo, essa geografia nem sempre se expressa em abordagens existentes ou acabam sendo feitas de forma a não valorizar o conjunto de possibilidade de uma

⁶⁴ Se nos anos 1960, a música que levava um pouco do Brasil para o mundo era a bossa nova de *Garota de Ipanema*, atualmente é o pop *Girl From Rio*, da artista carioca nascida em Honório Gurgel, Zona Norte, Anitta. A referência a este trabalho não é ocasional. *Girl from Rio* faz justamente uma contraposição à música a que se refere no título. A garota do Rio não é a garota de Ipanema, mas sim a garota do subúrbio e da favela. Importa essa, podemos assim chamar, provocadora “revisão histórica” feita pela cantora, pois aqui se trabalha com a ideia de um supermercadismo carioca que só possível de se compreender se se abraçar a complexidade de formas existentes de um “ser carioca” – de Ipanema a Honório Gurgel. A provocação adaptada ao nosso estudo, pretende sugerir que temos um modelo de varejo originalmente exportado, mas que é unicamente possível de se compreender se se considerar o Rio de Janeiro em sua amplitude territorial e suas diferenças e desigualdades.

abordagem sócio-espacializada. Neste capítulo, apresentou-se mais um conjunto de informações para, em seguida, avançar numa análise que ratifique e fortaleça essa ideia de que os alimentos, neste caso o varejo alimentar, apresentam sócio-espacialidades que merecem destaque e ajudam na compreensão da realidade.

3.1 O município do Rio de Janeiro como objeto empírico da análise

Destaco aqui alguns elementos relativos à formação sócio-espacial da cidade do Rio, de relevância para compreensão desta pesquisa. Embora nossa discussão não verse essencialmente sobre a dimensão da cidade, é através dela que se pode “aterrissar” e dar contornos mais precisos para a discussão teórica que será mapeada especialmente no capítulo seguinte.

3.1.1 Breve contextualização da formação sócio-espacial

O Rio de Janeiro é, oficialmente, uma cidade fundada para garantir a expulsão dos franceses, mas, ironicamente, é também uma cidade que se queria francesa, afirma Simas (FUNDIÇÃO PROGRESSO, 2021), para a qual a dualidade é característica presente na história e na constituição desta cidade. Oficialmente, a constituição desse estado da Federação é a que mais estatutos jurídicos obteve dentre as unidades federativas brasileiras. Em síntese, em 1565, houve a fundação da cidade do Rio de Janeiro, que se tornou, em 1763, a capital da colônia. Entre 1815 e 1822, criou-se a província do Rio de Janeiro e, em 1834, ocorreu a separação entre a cidade do Rio de Janeiro (denominado município neutro) e a província fluminense, tendo sido, no ano seguinte, Niterói, sua nova capital. Com a Proclamação da República, o município neutro se tornou Distrito Federal, e a província fluminense, uma unidade da federação. Já nos anos 1960, com a fundação de Brasília como nova capital do país, criou-se o estado da Guanabara, sendo sua capital a cidade do Rio de Janeiro, mantendo-se inalterado o estatuto do estado do Rio de Janeiro com capital em Niterói. Por fim, em 1975, os estados da Guanabara e do Rio de Janeiro fundiram-se, e um novo estado do Rio de Janeiro foi criado: a cidade do Rio era sua capital, e Niterói perdeu esta condição (RIBEIRO, 2001; MARAFON *et al.*, 2011).

Abreu (2011), ao analisar a estruturação do espaço urbano carioca, aponta que, para cidades de capitalismo dependentes como o Rio de Janeiro, não se aplicam as teorias que propõem que as cidades se organizem, tendo pobres no centro e ricos na periferia (ABREU, 2011, p.15). Da mesma forma, não é possível esperar do estado uma participação neutra, como ocorre

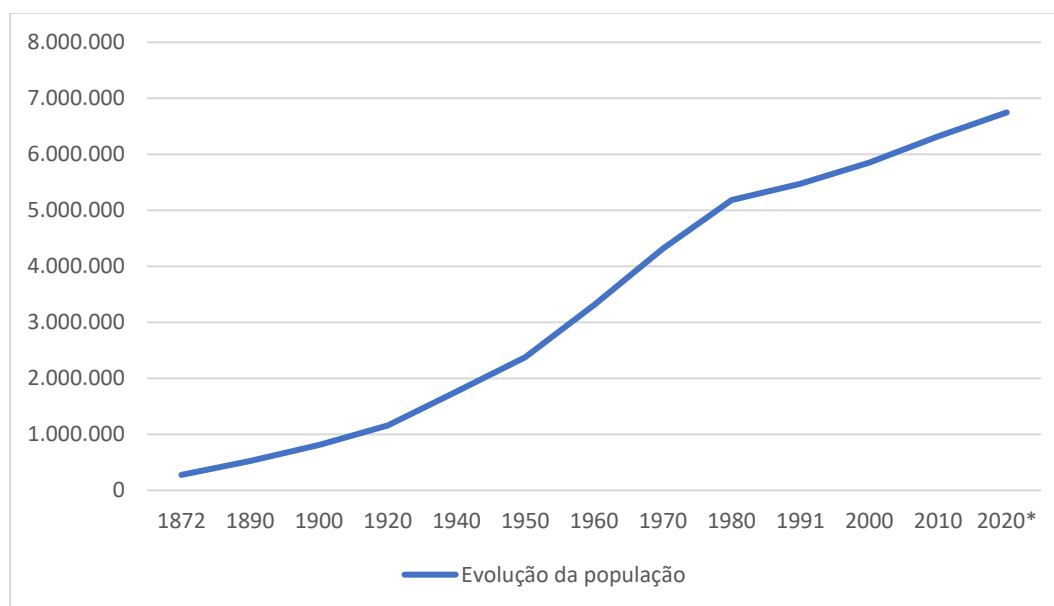
em modelos neoclássicos e liberais. Ao contrário, a ação pública contribui para a construção diferenciada do espaço e para garantir ao máximo a reprodução do capital (ABREU, 2011, p.16). Ao definir o modelo urbano carioca, Abreu afirma que:

O modelo do Rio tende a ser o de uma metrópole hipertrofiado, concentrador da maioria da renda e dos recursos urbanísticos disponíveis, cercado por estratos urbanos periféricos cada vez mais carentes de serviços e de infra-estrutura à medida em que se afastam do núcleo, e servindo de moradia e de local de exercício de algumas outras atividades às grandes massas de população de baixa renda [...]. A antiga situação, em que o núcleo se via separado de suas periferias e do seu território com a divisão da Região Metropolitana em dois estados, contribuiu ainda para reforçar sobremaneira a dicotomia núcleo/periferia (ABREU, 2011, p.17).

Em números, a cidade apresentou um crescimento significativo a partir dos anos 1930. Em 1950, início da década em que a jornada dos supermercados se inicia aqui, a população carioca era de 2.377.451 habitantes, mais que 50% do registrado na década anterior, em 1940, que foi de 1.767.141. O crescimento populacional permaneceu ao longo das décadas seguintes, e, mais recentemente, a partir dos anos 1990, a cidade passou a apresentar um crescimento mais sutil. Uma marca da composição populacional no município do Rio de Janeiro é o processo migratório⁶⁵ que acompanhou toda a metropolização brasileira. No último Censo, de 2010, foi registrada uma população de 6.320.446 habitantes. O IBGE estima que a população carioca, em 2020, era de 6.747.815 habitantes.

⁶⁵ Elemento que evidentemente se reflete nos hábitos alimentares, embora não tenha sido possível se dedicar a este ponto ao longo da pesquisa.

Gráfico 7 – Crescimento populacional – Rio de Janeiro (1872 – 2020)



Fonte: IBGE.

* Estimativa populacional.

À época do seu trabalho, Abreu dividia a região metropolitana do Rio de Janeiro em quatro regiões: núcleo, periferia imediata, periferia intermediária e periferia distante. Enquanto o núcleo concentra funções centrais, melhores infraestruturas, ofertas de trabalho, maior densidade populacional e população com maior concentração de renda, já a periferia imediata concentra uma baixa classe média e é marcada por zonas industriais antigas (ABREU, 2011, p.25).

Especialmente, o crescimento do município é normalmente analisado desde o núcleo para as áreas periféricas e, neste processo de expansão, teve contribuição importante a implantação de transportes coletivos em duas vertentes, uma ao norte e outra ao sul do Maciço da Tijuca (CTPD, 2018, p.157). O trem suburbano teve um papel importante na organização sócio-espacial, pois era próximo às suas paradas, que iniciavam polos residenciais. Por fim, haveria a porção de periferia intermediária (que abrange uma parte do município e outras cidades da região metropolitana). Abreu (2011, p. 26) a definiu como “[...] a área através da qual a metrópole se expande”, o que se verificou verdadeiro, já que essa região é a que abrange boa parte das AP4 e AP5, que registraram, nas últimas décadas, maior crescimento, como será visto adiante.

A desigualdade é uma marca constitutiva das dinâmicas sócio-espaciais brasileiras, também presentes na realidade carioca, marcada pelas especificidades espaciais da capital fluminense. Para Simas e Rufino (2019, p.13), a desigualdade seria uma forma de fazer

permanecer o trauma colonial. São diversos os capítulos dessa geografia histórica que marcam a trajetória desigual do município até chegar aos dias atuais, iniciando pelo fato de ter sido o Rio de Janeiro o principal local de desembarque de africanos escravizados no mundo, entre os séculos XVI e XIX. A intensa evolução urbana, no decorrer do século XX, apresentou nítidos contornos desiguais em termos socioeconômicos e raciais, ao que se somou o processo migratório que acompanhou a dinâmica de metropolização brasileira. Sob o ponto de vista sócio-espacial, a desigualdade se deu pela constituição de formas de centro-periferia, marcadas pela segregação espacial definida como:

Produto social, (...) um meio no qual a existência dos diferentes grupos sociais se efetiva. Produto e meio, a segregação é parte integrante dos processos e formas de reprodução social, pois a relativa homogeneidade interna de cada área social cria condições da reprodução da existência social que ali se verifica (VASCONCELOS; CORREA; PINTAUDI, 2013, p. 9).

Ribeiro (2015, p. 27) defende que, mais do que a reprodução do padrão dualista e desigual centro-periferia, outras dinâmicas urbanas possuem forte caráter explicativo para as transformações da capital carioca: as dinâmicas de autosegregação, periferização e favelização, que resultam em formas distintas – e mais complexas – de produção do espaço. De fato, além da região central da cidade, é possível identificar outros subcentros no município, localidades que exercem uma “condição de centralidade” (SPOSITO, 2013, p. 73) em suas áreas, como, por exemplo, regiões nos bairros Copacabana, Tijuca, Meier, Madureira, Barra da Tijuca, Campo Grande e Santa Cruz (PREFEITURA DO RIO, 2014). Em que pese a importância da região central da cidade no que tange à oferta de serviços, para uma parte significativa da população, esta localidade deixa de se tornar o único ponto de referência. Apesar da análise do modelo centro-periferia não ser suficiente para explicar a morfologia urbana da capital carioca em sua totalidade, Gómez-Ribeiro e Queiroz-Ribeiro (2021, p. 31) defendem que ele, apesar das mudanças, ainda se manifesta, especialmente numa análise de escala macro. Literatura mais recente aponta dois importantes vetores de crescimento sócio-espacial na cidade e as recentes reestruturações urbanas que aqui ocorreram, ambas em direção à zona oeste da cidade. Há uma farta bibliografia analisando criticamente as recentes intervenções urbanas relativas aos megaempreendimentos e eventos recebidos pela cidade e suas consequências, sociais e ambientais (VAINER, 2011; FAULHABER; SIQUEIRA, 2019; COSENTINO, 2015).

Ao analisar os serviços disponíveis nas diferentes regiões que elenca, Abreu (2011, p. 28) avalia que os serviços existentes na periferia intermediária, ainda que expressivos, são de

diferente – mais baixo – padrão quando comparados aos de outras localidades. Isso relaciona-se com os distintos padrões de consumo verificados pela população que ali habita. Autores como Campos (2010) defendem a necessidade de se racializar a análise sobre o município do Rio de Janeiro. Pobreza, raça e outros indicadores são espacialmente bem demarcados.

3.1.2 Elementos populacionais socioeconômicos sobre a atual sócio-espacialização do município: analisando a partir das áreas de planejamento

Segunda maior capital e região metropolitana do Brasil, em termos populacionais, o município do Rio de Janeiro apresentava, nos dados do Censo de 2010, uma população de 6.320.446 habitantes. Ao agregar sua região metropolitana, esse número sobe para 13.005.430. Estimativas populacionais indicam que a população municipal esteja no patamar de 6.747.815 habitantes⁶⁶ para o ano de 2020, e a região metropolitana em 13.131.590, reforçando a tendência de um crescimento atenuado. As definições previstas na Lei Complementar 111/2011, que é o Plano Diretor da cidade, estabelecem duas possíveis ordenações do território: 1) a divisão territorial para fins administrativo e de planejamento, e 2) o estabelecimento do macrozoneamento para a definição dos vetores de crescimento.

Em termos político-administrativos, o município é dividido em cinco Áreas de Planejamento (AP), subdivididas, por sua vez, em 16 Regiões de Planejamento e 34 Regiões Administrativas (RA) que, por fim, também se subdividem em bairros. A AP1 corresponde à região central; a AP2 engloba os bairros da zona sul do município e bairros da zona norte como Tijuca, Vila Isabel e arredores; a AP3 compreende a zona norte; a AP4 corresponde à região da vertente sul do maciço da Pedra Branca (Barra, Recreio, Vargens, Jacarepaguá e outro); por fim, a AP5 é composta pelos bairros da zona oeste, localizados ao norte do maciço da Pedra Branca e acessados pela Avenida Brasil: Bangu, Realengo, Campo Grande, Santa Cruz e Guaratiba. As AP são utilizadas na administração e na prestação de serviços públicos. A partir destas, se constituem, por exemplo, as administrações descentralizadas e a delimitação dos bairros.

⁶⁶ Nos dados de DRZ (2020), que faz projeções populacionais por AP, a estimativa é de uma população de 6.351.322 habitantes.

Tabela 3 – Áreas de Planejamento, Regiões de Planejamento e Regiões Administrativas – Rio de Janeiro

AP	RP	RA
AP1	1.1 – Centro	I – Portuária II – Centro III – Rio Comprido VII – São Cristóvão XXI- Ilha de Paqueta XXIII – Santa Teresa
AP2	2.1 – Zona Sul	IV – Botafogo V – Copacabana VI – Lagoa XXVII – Rocinha
	2.2 – Tijuca	VIII – Tijuca IX – Vila Isabel
AP3	3.1 – Ramos	X – Ramos XXX – Maré
	3.2 – Méier	XIII – Méier XXVIII – Jacarezinho
	3.3 – Madureira	XIV – Irajá XV – Madureira
	3.4 – Inhaúma	XII – Inhaúma XXIX – Complexo do Alemão
	3.5 – Penha	XI – Penha XXXI - Vigário Geral
	3.6 – Pavuna	XXII – Anchieta XXV – Pavuna
	3.7 – Ilha do Governador	XX – Ilha do Governador
AP4	4.1 – Jacarepaguá	XVI – Jacarepaguá XXXIV – Cidade de Deus
	4.2 – Barra da Tijuca	XXIV – Barra da Tijuca
AP5	5.1 – Bangu	XVII – Bangu XXXIII – Realengo
	5.2 Campo Grande	XVIII – Campo Gande
	5.3 – Santa Cruz	XIX – Santa Cruz
	5.4 – Guaratiba	XXVI – Guaratiba

Fonte: Prefeitura do Rio de Janeiro (2011)

Além da divisão para fins administrativos e de planejamento, o plano também prevê a divisão para o macrozoneamento. Há quatro macrozonas de ocupação com os objetivos de equilibrar padrões de ocupação e o ritmo da expansão urbana, direcionar investimentos (públicos e privados) e orientar a construção de regulamentação urbana e em normas de uso e ocupação do solo (SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO, 2009). São estas as zonas: Controlada (zona sul e parte do centro, ou seja, AP1 - e 2.1 nas RA Rio Comprido e Santa Teresa),

Incentivada (zona norte e parte do centro, ou seja - a AP3, AP 4.1 e 5.1- na RA Realengo), Condicionada (a AP 4.2, 5.4 e parte de Jacarepaguá) e Assistida (AP 5.1 - Bangu, 5.2 e 5.3 e parte de Jacarepagua).

A primeira, ocupação controlada, caracteriza-se pela saturação do adensamento e da intensidade de seu uso. Por isso, o plano previa, para esta área, maior controle da densidade construtiva, racionalização do sistema de transportes, por exemplo. Integram essa zona parte da AP1 (como Centro, Santa Teresa e Paquetá), a RP 2.1 e o Alto a Boa Vista (parte da AP4). A macrozona de ocupação incentivada define uma zona que apresenta boas condições de infraestruturas viária e de transportes. Algumas áreas são esvaziadas ou deterioradas, com graves problemas sociais e carência de equipamentos públicos. Para esta zona, caberia o estímulo à diversificação de usos, criação de moradia, incremento de atividades econômicas e criação de grandes equipamentos em áreas mais bem infraestruturadas. Esta macrozona abrange a outra parte da AP2, AP3 e AP4 e também o bairro de Realengo (AP5).

Já a macrozona de ocupação condicionada é a parte da AP4 que abrange Barra da Tijuca, Recreio, Vargens e Guaratiba. Definida por ser uma área ambientalmente frágil e de alto interesse paisagístico, apresenta infraestrutura insuficiente para absorver o adensamento populacional em curso. Por fim, a macrozona de ocupação assistida é aquela que apresenta crescimento populacional acelerado, com predomínio de população de baixo poder aquisitivo, sem adequada proteção ambiental, instalação de infraestrutura, transportes, serviços urbanos e provisão de moradia. Para ela, deve-se buscar assistência ao crescimento com investimentos públicos em infraestrutura, acompanhamento da instalação de complexos industriais e estímulo à atividade agrícola e proteção ao meio ambiente. É a zona que abrange de Padre Miguel a Sepetiba, compreendendo a maior parte da denominada AP5 (exceção apenas de Realengo, que fica junto da macrozona que abrange principalmente a AP3).

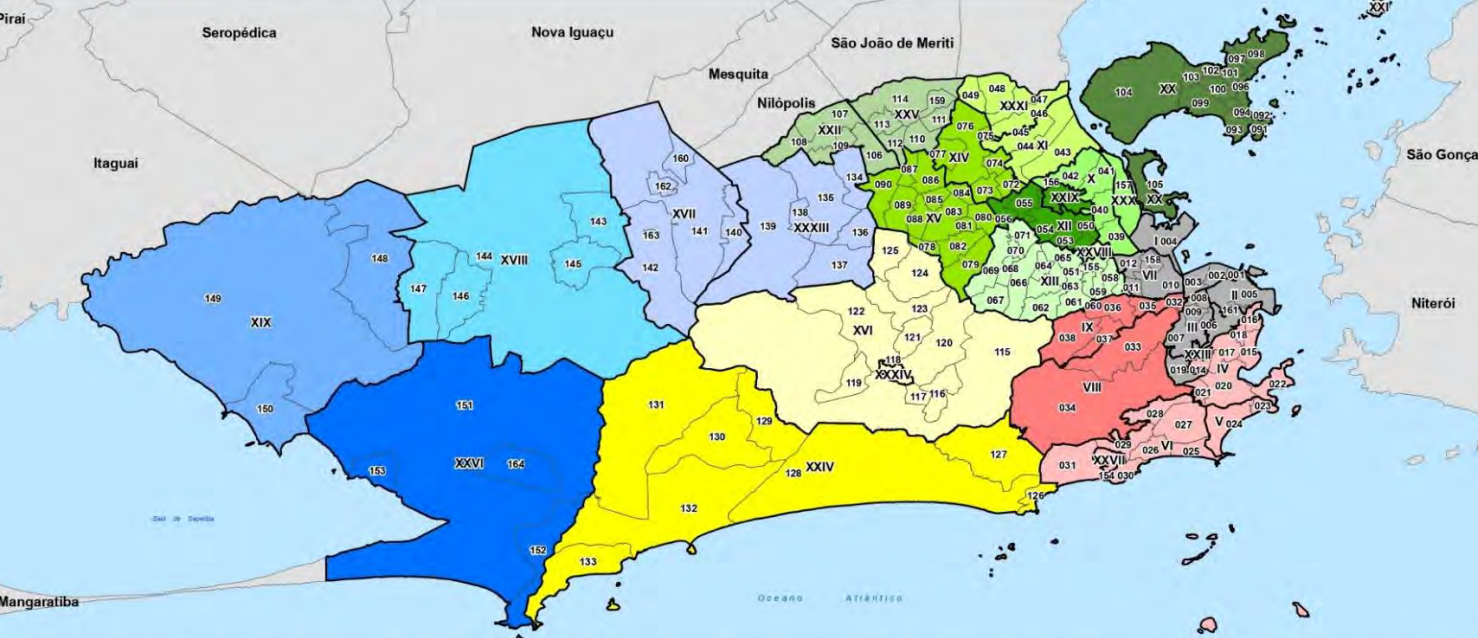


Rio de Janeiro
PREFEITURA

INSTITUTO PEREIRA PASSOS

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO
Instituto Pereira Passos
Coordenadoria Técnica de Informações da Cidade
Gerência de Cartografia

Município do Rio de Janeiro - Regiões de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros



Área de Planejamento 1

Região de Planejamento 1.1 - Centro

101 Pórtico
102 Centro
103 Santa Cruz
104 Caju
105 Centro
106 Centro
107 Centro
108 Centro
109 Centro
110 Centro
111 Centro
112 Centro
113 Centro
114 Centro
115 Centro
116 Centro
117 Centro
118 Centro
119 Centro
120 Centro
121 Centro
122 Centro
123 Centro
124 Centro
125 Centro
126 Centro
127 Centro
128 Centro
129 Centro
130 Centro
131 Centro
132 Centro
133 Centro
134 Centro
135 Centro
136 Centro
137 Centro
138 Centro
139 Centro
140 Centro
141 Centro
142 Centro
143 Centro
144 Centro
145 Centro
146 Centro
147 Centro
148 Centro
149 Centro
150 Centro
151 Centro
152 Centro
153 Centro
154 Centro
155 Centro
156 Centro
157 Centro
158 Centro
159 Centro
160 Centro
161 Centro
162 Centro
163 Centro
164 Centro
165 Centro
166 Centro
167 Centro
168 Centro
169 Centro
170 Centro
171 Centro
172 Centro
173 Centro
174 Centro
175 Centro
176 Centro
177 Centro
178 Centro
179 Centro
180 Centro
181 Centro
182 Centro
183 Centro
184 Centro
185 Centro
186 Centro
187 Centro
188 Centro
189 Centro
190 Centro
191 Centro
192 Centro
193 Centro
194 Centro
195 Centro
196 Centro
197 Centro
198 Centro
199 Centro
200 Centro

Área de Planejamento 2

Região de Planejamento 2.1 - Zona Sul

201 Botafogo
202 Botafogo
203 Botafogo
204 Botafogo
205 Botafogo
206 Botafogo
207 Botafogo
208 Botafogo
209 Botafogo
210 Botafogo
211 Botafogo
212 Botafogo
213 Botafogo
214 Botafogo
215 Botafogo
216 Botafogo
217 Botafogo
218 Botafogo
219 Botafogo
220 Botafogo
221 Botafogo
222 Botafogo
223 Botafogo
224 Botafogo
225 Botafogo
226 Botafogo
227 Botafogo
228 Botafogo
229 Botafogo
230 Botafogo
231 Botafogo
232 Botafogo
233 Botafogo
234 Botafogo
235 Botafogo
236 Botafogo
237 Botafogo
238 Botafogo
239 Botafogo
240 Botafogo
241 Botafogo
242 Botafogo
243 Botafogo
244 Botafogo
245 Botafogo
246 Botafogo
247 Botafogo
248 Botafogo
249 Botafogo
250 Botafogo
251 Botafogo
252 Botafogo
253 Botafogo
254 Botafogo
255 Botafogo
256 Botafogo
257 Botafogo
258 Botafogo
259 Botafogo
260 Botafogo
261 Botafogo
262 Botafogo
263 Botafogo
264 Botafogo
265 Botafogo
266 Botafogo
267 Botafogo
268 Botafogo
269 Botafogo
270 Botafogo
271 Botafogo
272 Botafogo
273 Botafogo
274 Botafogo
275 Botafogo
276 Botafogo
277 Botafogo
278 Botafogo
279 Botafogo
280 Botafogo
281 Botafogo
282 Botafogo
283 Botafogo
284 Botafogo
285 Botafogo
286 Botafogo
287 Botafogo
288 Botafogo
289 Botafogo
290 Botafogo
291 Botafogo
292 Botafogo
293 Botafogo
294 Botafogo
295 Botafogo
296 Botafogo
297 Botafogo
298 Botafogo
299 Botafogo
300 Botafogo

Área de Planejamento 3

Região de Planejamento 3.1 - Maracanã

301 Maracanã
302 Maracanã
303 Maracanã
304 Maracanã
305 Maracanã
306 Maracanã
307 Maracanã
308 Maracanã
309 Maracanã
310 Maracanã
311 Maracanã
312 Maracanã
313 Maracanã
314 Maracanã
315 Maracanã
316 Maracanã
317 Maracanã
318 Maracanã
319 Maracanã
320 Maracanã
321 Maracanã
322 Maracanã
323 Maracanã
324 Maracanã
325 Maracanã
326 Maracanã
327 Maracanã
328 Maracanã
329 Maracanã
330 Maracanã
331 Maracanã
332 Maracanã
333 Maracanã
334 Maracanã
335 Maracanã
336 Maracanã
337 Maracanã
338 Maracanã
339 Maracanã
340 Maracanã
341 Maracanã
342 Maracanã
343 Maracanã
344 Maracanã
345 Maracanã
346 Maracanã
347 Maracanã
348 Maracanã
349 Maracanã
350 Maracanã
351 Maracanã
352 Maracanã
353 Maracanã
354 Maracanã
355 Maracanã
356 Maracanã
357 Maracanã
358 Maracanã
359 Maracanã
360 Maracanã
361 Maracanã
362 Maracanã
363 Maracanã
364 Maracanã
365 Maracanã
366 Maracanã
367 Maracanã
368 Maracanã
369 Maracanã
370 Maracanã
371 Maracanã
372 Maracanã
373 Maracanã
374 Maracanã
375 Maracanã
376 Maracanã
377 Maracanã
378 Maracanã
379 Maracanã
380 Maracanã
381 Maracanã
382 Maracanã
383 Maracanã
384 Maracanã
385 Maracanã
386 Maracanã
387 Maracanã
388 Maracanã
389 Maracanã
390 Maracanã
391 Maracanã
392 Maracanã
393 Maracanã
394 Maracanã
395 Maracanã
396 Maracanã
397 Maracanã
398 Maracanã
399 Maracanã
400 Maracanã

Região de Planejamento 3.2 - Maracanã

401 Maracanã
402 Maracanã
403 Maracanã
404 Maracanã
405 Maracanã
406 Maracanã
407 Maracanã
408 Maracanã
409 Maracanã
410 Maracanã
411 Maracanã
412 Maracanã
413 Maracanã
414 Maracanã
415 Maracanã
416 Maracanã
417 Maracanã
418 Maracanã
419 Maracanã
420 Maracanã
421 Maracanã
422 Maracanã
423 Maracanã
424 Maracanã
425 Maracanã
426 Maracanã
427 Maracanã
428 Maracanã
429 Maracanã
430 Maracanã
431 Maracanã
432 Maracanã
433 Maracanã
434 Maracanã
435 Maracanã
436 Maracanã
437 Maracanã
438 Maracanã
439 Maracanã
440 Maracanã
441 Maracanã
442 Maracanã
443 Maracanã
444 Maracanã
445 Maracanã
446 Maracanã
447 Maracanã
448 Maracanã
449 Maracanã
450 Maracanã
451 Maracanã
452 Maracanã
453 Maracanã
454 Maracanã
455 Maracanã
456 Maracanã
457 Maracanã
458 Maracanã
459 Maracanã
460 Maracanã
461 Maracanã
462 Maracanã
463 Maracanã
464 Maracanã
465 Maracanã
466 Maracanã
467 Maracanã
468 Maracanã
469 Maracanã
470 Maracanã
471 Maracanã
472 Maracanã
473 Maracanã
474 Maracanã
475 Maracanã
476 Maracanã
477 Maracanã
478 Maracanã
479 Maracanã
480 Maracanã
481 Maracanã
482 Maracanã
483 Maracanã
484 Maracanã
485 Maracanã
486 Maracanã
487 Maracanã
488 Maracanã
489 Maracanã
490 Maracanã
491 Maracanã
492 Maracanã
493 Maracanã
494 Maracanã
495 Maracanã
496 Maracanã
497 Maracanã
498 Maracanã
499 Maracanã
500 Maracanã

Região de Planejamento 3.3 - Maracanã

501 Maracanã
502 Maracanã
503 Maracanã
504 Maracanã
505 Maracanã
506 Maracanã
507 Maracanã
508 Maracanã
509 Maracanã
510 Maracanã
511 Maracanã
512 Maracanã
513 Maracanã
514 Maracanã
515 Maracanã
516 Maracanã
517 Maracanã
518 Maracanã
519 Maracanã
520 Maracanã
521 Maracanã
522 Maracanã
523 Maracanã
524 Maracanã
525 Maracanã
526 Maracanã
527 Maracanã
528 Maracanã
529 Maracanã
530 Maracanã
531 Maracanã
532 Maracanã
533 Maracanã
534 Maracanã
535 Maracanã
536 Maracanã
537 Maracanã
538 Maracanã
539 Maracanã
540 Maracanã
541 Maracanã
542 Maracanã
543 Maracanã
544 Maracanã
545 Maracanã
546 Maracanã
547 Maracanã
548 Maracanã
549 Maracanã
550 Maracanã
551 Maracanã
552 Maracanã
553 Maracanã
554 Maracanã
555 Maracanã
556 Maracanã
557 Maracanã
558 Maracanã
559 Maracanã
560 Maracanã
561 Maracanã
562 Maracanã
563 Maracanã
564 Maracanã
565 Maracanã
566 Maracanã

172

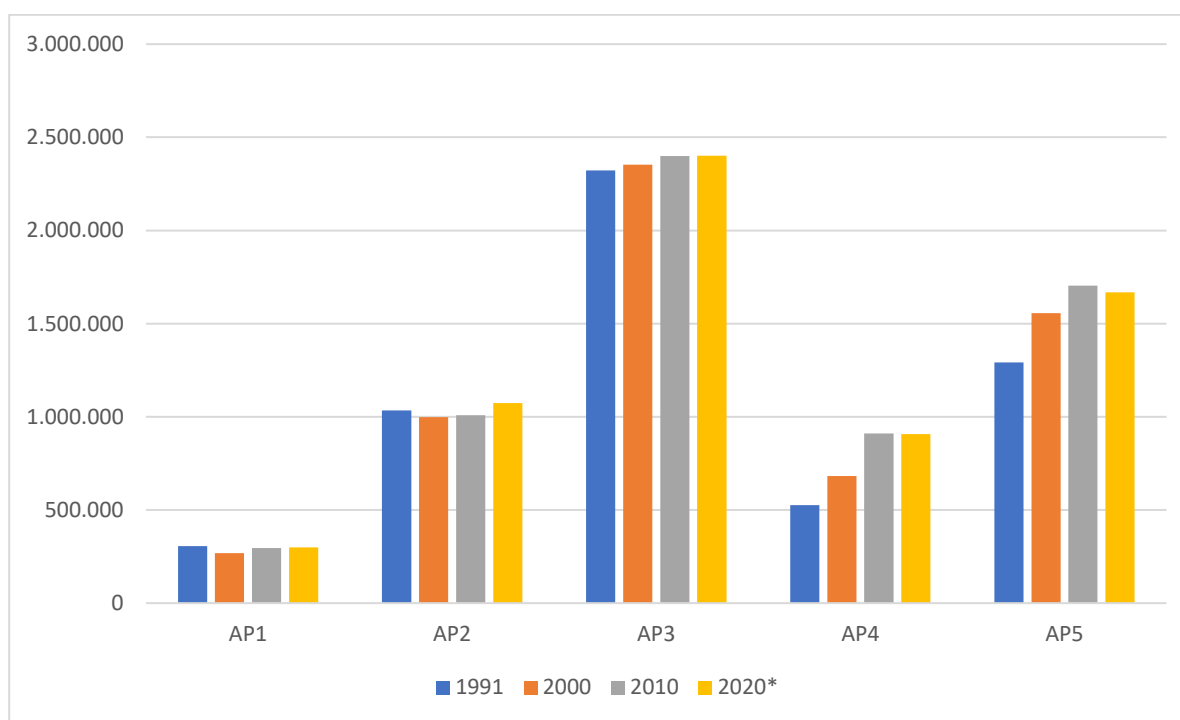
Imagem 3 – Macrozoneamento e a definição dos vetores de crescimento



Fonte: Prefeitura do Rio de Janeiro (2009)

Haverá, agora, alguns indicadores por regiões, bairros e AP. Não obstante, é importante destacar que, embora tenha optado pela análise a partir desses recortes regionais, a existência de diversidades e desigualdades numa mesma área e Região de Planejamento (RP) é um traço bem marcante da realidade carioca. Nesta situação, se aplica a noção de “regiões com buracos” (ALLEN *et al.*, 2002), segundo os quais um processo de articulação regional não se dá de forma homogênea para todos os sujeitos e fluxos ali existentes. Analisando-se a distribuição populacional por AP, as áreas com maior população são a AP3 (38%), seguido da AP5 (27%). Numa análise do crescimento populacional recente, é evidente o processo de expansão para a zona oeste da cidade, nas AP4 e AP5, especialmente entre 1990 e 2010, havendo uma alteração nessa tendência de acordo com as projeções. Atualmente, o bairro de Campo Grande é o mais populoso do município.

Gráfico 8 – População por Área de Planejamento – Rio de Janeiro (1981-2010)



Fonte: IPP (2018^a) e DRZ, 2020(*)

Tabela 4 – Variação populacional por Área de Planejamento entre 1991-2000 e 2000-2010

Área	Var. 1991-2000 (%)	Var. 2000-2010 (%)	Var. 2010-2020* (%)
AP1	-12,57%	10,48%	1,15%
AP2	-3,49%	1,17%	6,44%
AP3	1,37%	1,98%	0,08%
AP4	29,59%	33,41%	-0,35%
AP5	20,46%	9,53%	-2,12%

Fonte: elaboração própria, a partir de IPP (2018a) e DRZ 2020 (*).

As favelas, uma das expressões atuais das desigualdades no Brasil e no Rio de Janeiro, eram, em 2010, local de moradia de 22,8% da população carioca, o equivalente a 1.443.773 habitantes. Esta população se concentra, principalmente, na AP 3, seguido das AP5 e AP4 (CTPD, 2018). Do total dos domicílios particulares permanentes, 92.607 habitantes de declararam como sem rendimento quando perguntados sobre o rendimento nominal mensal domiciliar *per capita* (CTPD, 2018, p.178). Em termos populacionais, considerando-se pessoas de 10 anos ou mais de idade, 1.905.849 declararam-se sem rendimentos, ou seja, 34% da população (CTPD 2018, p. 176), denotando uma alta taxa de informalidade⁶⁷. A zona oeste concentra apenas 8% dos empregos formais, o menor percentual. A pior relação emprego/população localiza-se nos bairros Bangu, Santa Cruz, Guaratiba, Pavuna e Campo Grande (CTPD, 2018, p. 214).

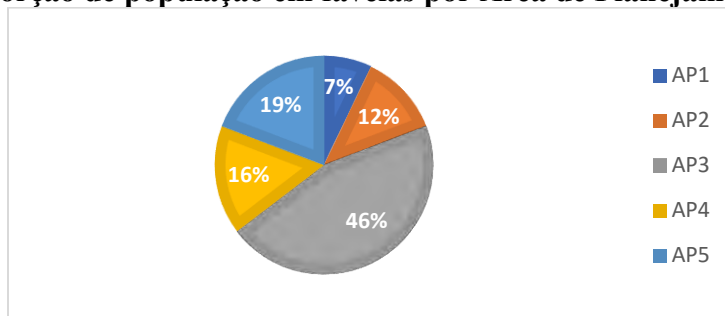
Tabela 5 – População de favelas por Áreas de Planejamento

Área de Planejamento	Cidade (A)	Favela (B)	(B)/(A)
Total	6.320.446	1.443.773	23%
AP1	297.976	103.296	35%
AP2	1.009.170	174.149	17%
AP3	2.399.159	654.775	27%
AP4	909.368	236.834	26%
AP5	1.704.773	274.739	16%

Fonte: CTPD (2018) a partir de Cidade: IBGE. Censo 2010; Favela: estimativa IPP sobre IBGE, Censo 2010.

⁶⁷ Para Ribeiro (2015, p. 22), o alto nível de informalidade justifica-se pelo fato de a capital carioca ter um alto grau de metropolização sem que haja uma base industrial correspondente com capacidade de gerar mercado de trabalho para parte da população.

Gráfico 9 - Proporção de população em favelas por Área de Planejamento (Censo 2010)



Fonte: CTPD (2018); Cavalieri; Vidal (2012).

Em termos comparativos, há uma significativa diferença quando se analisam os bairros ou grupos de bairros com maior e menor rendimento, a partir dos dados do Censo de 2010. Todos os 10 bairros ou grupos de bairro com maior rendimento nominal familiar estão na zona sul, à exceção da Barra da Tijuca, parte da AP4: Lagoa, Ipanema, Gávea e Jardim Botânico, Barra da Tijuca, Leblon, Flamengo, Humaitá, Cosme Velho e Laranjeiras e Leme. Mesmo dentre desse grupo, há uma variação notável quando comparado o rendimento: o maior rendimento está no bairro da Lagoa, num valor de R\$ 7.239,50, enquanto no Leme fica em R\$ 3.876,67.

Já dentre os bairros e grupos de bairros com menor rendimento, temos as localidades da AP3, especialmente, e também da AP5: Vigário Geral, Sepetiba, Inhoaíba, o conjunto de bairros Caju, Gamboa, Santo Cristo e Saúde, Maré, Rocinha, Manguinhos, Jacarezinho e Complexo do Alemão. Percebe-se aqui a prevalência de bairros ou grupos de bairro predominantemente favelizados. O menor rendimento registrado é no Complexo do Alemão, R\$ 390,93 e, ao compará-lo com o maior rendimento registrado, o rendimento nominal familiar *per capita* na Lagoa é 18,5 vezes maior que o rendimento ali registrado.

Tabela 6 – 10 bairros ou grupos de bairros com maior rendimento mensal nominal familiar *per capita* (2010)

Bairros	R\$
Lagoa	7 239,50
Ipanema	6 323,26
Gávea e Jardim Botânico	6 098,88
Barra da Tijuca	5 940,31
Leblon	5 805,42
Flamengo	4 796,83
Humaitá	4 162,33
Cosme Velho, Laranjeiras	3 886,05
Leme	3 873,67

Fonte: IPP (2018b).

Tabela 7 – 10 bairros ou grupos de bairros com menor rendimento mensal nominal familiar *per capita* (2010)

Bairros	R\$
Vigário Geral	508,27
Sepetiba	506,16
Inhoaíba	506,05
Caju, Gamboa, Santo Cristo e Saúde	505,50
Maré	456,72
Rocinha	455,67
Manguinhos	439,96
Jacarezinho	405,49
Complexo do Alemão	390,93

Fonte: IPP (2018b).

Quanto aos dados relativos à distribuição geográfica da pobreza, o Censo de 2010 indica que as AP5 e AP3 possuem a maior proporção de domicílios com pessoas abaixo da linha da extrema pobreza e pobreza. Na análise dos dados relativos à pobreza, pelas RP, identificou-se que Santa Cruz, Bangu, Campo Grande, Pavuna e Jacarepaguá totalizam 6.746 domicílios com pessoas abaixo da linha da extrema pobreza, o equivale a 56% dos domicílios situados nestas regiões. Dados relativos à linha de pobreza apresentam semelhante distribuição: Bangu aparece em primeiro lugar, seguido de Santa Cruz, Campo Grande, Pavuna e Jacarepaguá. O conjunto destas RP totalizam 39.707 pessoas, e cerca de 54% dos domicílios situados nestas regiões encontram-se nessa situação. Assim, pode-se perceber, segundo os dados, que a maior parte da extrema pobreza está nas zonas oeste e norte do município. Em termos de bairro, Santa Cruz é o que apresenta o maior número absoluto de domicílios com pessoas residentes abaixo da linha da extrema pobreza (1.133), seguido de Campo Grande (697). Em termos proporcionais, em relação aos domicílios por

bairro, Acari apresenta o maior percentual (2,03%, equivalente a 163 domicílios), seguido de Sepetiba (1,92%, 342 domicílios).

Tabela 8 – Os 25 bairros com maior número de domicílios particulares permanentes com pessoas residentes abaixo da linha pobreza em 2010

Bairro	Total	Mais de 1/8 a 1/4 salário-mínimo	Proporção em relação aos domicílios do bairro
Santa Cruz	66.087	5.710	8,64
Campo Grande	104.804	4.126	3,94
Bangu	76.832	3.655	4,76
Maré	41.731	2.558	6,13
Realengo	59.238	2.453	4,14
Guaratiba	33.389	2.350	7,04
Paciência	28.678	2.311	8,06
Senador Camará	34.042	2.091	6,14
Jacarepaguá	52.812	1.935	3,66
Cosmos	24.081	1.716	7,13
Complexo do Alemão	21.035	1.631	7,75
Sepetiba	17.833	1.620	9,08
Pavuna	31.063	1.610	5,18
Inhoaíba	19.867	1.449	7,29
Rocinha	23.399	1.128	4,82
Penha	23.915	937	3,92
Costa Barros	8.675	903	10,41
Acari	8.015	902	11,25
Vigário Geral	12.640	895	7,08
Anchieta	17.702	848	4,79
Jacarezinho	11.349	847	7,46
Manguinhos	10.622	775	7,30
Padre Miguel	21.146	772	3,65
Tijuca	61.905	752	1,21
Praça Seca	20.897	706	3,38

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010 em CTPD (2018, p.181).

Ao analisar dados relativos à renda, é notória a compreensão de uma relação centro-periferia, sendo periferia não apenas definida em termos de distância física, mas também como distância social⁶⁸, com significativa expressão espacial que implica rompimento relativo no conjunto do espaço urbano (SPOSITO, 2013, p. 65), ou seja, segregação, e pelos processos de

⁶⁸ O que não significa que haja situações de proximidade geográfica entre grupos sociais distintos (SOUZA, 2013).

favelização e de constituição de novas centralidades em regiões distantes do núcleo central da cidade, que trazem particularidades para o estudo sócio-espacial do município do Rio de Janeiro. É imprescindível apontar que essa sócio-espacialização marcada pela segregação é racialmente demarcada, sendo possível o uso da ideia de segregação racial (GÓMEZ-RIBEIRO; QUEIROZ-RIBEIRO, 2021) e da ideia de “territórios negros” para o caso de algumas regiões (ARRUTI, 2001; SANTOS, 2019; ROLNIK, 2007). Do ponto de vista da distribuição espacial dos grupos raciais, localidades nas áreas centrais apresentam expressiva maior predominância da população branca e, ao se afastar do centro, aumenta-se o percentual de população preta e parda. É notória a segregação racial de grupos brancos e não brancos e uma relação racializada da espacialidade centro e periferia no município carioca. Segregação sócio-espacial e racial são aspectos convergentes (GÓMEZ-RIBEIRO; QUEIROZ-RIBEIRO, 2021).

Um último elemento que merece destaque diz respeito à violência urbana e à expansão de grupos milicianos na ocupação de territórios periféricos. Grupos milicianos seguem expandindo sua dominação em territórios do município, com repercussões diversas, inclusive nos fluxos econômicos dessas localidades. Em uma oficina com ativistas em torno da alimentação e da agricultura urbana⁶⁹, sobre o tema “justiça alimentar” que pude acompanhar a partir da observação de participantes em algum momento, uma pessoa que atuou na distribuição de alimentos para famílias em situação de fome durante a pandemia em regiões dominadas por esses grupos afirmou: “você vai entregar uma cesta básica e tem um medo que nos assombra”.

3.1.3 Subsídios para se pensar a aquisição e o consumo alimentar carioca

Sob o ponto de vista do consumo de alimentos, faltam dados municipais e subregionalizados relativos ao consumo alimentar e à segurança alimentar e nutricional. No entanto, sabe-se que a fome e a carestia atravessam a experiência da população brasileira e carioca, a partir das referências bibliográficas e da pesquisa documental. É notável o número de reportagens que fala do aumento no preço dos alimentos (especialmente durante os anos 1980), ressaltando os

⁶⁹Embora não seja um tema explorado nesta pesquisa, merece nota a existência de experiências de agricultura no município do Rio de Janeiro e da convergência existente da ação de movimentos sociais urbanos e de movimentos em defesa da agroecologia, agricultura urbana e da soberania e segurança alimentar e nutricional (BAPTISTA; JOMALINIS, 2019).

desafios no acesso aos alimentos, experiência que não é igualmente vivenciada pelo conjunto das regiões da cidade. Chama a atenção também como nesse momento em que se vive, atualmente, nestes contextos, crescem casos de furtos de alimentos nos supermercados. Uma reportagem de 1975, sob o título “No Rio, a dieta que não emagrece, mas economiza”, aborda de maneira inapropriada como a insegurança alimentar e da fome atravessava, à época, a realidade da população carioca empobrecida

Muito pão, muita bolacha, salsicha, mortadela, sopa em pó, mais margarina do que manteiga, mais enlatados do que produtos naturais. O carioca, tradicionalmente descrito pelos historiadores e cronistas como amigo das ricas feijoadas, cozidos, peixes com pirão, apela cada vez mais para as refeições ligeiras, à base de **produtos que enganam o estômago e aliviam o orçamento doméstico**. [...] o consumo geral de certos alimentos-base é que caiu (JORNAL DO BRASIL, 1975, p. 5, grifo nosso).

Sabe-se que há mudanças importantes ocorrendo em termos de hábitos alimentares, muitas das quais se relacionam com o processo de urbanização. Swinburn (2011), em seu estudo sobre as mudanças nos padrões de consumo de alimentos, relaciona a rápida transição nutricional com a urbanização, a construção de supermercados e outros elementos. Moratoya *et al.* (2013) também associam essas mudanças ao processo de urbanização e às transformações do varejo. Segundo ele, o ambiente urbano – espaço para onde a população tem migrado a nível internacional – é propício para lojas maiores e supermercados que, em sua maioria, facilitam o acesso a alimentos como pré-cozidos, salgados, açucarados e gordurosos⁷⁰.

Para uma análise mais criteriosa de alguns aspectos, a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) é o instrumento que existe hoje no Brasil. A nível nacional, comparando-se os dados da POF entre 2002 e 2018, o consumo de refeições prontas ou produtos processados e ultraprocessados tem crescido. Por exemplo, nesses 16 anos, enquanto o consumo de alimentos *in natura* registrou queda (-7%), o de ultraprocessados mostrou um crescimento de 46% (BELIK, 2020, p. 35). Essas transformações, porém, não são homogêneas, sendo explícito no dado um recorte por nível de renda. Embora a discussão sobre consumo de alimentos – suas transformações, diferenças e desigualdades – seja um elemento de extrema importância, dado não ser o tema central que trabalho, não será profundamente explorado, sendo o maior destaque para os dados da POF relativos ao local de consumo das famílias.

⁷⁰ Sobre este tema, cabe destacar a elaboração do Pacto de Milão sobre Política de Alimentação Urbana. O documento sintetiza 37 recomendações orientadas à política municipal de alimentação. Outro ponto que merece destaque, embora não tenha sido aqui explorado, é o tema da agricultura urbana, no bojo da discussão sobre sistemas alimentares urbanos.

Antes, é imprescindível notar o quanto a POF permite quantitativamente mostrar como a desigualdade e a heterogeneidade da sociedade brasileira se expressam em termos de consumo de alimentos e alimentação. Tem-se a nível nacional desigualdades relacionadas com os gastos em relação à alimentação e também o peso proporcional que significa os gastos com alimentação nos orçamentos familiares. Embora em análise histórica o peso da alimentação no orçamento familiar tenha reduzido significativamente, a participação desigual no orçamento quando se compara o familiar com rendimentos diferentes permanece. Na POF 2008/2009, enquanto as famílias mais ricas gastam cerca de 8% do seu orçamento com alimentação, as mais pobres gastam 27% aproximadamente.

Tabela 9 – Participação das despesas monetárias e não monetárias com alimentação nas despesas totais das famílias (%) (1987-2008/9)

POF	%	
1987	40,23% (até 2 s-m)	19,01% (15 a 20 s-m)
1996	32,79% (até 2 s-m)	16,2% (15 a 20 s-m)
2002/03	32,68% (até 2 s-m)	9,04% (15 a 20 s-m)
2008/09	27,8% (até 2 s-m)	8,5% (15 a 20 s-m)

Fonte: IBGE - POF (2008)

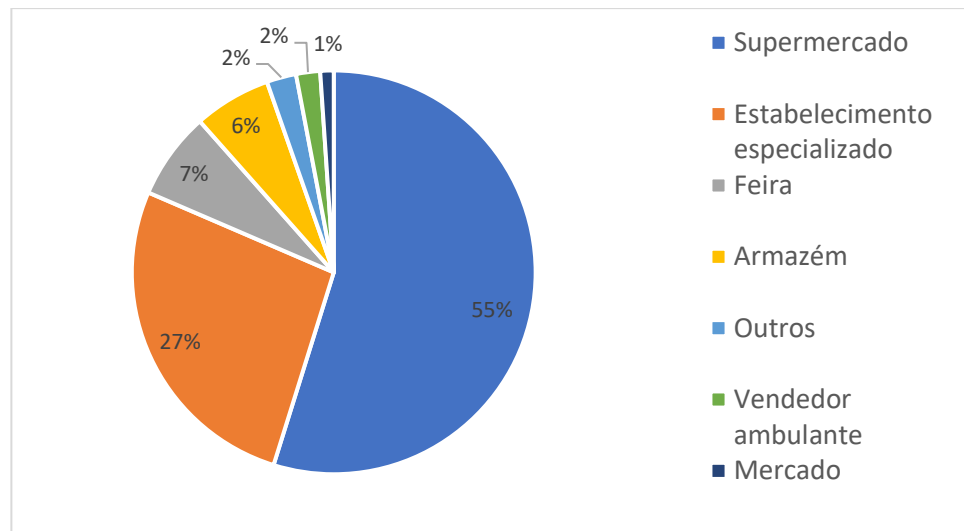
No tocante aos dados sobre local de compra, comparando-se os da POF coletados nos anos de 1987 e 1995, é possível perceber a distribuição dos gastos das famílias com alimentação por local de compra. Segundo os dados, os gastos em supermercados compreendem metade do total, enquanto as feiras correspondem a cerca de 7% e 3,5%, respectivamente, para os anos de 1987 e 1995. Além da baixa participação no percentual total, a pesquisa indica queda da importância das feiras como local de compra de itens de alimentação, por domicílio. Ao se analisar os principais itens consumidos nas feiras, há as frutas, os legumes e outros alimentos frescos.

Tabela 10 –Valor da despesa média-mensal familiar, com alimentação, no domicílio, por local de compra, na região metropolitana do Rio de Janeiro – 1987 e 1995⁷¹

Locais de compra	Ano x Tipo de despesa	
	1987 (Cruzados)	1995 (Reais)
	Alimentação no domicílio	Alimentação no domicílio
Armazém	282	12,66
Estabelecimento especializado	1217	34,74
Feira	319	5,21
Mercado e sacolão	...	10,84
Mercado	49	...
Supermercado	2503	75,55
Vendedor ambulante	88	3,34
Outros	108	0,38
Ignorado	...	0,16
Total	4566	142,88

Fonte: IBGE - POF (1987; 1995).

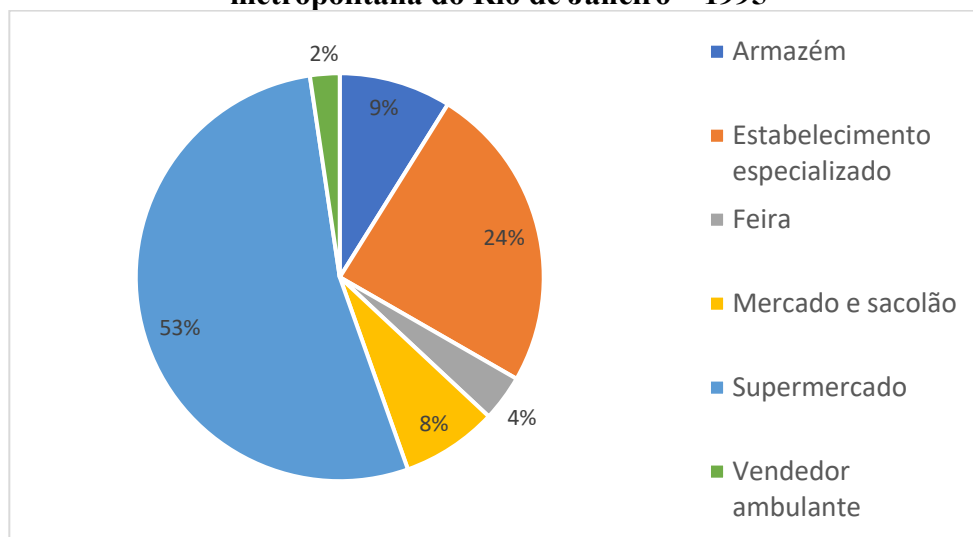
Gráfico 10 - Despesa com alimentação no domicílio por local de compra, na região metropolitana do Rio de Janeiro – 1987



Fonte: IBGE - POF (1987).

⁷¹ Não disponível para os anos 2008/2009 e 2018 na base de dados do IBGE (SIDRA)

Gráfico 11 - Despesa com alimentação no domicílio por local de compra, na região metropolitana do Rio de Janeiro – 1995



Fonte: IBGE - POF (1995).

Em análise dos dados de 2002 e 2008 relativos à evolução das aquisições domiciliares com alimentação por local de compra, já se destaca o predomínio dos supermercados e hipermercados em detrimento a outros locais como padarias e confeitarias, mercearia e armazém, bar, lanchonete e restaurante, feiras e livres e ambulantes. Em 2002, 37% dos gastos de alimentação no domicílio foram em supermercados e hipermercados. Esse número saltou para 47%, em 2008⁷².

Tabela 11 – Aquisições domiciliares com alimentação por local de compra – Brasil (2002 e 2008)⁷³

Locais de compra	2002		2008	
	Total	Percentual	Total	Percentual
Supermercado e hipermercado	328.177.786	37%	442.694.518	47%
Padaria e confeitaria	125.649.027	14%	129.840.366	14%
Mercearia e armazém	168.817.568	19%	177.669.688	19%
Bar, lanchonete e restaurante	14.035.520	2%	12.120.235	1%
Feira livre	48.248.312	5%	47.460.184	5%
Ambulante	20.035.291	2%	18.798.786	2%
Outros	191.489.561	21%	114.210.567	12%
Ignorado	1.659.674	0%	452.657	0%
Total	898.112.739	100%	943.247.000	100%

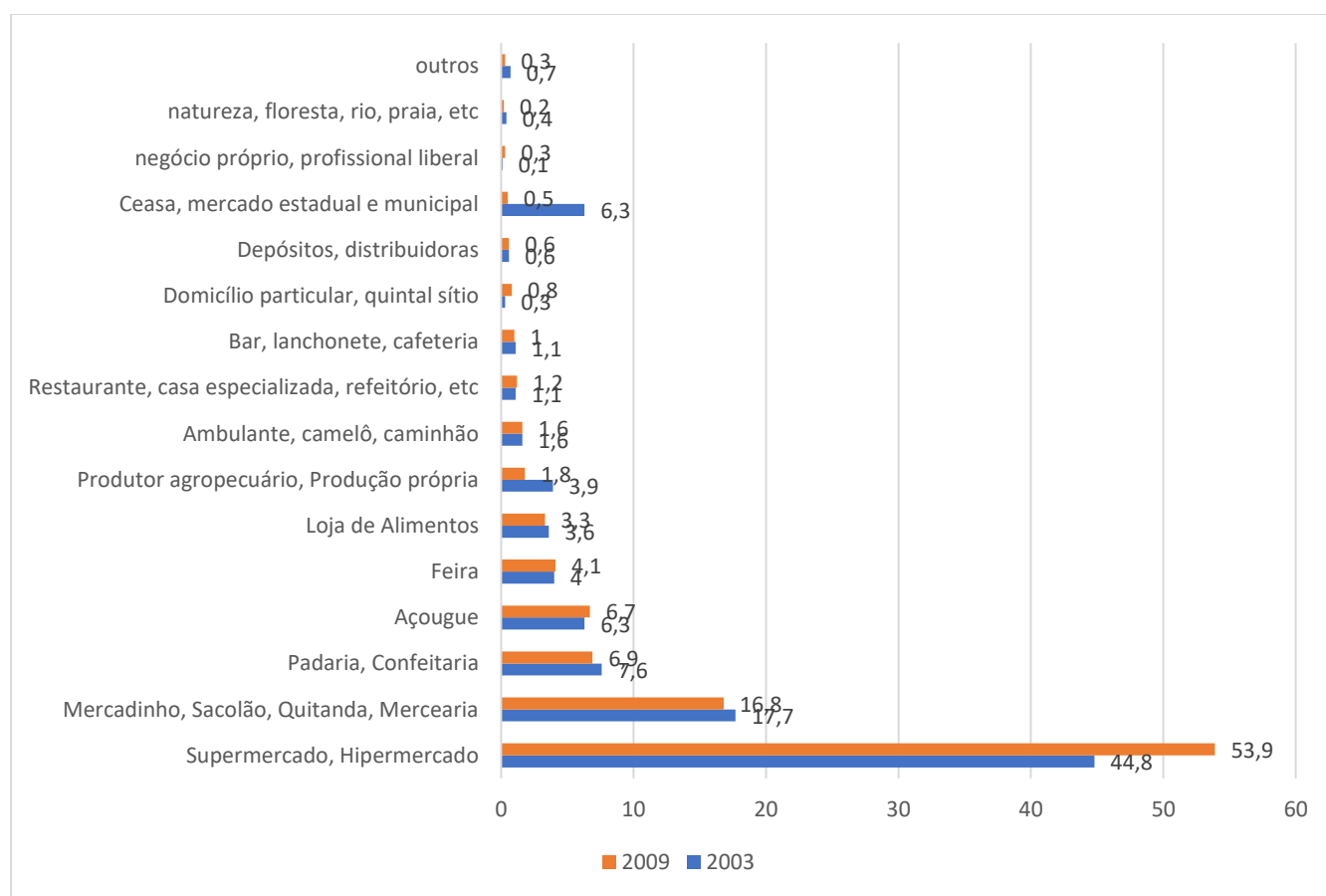
Fonte: POF/IBGE.

⁷² Dados da POF (2018) não tornados públicos na base de dados do IBGE (SIDRA).

⁷³ Dados da POF (2018) não tornados públicos na base de dados do IBGE (SIDRA).

Há um cenário semelhante quando analisada a distribuição percentual do gasto mensal familiar médio com alimentação, considerando-se o local de compra, chamando atenção ainda a maior participação de supermercados e hipermercados. Comparando-se os dados de 2003 e 2009, percebe-se um aumento da participação do gasto em supermercados e hipermercados e uma queda em outros tipos de locais como mercadinho, sacolão, quitanda, mercearia e outros. Para o caso das feiras, o valor manteve-se praticamente o mesmo, de 4,0% em 2003 para 4,1% em 2009.

Gráfico 12 – Distribuição do gasto mensal familiar médio com alimentação, por local de compra – Brasil (2003/2009)

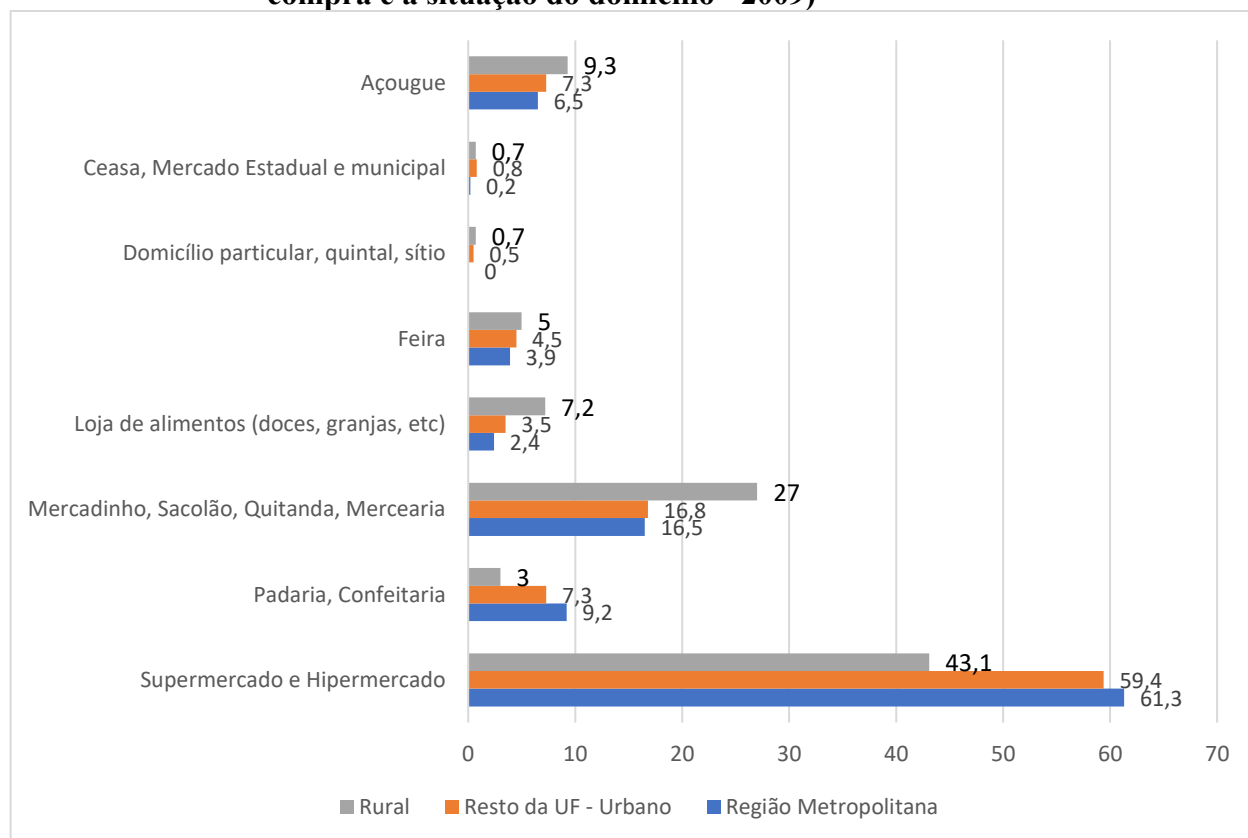


Fonte: Caisan (2014 *apud* IBGE/POF).

Ao desagregar dados por situação da localidade e por quintil de renda familiar *per capita*, tem-se que o gasto em supermercados é maior em regiões metropolitanas e urbanas, assim como quanto maior o quintil de renda, maior a proporção de compra de alimentos em supermercados. Por exemplo, enquanto em regiões metropolitanas o gasto mensal familiar médio com alimentação

dentro do domicílio em supermercados e hipermercados é de 61,3%, esse número cai para 43,1% quando analisadas as localidades consideradas rurais.

Gráfico 13 – Distribuição percentual do gasto mensal médio com alimentação dentro do domicílio, nos locais mais comprados (exclusive o grupo “outros” segundo o local de compra e a situação do domicílio - 2009)



Fonte: Caisan (2014 *apud* IBGE/POF).

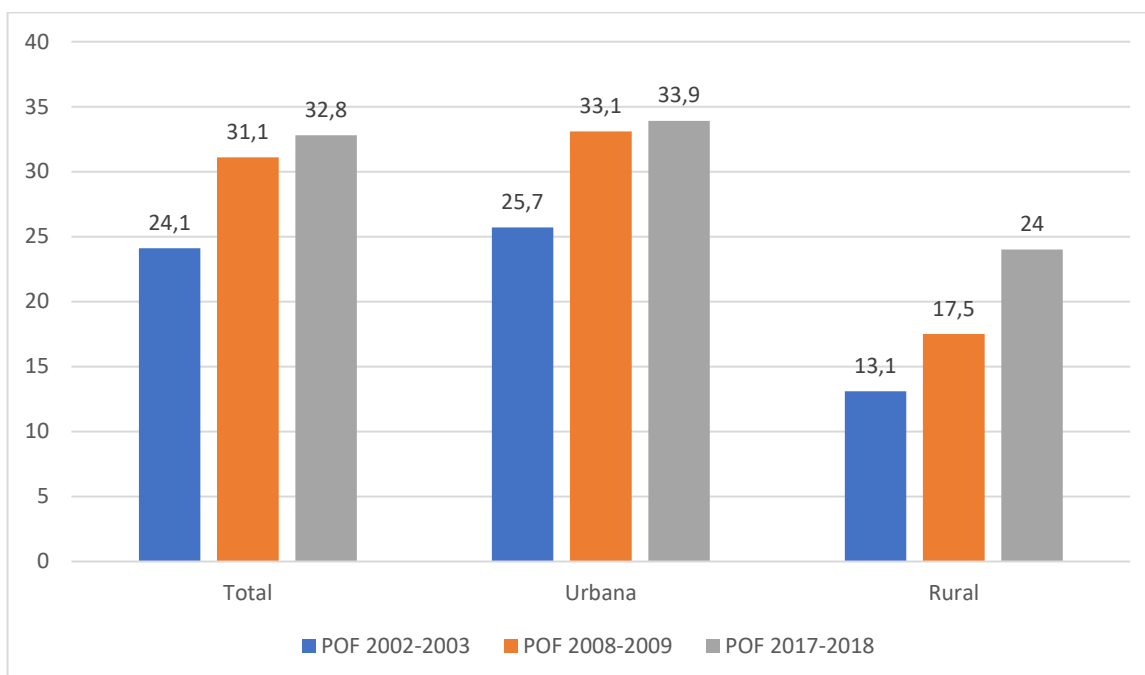
Segundo essa mesma pesquisa da Caisan (2014), ao analisar a distribuição percentual do gasto médio com alimentação dentro do domicílio por local de compra, em todos os quintis o principal local de compra é o supermercado. Porém, esse percentual é maior nas famílias com maior rendimento. Nas famílias com renda mais baixa (1º quintil), 38% do gasto é realizado em equipamentos com supermercados e hipermercados, enquanto nas famílias de maior rendimento (5º quintil) esse percentual sobe para 71,3%. A pesquisa também analisa a distribuição percentual do gasto mensal familiar médio com frutas, verduras e legumes, dentro do domicílio, segundo o local de compra. Há uma variação da participação da compra em supermercados e hipermercados, analisando-se comparativamente as famílias por quintil de renda. Para FLVs, em famílias no

primeiro quintil de renda 25,8% do total do que é gasto ocorre nos supermercados e hipermercados (contra 38% quando analisados os gastos em alimentação no domicílio em geral). Nas famílias do quinto quintil de renda, 60,6% do total do que é gasto ocorre nos supermercados e hipermercados (contra 71,3% quando analisados os gastos em alimentação no domicílio em geral). Quanto menor a renda, menos compram-se FLVs em supermercados.

Por fim, vale destacar os dados relativos ao consumo fora do domicílio. Assim como outros dados já analisados, quando são desagregados, percebe-se que esse tipo de consumo é desigualmente distribuído em termos regionais, considerando-se o nível de renda familiar. Em 2002, o valor aproximado do gasto com consumo de alimentos no Brasil foi de US\$ 41,9 bilhões e, destes, 84% (aproximadamente US\$ 35.1 bilhões) correspondiam a consumo dentro de casa e apenas 16% (US\$ 6.7 bilhões) ao consumo fora de casa (FARINA *et al.*, 2005, p.133). Embora esses valores tenham crescido quando analisados os dados de 2018, há ainda uma desigual distribuição desse comer fora de casa. Para o caso das famílias com os rendimentos mais baixos, é um valor ainda baixo: 20,6% da despesa com alimentação ocorre fora do domicílio, contra 79,4% de despesa com alimentação no domicílio. Porém, quando analisadas as famílias com os maiores rendimentos, 50,3% dos gastos são fora do domicílio, contra 49,7% no domicílio (POF, 2018, p. 49).

Quando se analisa por população rural/urbana, também há diferenças, e o dado indica maior prevalência desse hábito na população urbana. Entre a POF 2002-2003 e 2017-2018, verifica-se um aumento de 8.7% no peso da despesa com alimentação fora de casa. Em termos comparativos, o maior percentual da despesa localiza-se na área urbana (33,9%) mas, ao comparar os dados entre 2002-2003 e 2017-2018, percebe-se o maior aumento no percentual na área rural, que passou de 13,1% para 24%. Decerto, há não apenas mudanças quantitativas, como também qualitativas: o “fora do domicílio” varia significativamente a depender da condição do domicílio, se rural ou urbano, e se numa localidade de alto ou baixo rendimento.

Gráfico 14 – Percentual da despesa monetária e não monetária média mensal familiar com alimentação fora do domicílio, segundo a situação do domicílio – Brasil (2002/2018)



Fonte: POF (2017-2018, p. 52).

Último destaque a ser feito é de que, em nível nacional, desde 2018, os índices de insegurança alimentar e fome reavivaram uma tendência de ascensão, numa nítida inflexão ao que se verificava desde 2003, quadro agravado no contexto da pandemia da Covid-19 (REDE PENSSAN, 2021). Segundo uma pesquisa feita à época (EXAME, 2021), 77% dos clientes que receberam o auxílio emergencial fizeram seu uso em supermercados⁷⁴. Ao se relacionar os dados do Sudeste com a população estimada do Rio de Janeiro, diz-se que se teria mais de 400 mil pessoas em situação de insegurança alimentar grave, ou seja, passando fome. Além de não ser possível inferir muito mais que isso, vale a ressalva de que este número pode ser maior, devido ao grau de pobreza e desemprego da capital. É preocupante a inexistência de dados geograficamente desagregados sobre a insegurança alimentar, considerando-se a forma desigual como a fome assola a população.

⁷⁴ A concessão do auxílio emergencial teve um impacto determinante para o crescimento nas vendas dos supermercados. Segundo pesquisa da Asserj, quase 90% dos entrevistados disseram que usam mais de 75% do valor do auxílio para comprar comida (ASSERJ, 2021c).

3.1.4 Alimentos e alimentação nos instrumentos de planejamento urbano

Os alimentos e a alimentação são componentes centrais nas dinâmicas urbanas, embora nem sempre sejam valorizados. Nas discussões acerca dos desafios dos sistemas alimentares, sobretudo quando o assunto são mudanças climáticas e sustentabilidade, o tema urbano tem aparecido com frequência, assim como também a discussão sobre segurança alimentar tem ganho em tempo recente uma forte dimensão urbana (SONNINO, 2014). A expansão das cidades tem tornado mais complexa a questão da provisão de alimentos. Segundo Ipes Food (2017), 54% da população mundial vivia em áreas urbanas em 2016, com estimativas para chegar a 66%, em 2050 (IPES FOOD, 2017). Desafios como a distribuição desigual dos alimentos, em quantidade e qualidade, e suas repercussões, por exemplo, são fortemente presentes no contexto urbano, já que a ampla maioria de habitantes depende quase que inteiramente da compra de alimentos (KENNEDY *et al.*, 2004 *apud* ERICKSEN, 2008, p. 236).

Embora muitos temas relativos a questões sociais, como moradia, saneamento e transporte, tenham ganho espaço na agenda e na discussão do planejamento urbano, indicando a necessidade da intervenção pública neste contexto, a questão da alimentação parece constar de forma ainda marginal. Esta ausência reforçaria uma visão na qual a alimentação seria um problema do campo privado, e não uma questão pública; mesmo que tenham sido diversos os momentos em que a população brasileira, fluminense e carioca tenham vivido problemas de carestia. Perceber que, enquanto questão pública, o tema do abastecimento tenha historicamente sido vinculado ao tema da produção e comercialização agrícola, visto como uma atividade encadeada a estas duas, pode ser uma “explicação” para essa ausência. O fato é que não é de hoje que se aponta para um caráter particularmente urbano-industrial desse tema, o que me parece se reforçar pela crescente discussão sobre sistemas alimentares urbanos. Esta ausência é notada por Lavinas e Maluf (1992), segundo os quais:

Até mesmo na proposta popular de emenda ao projeto da Constituição, no capítulo sobre reforma urbana, os fundamentos da cidadania são dados pelo acesso, entre outros, a moradia, transporte público, saneamento, energia elétrica, iluminação pública, comunicações, educação, saúde, lazer e segurança. A alimentação igualmente não aparece aqui como direito essencial do cidadão. Portanto, não integra o princípio do estado de necessidade, instituído por essa proposta com o intuito de, através de mecanismos públicos de regulação, subordinar a si o direito de propriedade, o uso do solo urbano, a exploração econômica dos transportes e dos serviços públicos em geral [...] É indispensável recuperar a dimensão pública da questão alimentar [...] Deixado por conta

do mercado, o abastecimento alimentar não aparece como uma questão central da sociedade, nucleadora de um conjunto de instrumentos de intervenção (LAVINAS; MALUF, 1992, p. 65).

Da mesma forma, embora seja notório que o acesso aos alimentos seja uma questão pública, com especificidades a depender do local em que ocorre – como no espaço urbano –, é pouco comum encontrá-lo em instrumentos de políticas e de planejamento urbano⁷⁵. Aprovado por legislação municipal, o Plano Diretor (PD) é um instrumento básico na política de desenvolvimento urbano, estrategicamente vinculado ao plano plurianual, às diretrizes orçamentárias e ao orçamento anual. Em análise documental sobre a presença do tema nos instrumentos de planejamento urbano chega ao seguinte cenário no que diz respeito a menções sobre palavras alimentos (e derivações) e abastecimento: nenhuma menção no PD de 1992 (Lei Complementar 16/1992), 18 menções na Lei Orgânica Municipal – 1990, seis menções no PD de 2011 (Lei Complementar 111/2011) e 19 menções no Diagnóstico Intersetorial Integrado, que tem sido um dos principais materiais de subsídios na discussão para o próximo PD da cidade. Em nenhum dos documentos a palavra fome é mencionada.

Na Lei Orgânica (1990) do município, as menções vinculam-se majoritariamente à questão da alimentação escolar e dos direitos da criança e do adolescente e ao contexto do papel do município na Vigilância Sanitária dos gêneros alimentícios. Por exemplo, o art. 12 preconiza que:

O Município buscará assegurar à criança, ao adolescente e ao idoso, com absoluta prioridade, o direito à vida, à moradia, à saúde, à alimentação, à educação, à dignidade, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária e à primazia no recebimento de proteção e socorro, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão (RIO DE JANEIRO, 1990).

Já o art. 322 define “o atendimento de crianças em creches, pré-escolas e escolas de primeiro grau, através de programas suplementares de **alimentação**, inclusive no período de férias, e assistência à saúde”. O art. 30 mostra o papel do município, que é “[...] fiscalizar, nos locais de venda, peso, medidas e condições sanitárias dos **gêneros alimentícios**, observada a legislação federal pertinente”.

Já analisando o PD de 2011, tem-se a menção da criação de “um programa de abastecimento municipal”, no art. 253, dentro da seção (IV) sobre Agricultura, Pesca e Abastecimento. Embora

⁷⁵Algumas exceções foram as experiências das capitais São Paulo e Belo Horizonte.

haja essa menção na Lei de 2011, são escassos os instrumentos públicos municipais de abastecimento existentes. Mesmo com a existência das feiras livres e feiras orgânicas enquanto equipamentos de comercialização de alimentos ordenados pela gestão municipal, nota-se uma ausência de visão política estratégica na condução desses equipamentos, cujo crescimento nem sempre tem acompanhado tendências de expansão demográfica das localidades, como será visto adiante. Já o Diagnóstico (2018) identifica, dentre outros problemas relativos ao tema do abastecimento alimentar, insuficiente integração entre a produção, os centros de distribuição e o consumo local de alimentos, ausência/insuficiência de política de segurança alimentar e baixa produção de alimentos no território municipal. A fragilidade da presença do tema nos instrumentos repercute na prática política institucional. Ainda hoje, a cidade do Rio de Janeiro não possui uma política de abastecimento alimentar. Sobre esse ponto, vale, por fim, destacar que:

A região Metropolitana do Rio de Janeiro é o segundo mercado consumidor do Brasil, sendo que, somente no caso da oleicultura, a produção estadual consegue abastecê-lo em quase sua totalidade, praticamente não necessitando de importação de outros estados brasileiros. Na maioria dos casos, a produção agropecuária estadual não consegue abastecer sequer 50% do mercado local (GARCIA, 1998, p. 93).

Considerando-se esses pontos, é válido realizar uma associação entre o que vem ocorrendo na questão dos alimentos, da alimentação e do abastecimento alimentar com outros temas caros para a realização do direito à cidade. É notória a denúncia dos movimentos sociais urbanos do município do Rio de Janeiro em relação à entrada forte de atores privados no planejamento urbano, como na questão da moradia, e também no tocante à reestruturação de espaços públicos. Essa predominância da gestão privada também aparece no nosso tema, especialmente sob o ponto de vista da expansão da rede supermercadista como principal canal de comercialização de alimentos, mas também no tocante ao que vem sendo pensado e desenvolvido para o caso de alguns equipamentos públicos, como os mercados municipais. Por isso, será adotada a ideia de (SPOSITO; GOES, 2003 *apud* SPOSITO, 2013, p. 69) espaços privados de uso coletivo – para definir processos e empreendimentos que negam o uso de espaço público – também para o nosso caso.

Ao longo da pesquisa, o município do Rio de Janeiro viveu o processo de revisão do seu PD sem que o tivesse finalizado. Atores sociais do campo da agenda da agricultura, agroecologia, agricultura urbana e soberania e segurança alimentar e nutricional, envolvidos na luta urbana, buscaram incidir no tocante a estas agendas, mas relataram uma dificuldade de interlocução com

representantes do poder público. No segundo semestre de 2021, a prefeitura chegou a lançar uma minuta do PD, onde havia menções à criação de um Programa de Segurança Alimentar e Nutricional. Havia ainda menções ao tema agricultura urbana, que ganhou nessa minuta uma política setorial, com o objetivo de “Proteger e promover o uso agrícola na cidade, incentivando a produção agroecológica proveniente da agricultura familiar e o aumento da produção agrícola”. Nas diretrizes, há o destaque para a manutenção e ampliação de zonas agrícolas na AP5. Como ação estruturante, aparece “viabilizar o funcionamento de feiras livres e de outras formas de comercialização direta entre agricultores urbanos e consumidores, como espaços de desenvolvimento e comercialização da produção em toda a cidade”. Ainda assim, atividades dessa agenda apontam insuficiências nessa interlocução, como o fato de o PD reconhecer apenas dois territórios quilombolas na zona oeste, deixando outros três de lado. Esse fato é relevante, pois a articulação em defesa das práticas agrícolas nestas regiões está associada à discussão da tradicionalidade desses territórios. Segundo a fala de uma ativista em uma atividade remota cujo objetivo era a discussão do PD,

[...] quando a gente olha a minuta, desde lá da discussão dos técnicos, dos grupos de interlocutores, desde quando houve a chamada pública para discussão, o que a gente viu nessa minuta que agora vai para Câmara é que alguns temas não estavam sendo tratados como da nossa perspectiva enquanto agricultores e agricultoras da cidade do Rio de Janeiro [...] a gente quer falas de agriculturas e não de zonas agrícolas. Eles querem criar zonas agrícolas para a prática da agricultura e a gente não concorda com isso. São várias agriculturas e elas têm que ser praticadas em toda a cidade. A gente não quer tratar só da questão da agricultura, mas da soberania alimentar, segurança, abastecimento. [...] no Plano Diretor atual, a palavra alimentos ela não aparece. Como se não existisse abastecimento na cidade (fala em atividade remota sobre o Plano Diretor “A Cidade Também Planta”).

Ademais desse processo de elaboração do novo PD da cidade, em junho de 2021, a prefeitura publicou o documento Plano de Desenvolvimento Sustentável e Ação Climática da Cidade do Rio de Janeiro (PDS), planejamento de longo prazo que intersecciona com a Agenda 2020-2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Nestes, alguns elementos estão previstos (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2021a). Há ainda o Plano Estratégico (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2021b), que apresenta envolvendo 81 diretrizes e 93 metas estratégicas a serem alcançadas na atual gestão. Dentro do tema “Igualdade e Equidade”, uma das iniciativas estratégicas é a de combate à pobreza e à fome, tendo uma das diretrizes orientadoras:

combater a insegurança alimentar da população vulnerável e promover maior acesso a alimentos saudáveis, considerando que a fome e a malnutrição, nas suas várias formas, representam um inconveniente na saúde e bem-estar individuais e geram elevados custos sociais e econômicos às famílias, à comunidade e ao município (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2021, p. 142).

Durante a pesquisa, foi realizado, em outubro de 2021, um debate público promovido pela Frente Parlamentar contra a Fome e a Miséria no Município do Rio de Janeiro⁷⁶, onde estes documentos foram publicamente apresentados. Aqui, três metas são traçadas para até o final de 2024: reduzir em, pelo menos, 50% a população carioca abaixo da linha da pobreza; servir, pelo menos, 26 milhões de refeições nas cozinhas comunitárias e serem implementadas no Programa de Segurança Alimentar e Nutricional nos restaurantes populares, e alcançar 100% das famílias em extrema pobreza, identificadas a partir do Cadastro Único e que possuam crianças na faixa etária de 0 a 6 anos, com acesso a programas de transferência de renda.

Dentro do tema mudanças climáticas e resiliência, prevê-se como iniciativa estratégica o tema da agricultura urbana. Vinculado a este, a prefeitura apresenta como uma das iniciativas a criação do Mercado Municipal da Zona Oeste, com o objetivo de auxiliar o produtor rural a escoar a sua produção, cuja previsão de inauguração seria maio de 2023 (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2021, p.152). Também alinha-se a esse objetivo a meta de implementação do Programa de Desenvolvimento do Comércio Local (Decola Rio), com a ativação de 43 *clusters* comerciais nas áreas de gastronomia, cultura, turismo e produção rural. Segundo o plano, este programa envolveria projetos como o Mercado São Sebastião, a Cobal Humaitá e o supracitado Mercado Municipal do Produtor da Zona Oeste (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2021, p.138).

Por fim, na iniciativa estratégica de segurança, prevenção e harmonia, integrante do eixo temático “Cooperação e Paz”, encontram-se as únicas menções existentes sobre as feiras. O plano previa para julho de 2021 um diagnóstico e levantamento das regiões com maiores problemas de ilegalidade e irregularidade de ambulantes e feiras em área de forte atividade comercial e fluxo de pessoas. E, para dezembro de 2021, uma publicização de contemplados para a retirada de alvará de autorização e entrega de autorizações para ambulantes e feirantes (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2021, p. 261). Ou seja, a visão que o documento tem sobre a feira atém-

⁷⁶ Instituída pela Resolução Mesa Diretora nº 10.508/2021.

se a uma perspectiva de ordenamento, fiscalização e regulamentação, não aparecendo como um equipamento a ser fortalecido na perspectiva do acesso aos alimentos, sob um enfoque de política pública.

Outros destaques ocorridos ao longo da pesquisa foram a criação de uma Coordenadoria de Segurança Alimentar e Nutricional, vinculada à Secretaria Municipal de Assistência Social, de uma Caisan e o indicativo para a construção de uma Política e Plano Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional. Porém, alguns relatos de ativistas que acompanham as atividades do Consea municipal alertaram para os desafios de sua participação na construção desse plano. Este caso exemplifica uma crítica de atores sociais, segundo os quais, embora o documento do plano estratégico enalteça seus processos de participação, seus processos participativos nem sempre estimulam o diálogo com sujeitos políticos que têm, ao longo do tempo, atuado e se posicionado em torno destes temas.

3.2 Políticas e instrumentos públicos de varejo de alimentos no município do Rio de Janeiro

De forma a não ignorar a existência de distintas modalidades de varejo e não constituir e fortalecer uma narrativa que reifica o supermercado como “tendência inexorável”, será apresentado aqui dados sobre as políticas e os instrumentos de varejo públicos no município do Rio de Janeiro. Ademais, entendo que trazer para nosso cenário a existência de instrumentos e equipamentos públicos de abastecimento e varejo alimentar compõe nossa análise futura sócio-especializada. Em um primeiro item, será focalizada no município do Rio de Janeiro a discussão do abastecimento em sua história política. Em seguida, abordar-se-ão os principais aspectos relativos aos mercados públicos da cidade, à Ceasa de Irajá e às feiras livres.

3.2.1 Elementos sobre a história e a geografia política do abastecimento do município

Falar do tema do abastecimento no contexto da cidade e do estado do Rio de Janeiro em perspectiva histórica requereria um nível de pesquisa maior do que se pode ofertar aqui. O entrecruzamento da história do Rio de Janeiro (ex-estado da Guanabara, hoje município e capital do estado do Rio de Janeiro) e do abastecimento alimentar é de uma riqueza às vezes pouco conhecida e visibilizada. Alguns dos trabalhos que serviram de base, além de Linhares (1979) e

Linhares e Silva (1979), foram Becker (1966), Lenharo (1993) e Silveira (2013). Do ponto de vista cronológico, um dos destaques mais antigos aparece nos textos de Linhares (1979) e Pintaudi (1981) sobre o importante papel que a província cumpriu no abastecimento de localidades, como naquelas em que havia a exploração de minério à base da população escravizada. Linhares (1979) destaca, inclusive, o papel cumprido pela região fluminense no provimento de bens alimentícios quando do aumento do fluxo populacional decorrente da economia do ouro, tendo sido considerado o Rio de Janeiro a principal região produtora de gêneros básicos para Minas Gerais:

Para o Rio de Janeiro, teve a mineração o mesmo efeito estimulante. A princípio, os reflexos das descobertas podem ter parecido negativos, sobretudo quando encarados pelos contemporâneos – escassez, carestia de gêneros alimentícios, vida difícil para grande parte dos habitantes, a ponto de ter o Rio de Janeiro recorrido à Bahia solicitando-lhe remessas de mantimentos. Foi, porém, depois da abertura do caminho novo que se tornaram mais fáceis as comunicações com as Gerais, intensificando-se, em decorrência, a produção de cereais, açúcar e aguardente nas cercanias da cidade. Expandiram-se lavouras e currais nos campos de Goitacazes, Santa Cruz, Bacaxá e Campos Novos de São João. Não apenas o Rio de Janeiro suplantou São Paulo e Bahia no abastecimento das Gerais, deslocando o eixo econômico da colônia, como se transformou na capital administrativa (1763) (LINHARES, 1979, p. 64).

É importante apontar que, por ser uma localidade litorânea, a região cumpria uma importante função portuária. Assim, um modal relevante para o abastecimento era o comércio de cabotagem. Silveira (2013), em sua dissertação de mestrado, nos provoca justamente a perceber a existência de fluxos não relacionados à função colonial-exportadora, mas sim aqueles relacionados ao mercado e abastecimento interno:

Por volta de 1770, o Rio de Janeiro era também o principal centro do comércio costeiro de gêneros alimentícios que se dirigiam à cidade, irradiando-se para o norte até a Bahia (farinha de mandioca) e para o sul até o Rio Grande do Sul (charque e trigo). Se o Rio havia se desenvolvido como um centro e um entreposto para o trato atlântico e costeiro, tornara-se também o centro de uma oferta extensiva de uma rede de comércio, sobretudo de gêneros alimentícios, abrangendo grandes extensões do centro e do sul do Brasil (RUSSEL-WOOD, 1998, p. 22 *apud* SILVEIRA, 2013, p. 68).

Lenharo (1993, p.19) chega a definir o Rio de Janeiro como um “[...] pólo ordenador do fluxo de gêneros de primeira necessidade”. Já na época da Corte, quando o Rio viveu um rápido crescimento urbano, essa equação se inverteu. O sul de Minas, por exemplo, se converteu no principal núcleo produtor e abastecedor de alimentos do mercado carioca (LENHARO, 1993, p. 20). Becker (1966) apresenta a origem da produção e o respectivo fluxo de alguns dos principais gêneros alimentícios à época em que escreveu este texto. A maioria destes vinha de localidades afastadas, sobretudo para aquela época. O texto mostra uma região, que já era abastecida por

regiões diversas do país, interligada com várias outras, por sua localização litorânea e também pelas suas muitas relações, dada a herança de capital. Como exemplo, uma parte do arroz vinha do Maranhão e do Pará. Becker (1966, p. 38) também enfatiza o papel que cumpriu a produção de alimentos em áreas rurais próximas à metrópole, mas que, ainda que próximas, eram descontínuas, havendo uma dificuldade de conexão. Este tema também foi recorrente em reportagens de jornais, como na citada abaixo, de 1977:

[...] o abastecimento de produtos agrícolas é precário no Rio, haja visto os problemas com o feijão, leite, açúcar e determinados hortifrutigranjeiros [...] nosso sistema de distribuição varejista é repartido entre **moderno e tradicional**: supermercados, armazéns e feiras livres. Todos apresentam deficiência. O supermercado surgiu como forma de comercialização maciça, não só de gêneros alimentícios, como de outros produtos de consumo corrente. Teoricamente, aumentariam a oferta, provocando uma redução nos preços. Isso, entretanto, não vem acontecendo, devido a um autêntico oligopólio no setor. Já no sistema tradicional (armazéns e feiras livres) apesar da maior competição, a sua própria natureza com pontos de venda de comercialização reduzida, e sem preocupação de modernização, mantém os preços também elevados, via custos superiores. O mercado atacadista é formado por grupos, quer estabelecidos na Ceasa (hortifruti), quer atuando na Bolsa de Cereais, e por cooperativas. Eles formam blocos monolíticos em termos de formação de preços e tendem a elevá-los (JORNAL DO BRASIL, 1977b, p.18, grifos nossos).

Já em décadas mais recentes, em 1991, se propôs, a nível municipal, um Programa de Abastecimento Alimentar que versava sobre a municipalização do abastecimento. Do projeto, chegou a se realizar um mercado popular fixo, embora, já em 1992 ele tenha sido suspenso. Lavinas e Nabuco (1992, p. 77) registram a existência de “[...] onze mercados populares fixos [...] operados por organizações de produtores – cooperativas e associações”. Mesmo atendendo a quase 1000.000 pessoas, segundo as autoras, a falta de estrutura organizacional adequada teria sido o motivo alegado pela descontinuidade do Programa. As autoras mencionam a existência de mercados no Saara e no bairro de Vila Isabel. O programa era do Departamento Geral de Abastecimento da Secretaria de Estado de Agricultura, Abastecimento e Pesca, do governo do estado, mas em parceria com a prefeitura. Para além deste artigo mencionado, não se encontraram outras fontes de informações relativas a este programa.

3.2.1.1 Equipamentos atacadistas: os mercados públicos e a Ceasa

Há registros em documentos de século XVII de práticas informais de comercialização de alimentos no Rio de Janeiro, tendo sido feitos predominantemente pela população negra e feminina

(FRANÇA; REZENDE, 2010; MURILHA; SALGADO, 2011). França e Rezende (2010) citam que, desde os anos 1700, já havia registro de um comércio informal de alimentos. Entre o final do século XIX e início do século XX, houve registros de mercados de alimentos nas regiões da Glória, da Harmonia e também na Candelária, na região central:

O abastecimento de alimentos na cidade do Rio de Janeiro se realizava, desde o período colonial, através de um comércio informal, nas ruas e praças públicas. [...]. Desde pelo menos meados do século XVII, negras de tabuleiro e vendedores de peixe reuniam-se num pequeno e ruidoso mercado nas proximidades da Alfândega, entre a Rua do Mercado e a Praça das Marinhas. Mais conhecido como Mercado da Praia do Peixe, era uma espécie de “feira permanente”, que crescia ao acaso, sem um alinhamento definido. [...] Como protagonistas da dinâmica desse mercado cotidiano, muitas vezes informal, para o abastecimento alimentar da cidade, os escravos de ganho, com predominância feminina, vendedoras ambulantes (regateiras) e/ou ganhadeiras [...] As ruas (e praças públicas) da cidade são tomadas, na década de 1890, devido à desagregação da sociedade escravista, que implicou necessariamente o aumento de importância do emprego da mão-de-obra assalariada e de um crescente mercado interno (MOTTA, 2005, p.111-112). Nas ruas circulavam livremente todos que faziam da atividade de venda seu meio de sobrevivência. Vendedores ambulantes munidos de cestas e tabuleiros, peixeiros, feirantes, quituteiras e outros faziam da atividade de venda seu meio de sobrevivência. Disputavam melhores locais para a comercialização de seus produtos, havendo o convívio simultâneo dos diversos segmentos nas ruas (FRANÇA, REZENDE, 2010, p. 9-11).

Em 1907, inaugurou-se o Mercado Municipal da Praça XV (FRANÇA; REZENDE, 2010)⁷⁷, na região central da cidade. A partir de licitação pública da prefeitura, um contrato de 50 anos foi firmado junto à Companhia do Mercado Municipal, localizado no então Largo do Moura, junto à Praça Marechal Âncora e à Praça XV de Novembro. Sua localização relacionava-se com o papel que cumpria o porto na provisão de alimentos, bem como a malha ferroviária que, à época, ali existia (FRANÇA; REZENDE, 2010).

Construído na praia de D. Manuel, junto a Praça Marechal Âncora (no antigo Largo do Moura), veio substituir definitivamente as atividades desenvolvidas no Mercado da Candelária, pois, segundo as lógicas vigentes remodeladoras do centro do Rio de Janeiro, o Mercado da Candelária, não poderia representar o principal centro de abastecimento de gêneros alimentícios da capital do país. Sobre essa ocorrência a imprensa da época, especificamente o “Correio da Noite”, nos trechos citados por Silva (1906), não poupa críticas, expondo à **elitização do novo mercado**, descreve-o como “um mercado de luxo, mercado de gente rica”, comparando-o a outros exemplares no mundo (OLIVEIRA JUNIOR, 2006, p. 45-47 *apud* FRANÇA; REZENDE, 2010, p. 16-17, grifos nossos).

⁷⁷Segundo o texto, anterior ao Mercado Municipal da Praça XV, havia o Mercado da Candelária, no início do século XIX, também localizado numa área central, assim como também há registros em referências bibliográficas de mercados nas regiões da Harmonia e da Glória.

Além do mercado, concentravam-se naquela região outros equipamentos de comercialização de alimentos, como lojas atacadistas, armazéns e trapiche. Além do fluxo que chegava pelo mar, a região também era ponto de escoamento da produção do “Sertão Carioca” (CORREIA, 1936), através dos tropeiros que levavam a produção das regiões agrícolas para a região portuária.

[...] para falar das feiras, tem que voltar até a Praça XV, onde os tropeiros levavam as mercadorias, para ser distribuída pelo Rio de Janeiro. Aí começaram as primeiras quitandas, os armazéns que tinham nos vilarejos que existiam, de várias localidades. Essa história é muito grande (Entrevista com ativista da agricultura e da alimentação).

Até então, o comércio concentrava-se no centro da cidade, enquanto os demais bairros se abasteciam por pequenos equipamentos: “[...] pequenas unidades dispersas, como quitandas, armazéns, açougues, etc.” (BECKER, 1966, p. 53), e pelas feiras, que tinham papel relevante no abastecimento ao oferecer uma variedade de produtos semanalmente. No documento do Plano Pereira Passos⁷⁸, além da previsão para a construção do Mercado Municipal da Praça XV, havia também a previsão de construção de “15 pequenos mercados em vários pontos da cidade” (FRANÇA; REZENDE, 2010, p.18-19).

O crescimento acelerado da cidade foi tornando os novos locais de moradia distantes da região central da cidade. Por outro lado, as novas funções que essa região passou a exercer faziam com que a estrutura de “fixos”, relativos à função prévia que aquela região cumpria, trouxesse desafios para o desenvolvimento das novas funções que emergiam. Ao mesmo tempo, com a expansão dos supermercados, ocorreram mudanças na cadeia de abastecimento, com a progressiva extinção de comércios de atacado, pois, desde ali, as redes já começaram a comprar diretamente de fornecedores (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28).

Na geografia histórica da região central da cidade é notório como as categorias fixos, fluxos, formas e função, como elementos constitutivos do espaço geográfico (SANTOS, 1996), aparecem de forma implícita como categorias explicativas. Novos fluxos naquela localidade impediram a manutenção dos fluxos prévios, e era preciso poder emergir novos fixos para a região cumprir uma nova função.

⁷⁸ Gestão do prefeito Pereira Passos (1902-1906), conhecida por profundas intervenções urbanísticas na região central da cidade, que resultaram também em um número expressivo de remoções.

Há, portanto, razões para a mudança de local do mercado, tendo os atacadistas migrado para os mercados de São Cristóvão e de São Sebastião (BECKER, 1966). Porém, há também reportagens de jornais que sugeriam haver atritos entre a Companhia do Mercado e comerciantes da região. Por isso, o contrato firmado não teria sido renovado, e um novo projeto de urbanização do distrito federal previa a reurbanização da área ocupada pelo mercado e a construção do Elevado da Perimetral, importante canal rodoviário, hoje não mais existente. A decisão da Associação dos Comerciantes fora de construir seu próprio centro de abastecimento e, finalmente, em 1962, na cidade do Rio de Janeiro, à época estado da Guanabara, iniciaram-se as atividades do Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara, o Cadeg. Mais recentemente, o Cadeg se revitalizou e se tornou não apenas um centro de abastecimento, como também um polo gastronômico. De acordo com uma recente reportagem (O GLOBO, 2022), a transformação do mercado estaria acompanhando o processo de valorização pelo qual passou o bairro onde está localizado, São Cristóvão.

Nesse mesmo ano, inaugurou-se o Mercado São Sebastião, criado por Dom Helder Câmara, localizado no bairro da Penha. Esse mercado tornou-se, à época, um dos maiores atacadistas de gêneros alimentícios do país, onde ainda hoje se localiza a Bolsa de Gêneros Alimentícios (BGA) (BITAR, 2014; O GLOBO 2012; FERREIRA, 2017). Segundo o sítio eletrônico da BGA, ali se negocia o preço de 80% de toda a comida que passa pelo Rio de Janeiro. Conforme uma reportagem de 1969, antes da sua inauguração, já havia, naquele local, um núcleo comercial funcionando:

O Mercado São Sebastião deverá ser escolhido para servir como Central de Abastecimento do Grande Rio, segundo a Comissão de Construção da Central [...] as vantagens do grande mercado da Avenida Brasil são: disponibilidade de espaço; localização entre duas importantes vias, Av. Brasil e Av. Guanabara [...] situa-se na confluência do trânsito que entra e sai do Estado; proximidade de linhas férreas; e possibilidade de fácil acesso ao mar [...] Por sua vez, o Governo do Estado do Rio reivindica para o Município de São João de Meriti o direito de servir como local para o Centro de Abastecimento. Mas o Governo da Guanabara [...] apressará as obras de urbanização do lugar [...]. O Mercado São Sebastião possui um núcleo inicial funcionando há sete anos, com teste de uso comercial plenamente aprovado (JORNAL DO BRASIL, 1969, p.13).

Em termos de registro acadêmico, os trabalhos de Lobo (2014; 2015) analisaram intervenções urbanas recentes nesta região, como o processo de remoção da Favela Mandacaru, localizada no interior do mercado, em 2012. Notícias de jornais mais recentes remontam uma briga judicial pela propriedade do terreno, que prejudicou ‘investimentos’ no local (O GLOBO, 2012).

Também a estratégia da revitalização é o que vem sendo ventilado como alternativa para o atual sucateamento do Mercado São Sebastião (G1, 2012), e, recentemente, a prefeitura anunciou mais um plano para sua revitalização (EXTRA, 2021).

É importante também realçar o Mercadão de Madureira, localizado no bairro de mesmo nome, na zona norte da cidade. “E no Mercadão você pode encontrar; por uma pechincha, você vai levar [...]” afirma a composição “Meu Lugar”, do sambista Arlindo Cruz. Hoje comumente conhecido como “Mercadão de Madureira”, este espaço teve suas atividades iniciadas em 1914, como um entreposto comercial para aquela região. Os comerciantes eram majoritariamente portugueses (muito deles lavradores) e havia alguns brasileiros e italianos. Para Medawar (2003), a Ceasa, ao centralizar fluxos, impactou a dinâmica desses mercados descentralizados, como no caso do Mercadão de Madureira. Segundo um dos entrevistados,

[...] o Mercado de Madureira [...] teve uma grande importância, [...] também escoou muita produção daqui [zona oeste]. O Dr. Zequinha, que era um médico aqui de Campo Grande, a produção dele era escoada toda no mercado de Madureira. [...] (Entrevista com ativista da agenda da segurança alimentar e nutricional e/ou agricultura e agricultura urbana).

Além desses mercados, a implantação de um sistema nacional de centrais de abastecimento (Ceasa) do Rio de Janeiro foi um ponto chave nessa trajetória. O sistema Ceasa-RJ foi criado na década de 1970, tendo como objetivo atuar no mercado, na produção, no atacado e no varejo do comércio de gêneros agrícolas. Seu objetivo era consolidar-se como um entreposto comercial, capaz de organizar a produção, comercialização e distribuição. Parte da produção rural fluminense se concentra em duas unidades. De lá, os produtos agrícolas são redistribuídos, dando seguimento ao circuito dos alimentos, rumo à mesa de quem irá consumi-los (SEABRA; MARAFON, 2004, p.1).

A unidade Ceasa-RJ tem o objetivo de atender a segunda metrópole do país em termos demográficos. Essa magnitude a qualifica como um ponto central na comercialização agrícola no estado do Rio de Janeiro. A Ceasa Irajá acabou reorganizando o atacado, especialmente o do seguimento de FLV, e levou à eliminação de agentes intermediários (LAVINAS; NABUCO, 1992, p. 33). Dados da Central de 2017 expõem os destinos dos produtos hortigranjeiros e, de acordo com pesquisa, são: supermercados (38%), hortifrutis (24%), feirantes (12%), distribuidores de varejo (10%), ambulantes (8%) e outros (7%). Embora o papel que cumpre a Ceasa ainda seja de grande importância, nas últimas décadas as grandes redes foram construindo suas próprias centrais

de distribuição (no Rio, algumas, inclusive, localizam-se no espaço da Ceasa, e a entrada e saída de seus produtos são contabilizadas no dado da Ceasa, embora não sejam comercializados por esta).

A localização espacial dos novos pontos nevrálgicos do abastecimento da cidade mostra que o rodoviarismo se torna o modal principal no fluxo de alimentos já que os principais pontos de abastecimento passam a ser próximo das principais vias de acesso da cidade. Enquanto os primeiros mercados localizavam-se estrategicamente próximos aos fluxos hidro e ferroviários, o que começou a ocorrer na segunda metade do século XX é que estes mercados se localizavam em locais estratégicos, considerando-se o eixo rodoviário – notadamente em pontos da Avenida Brasil/BR 101. Cadeg, Mercado São Sebastião e a unidade da Ceasa em Irajá possuem em comum a proximidade com a rodovia BR-101, conhecida em seu trecho municipal como Avenida Brasil, deixando evidente a importância que foi ganhando o modal rodoviário nos fluxos de provisão de alimentos. Ao mesmo tempo, a existência desses mercados torna seu entorno muitas vezes pontos focais para a atividade que desempenham. Por exemplo, atualmente, tanto nas regiões que compreendem a Ceasa como também o Mercado São Sebastião, se localizam muitas centrais de distribuição de grandes redes varejistas do município.

Outra confluência remete às transformações orientadas para uma revitalização de equipamentos e do próprio espaço público. Para Pintaudi (2006, p. 84), os mercados públicos são formas que permanecem no tempo apenas quando metamorfoseadas. É interessante perceber que, mesmo num relato remoto sobre a substituição do mercado da candelária para o da Praça XV, já havia críticas sobre uma espécie de “elitização”. A recente revitalização do Cadeg deu novo fôlego a este espaço e, como já visto, esta tem sido a mesma estratégia traçada para o Mercado São Sebastião. Resta a dúvida sobre em que medida essas transformações impactam e eventualmente excluem grupos populacionais de mais baixa renda desses espaços.

3.2.1.2 Equipamentos varejistas: as feiras livres

Apesar de os supermercados terem se tornado o principal local de compra de alimentos, ainda estão longe de ser a única forma de varejo da população carioca. Desde o mercado porta a porta, em carros e kombis, há ainda outras formas culturalmente presentes. “A galinha chorou!”, célebre mensagem do carro que comercializa ovos a preços baixos, além de fonte de piadas e “memes” de internet, chegou, inclusive, a ser mencionada em uma composição do famoso cantor

e compositor Zeca Pagodinho, em 2019. Evidenciaram-se a relação entre essas formas de comércio e as relações comunitárias e de proximidade: “Chegou o carro do ovo para fortalecer nossa comunidade”, diz a música.

Segundo Knoke (1963), durante a 1ª Guerra Mundial, após permissão do governo, teriam ocorrido as primeiras “feiras” (embora, como já se sabe, o comércio de rua seria bem anterior a esta data). No Rio de Janeiro dos anos 1950, 90% da compra de alimentos frescos tinha como origem as feiras, que semanalmente ocorriam (BECKER, 1966)⁷⁹. Essa forma de varejo em feiras e em pequenos comércios era vista por Knoke (1963) como um entrave para o avanço da atuação supermercadista. Ainda que oferecesse o conforto de comprar a qualquer hora e em qualquer dia útil da semana, o supermercado não proporcionava vantagem de preço: “Como a feira vende seus produtos nas ruas, não paga aluguel, luz, água, gás e outras despesas usualmente associadas com a operação de uma loja de varejo, permitindo, assim, o desenvolvimento de um sistema barato de distribuição de alimentos” (KNOKE, 1963, p. 94-95).

Sobre os impactos da migração na cidade e nos hábitos alimentares verificados, Becker (1966, p. 36) salienta o papel das feiras na comercialização de alimentos comuns em culturas alimentares outras regiões do país: alimentos “[...] desconhecidos nos bairros mais elegantes, como o pé-de-boi, de onde se obtém o mocotó, típico da dieta nordestina, ou a farinha de mandioca não beneficiada – farinha puba – ou o fubá de milho vendido em saca, que a população mineira não dispensa”. Uma extensa reportagem de primeira página no *Jornal do Brasil* (1966, p.1) apresenta uma longa descrição sobre como aconteciam as feiras e seu papel no abastecimento da população. Nas entrevistas da matéria, há uma preferência consolidada das donas de casa pela feira, onde era possível encontrar alimentos frescos e com preços baratos sem “perda de tempo”. A reportagem cita uma pesquisa realizada pelo Ibope, segundo a qual 88% das donas de casa faziam suas compras nas feiras, especialmente por causa das frutas, dos legumes, cereais, peixes, ovos e das “massas alimentícias”. Diferente do apresentado em Knoke (1963), a matéria afirma que as feiras livres teriam se originado de uma iniciativa do Marquês de Lavradio, terceiro Vice-Rei do Brasil, em 15 de agosto de 1771, quando barracas passaram a ser instaladas no pátio externo da Igreja da Glória.

⁷⁹ Quando do surgimento dos mercados, já havia, naquela época, segundo a literatura, uma estratificação quanto ao consumo e aos hábitos alimentares. Segundo Becker (1966), na cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, “além do amplo consumo de arroz, farinha e mandioca, os pobres comiam menos legumes e hortaliças do que os ricos, basicamente, chuchu, quiabo, abóbora, repolho e tomate” (LEDA, 2017, p. 39).

Na década de 1930, registraram-se 60 feiras no Rio, enquanto, na data da reportagem, em 1966, o número era de 146 feiras por semana, distribuídas de acordo com a densidade populacional dos bairros. Em Botafogo, por exemplo, havia 12 feiras, no Méier oito e, em Copacabana, seis. Os Mercados São Sebastião, Benfica e Madureira foram citados como os principais locais de aquisição dos produtos por parte de feirantes (à época, inexistia a Ceasa), ademais dos feirantes que, também lavradores, comercializavam seus próprios produtos.

Imagem 4 – Imagem de uma feira de rua nos anos 1960.

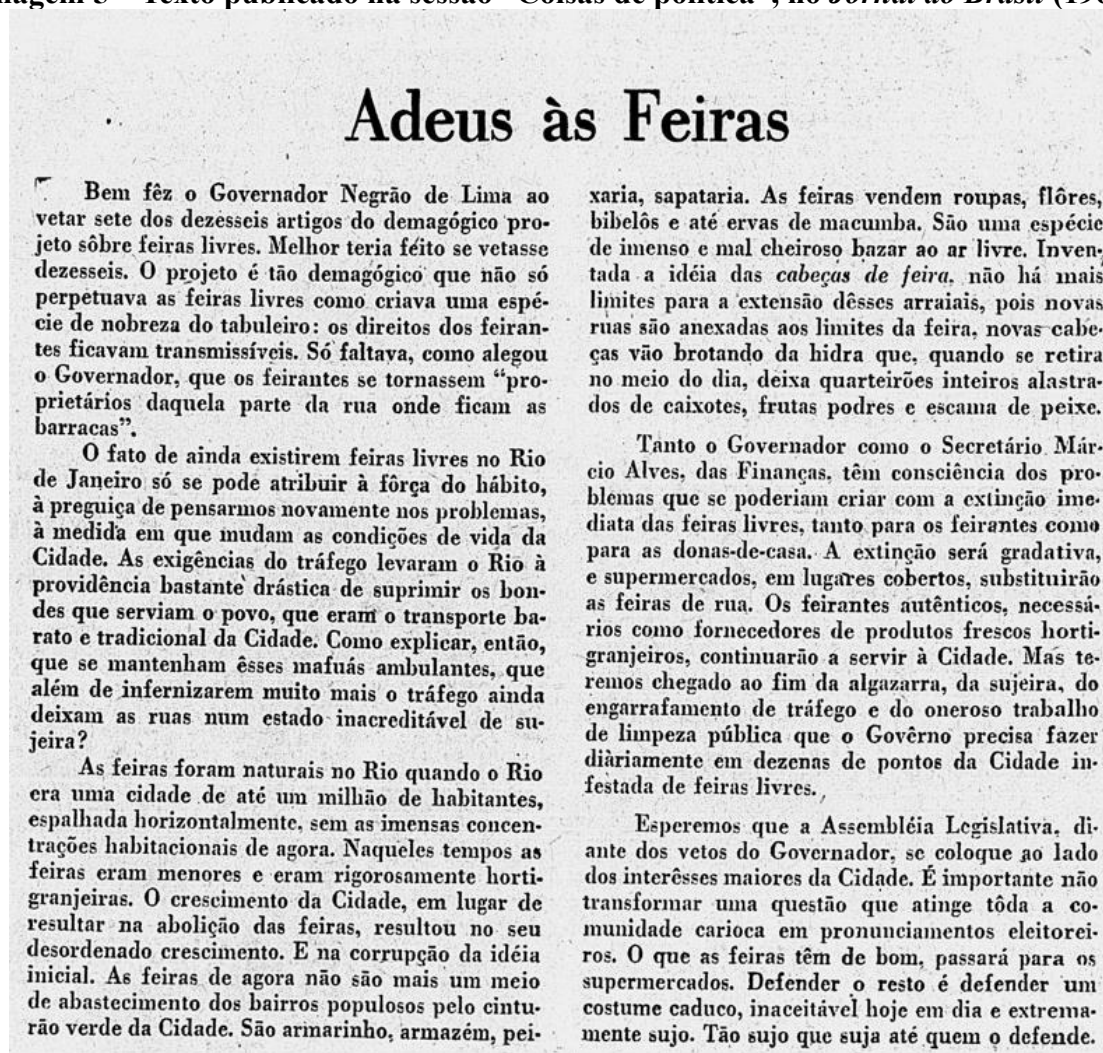


Fonte: fotografia de Alberto Ferreiro (JORNAL DO BRASIL, 1966, p.1).

Nota-se, tanto na bibliografia como na pesquisa em jornais antigos, uma comparação entre supermercados e feiras, associando-se o primeiro à ideia de moderno, e o segundo à ideia de tradicional. Pintaudi (1988) relaciona a existência das feiras a locais com população de menor poder aquisitivo, justamente onde, à época, as grandes empresas de supermercados se faziam menos presentes. Peres e Matioli (2020) são precisos ao descrever a ascensão do supermercadismo num momento no qual havia uma necessidade deste modelo “moderno” suprimir o arcaico e velho (como as feiras e determinadas práticas alimentares caipiras, no caso paulista). Isso se expressava em narrativas em torno da valorização do supermercado e subalternização da feira enquanto um “passado caipira que deve ser ridicularizado” (PERES; MATIOLI, 2020, p. 53).

Essa oposição entre tradicional e moderno é instigante e se percebe que muitas das redes nacionais vêm de uma origem familiar de passado humilde, “pobre”, de comerciantes ou feirantes que vão ganhando escala até se tornarem supermercadistas relevantes para o cenário regional ou nacional. Nas pesquisas dos jornais, há notícias que defendiam a inevitabilidade do desaparecimento das feiras (JORNAL DO BRASIL, 1967, p. 6), e outras que sugestionavam que, especialmente para o caso de verduras, a logística da feira seria mais favorável (JORNAL DO BRASIL, 1971b, p. 7). Muitas vezes isso aparece ancorado nas questões sanitárias, por exemplo, quando se busca dar um ar técnico à priorização de um equipamento em relação ao outro quando na verdade, são questões também políticas e que envolve valores e normas. É interessante, porém, notar que o tema era uma pauta presente na sociedade, havia um debate em torno das formas de aquisição de alimentos. Uma reportagem de 1967 chega a dar “adeus às feiras”.

Imagem 5 – Texto publicado na sessão “Coisas de política”, no *Jornal do Brasil* (1967).



Fonte: *Jornal do Brasil* (1967, p. 6).

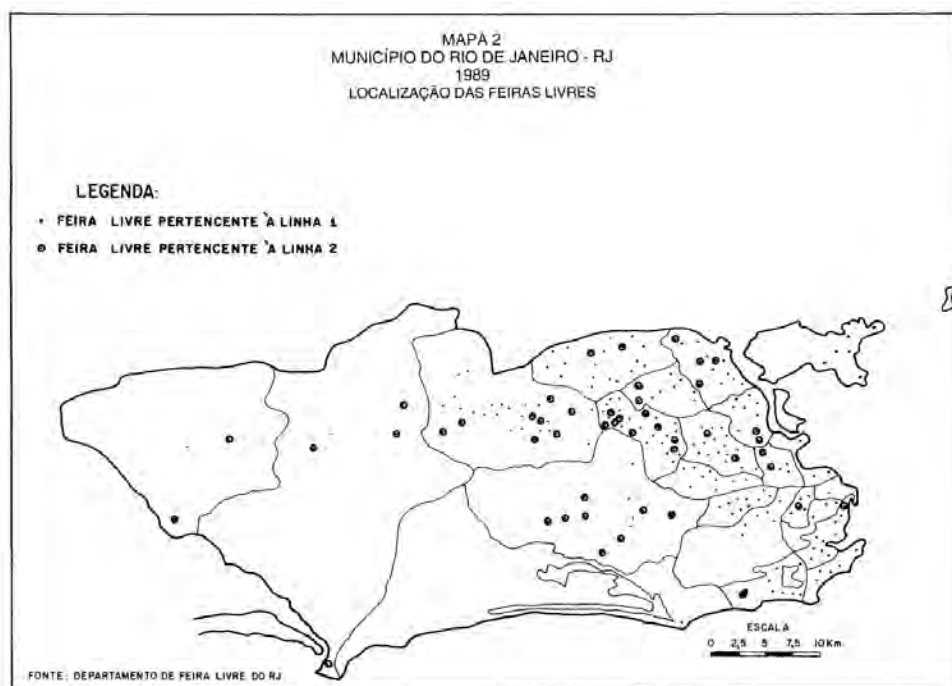
Em que se pesem os desafios na manutenção e expansão desse formato de varejo, elas permanecem. Fernandes (2010, p. 30) afirma que havia 206 feiras-livres funcionando no município em 1989, tendo como base informações do departamento de feiras-livres (RIO-FEIRAS), órgão da Secretaria Municipal de Fazenda. Alguns anos depois, Mascarenhas (1992), que analisou um processo recente de expansão das feiras no município, contabilizou 243 delas.

Na imagem abaixo, pode-se observar a distribuição espacial das feiras livres no município do Rio de Janeiro, organizada pelo autor. Eram 72 feiras na chamada linha 2, e 171 na linha 1. As linhas 1 e 2 eram regulamentadas por legislação distintas, daí a separação em dois grupos. Segundo

Mascarenhas (1992, p.108), as feiras da linha 2 tinham origem mais recentes e haviam sido criadas como estratégia de criação de postos de trabalho, num contexto de grave crise econômica:

Para não confrontar com interesses privados, estas novas feiras se localizam em bairros de baixa renda e ocasionalmente em bairros de ocupação recente que, ainda que apresentem melhor poder aquisitivo, carecem de serviços varejistas em quantidade adequada à sua demanda [...] bairros carentes como Realengo, Bangu, Madureira e Irajá tiveram seu número de feiras aumentado em até mais de 100%. Algumas destas feiras se localizam em áreas tão carentes e de tão baixa densidade populacional (loteamentos em processo de ocupação, sobretudo na Zona Oeste) que os feirantes acabaram desistindo e abandonando por completo o local. Segundo dados do Departamento de Feiras Livres, foram canceladas por abandono 26 feiras a linha 2” (MASCARENHAS, 1992, p. 108).

Imagem 6 –Mapa com localização das feiras livres no município do Rio de Janeiro (1992).



Fonte: Mascarenhas (1992, p.106).

É importante compreender os instrumentos legais que envolvem as atividades varejistas, sejam as feiras ou outros formatos similares, como os estabelecimentos. Por exemplo, Mascarenhas (1992, p.103) diz que, nos anos 1970, o Decreto-Lei 311 “[...] enfatizava a eficiência dos supermercados ao afirmar que ‘as atividades exercidas nas feiras livres... destinam-se ao abastecimento supletivo (...) enquanto, a critério de administração pública, a rede de estabelecimentos locais for considerada insuficiente para suprir as necessidades das respectivas regiões administrativas ou bairros isolados’ [...]”. O mesmo instrumento jurídico diz que “as vagas não serão preenchidas salvo interesse público. (...) Em 1975, o Decreto 166 do recém-criado

município (o estado da Guanabara fora extinto com a fusão com o estado do Rio de Janeiro) dá plena continuidade à política de retração das feiras ao fixar que o número de matrículas não poderá exceder o então existente” (MASCARENHAS, 1992, p.103). Os decretos citados convergem com a discussão da década, quando instrumentos do estado apoiaram o formato supermercadista como equipamento de abastecimento. Equivoca-se o entendimento do decreto, pois, as feiras, ainda com desafios, até hoje existem. O autor trata a dispersão espacial das feiras como algo relacionado com a ação do estado.

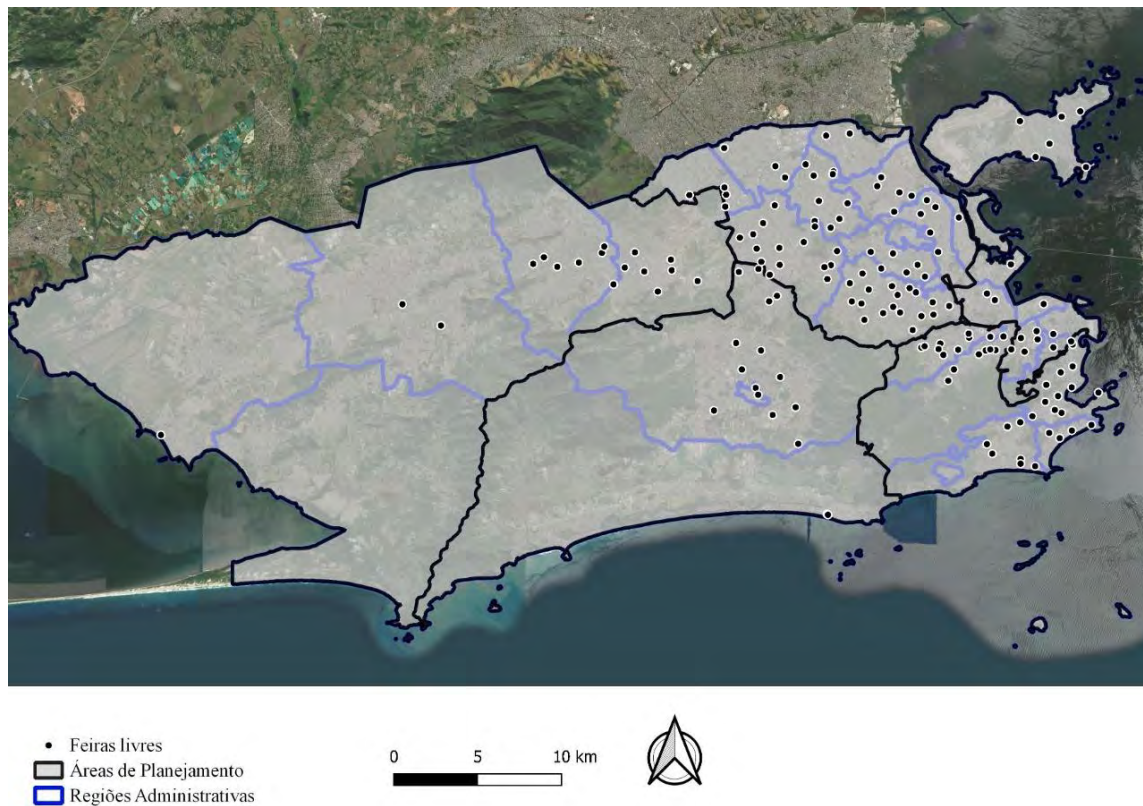
Hoje, o município do Rio de Janeiro possui 162 feiras livres, e sua regulamentação se dá através da legislação municipal 4.929/1989. Ainda hoje as feiras são divididas em duas linhas, 1 e 2, sendo a primeira referente à zona sul, e algumas localidades do centro e da zona norte (como na Tijuca e nos arredores). Segundo entrevista com gestor público, há hoje aproximadamente quase 5.000 licenças. Para essa primeira linha, não há emissão de novas matrículas. Além das feiras livres, há as feiras volantes, 32 no total, projetadas para serem menores. As feiras volantes são compostas por Kombis, e cada uma delas tem ali um produto: peixe, frango, verdura, legumes, laticínios. Elas possuem um limite máximo de expositores, o que não ocorre com a feira livre (onde o limite é a extensão geográfica do posicionamento dela). O entrevistado define a função da gestão pública municipal com a de licenciamento e ordenamento:

[...] tem esse papel de licenciamento, licenciar as pessoas para trabalharem, fazer a fiscalização para fazer com que a lei seja cumprida o ordenamento dela, e até hoje a gente faz parte hoje de duas secretarias estamos ligados diretamente a gente está na Ordem Pública que é mais está essa questão de ordenamento e ligado também à Secretaria de Fazenda porque nós também somos um órgão arrecadador, porque o feirante paga [...] uma taxa que dá direito a ele de trabalhar, essa taxa ela paga em três meses e tem uma variação de valores de acordo com cada produto que será comercializado [...] (Entrevista com gestor público)

Quando se analisa a distribuição das feiras livres no município por AP, percebe-se que ela não reflete a distribuição da população. Do total de 160 feiras livres, 47,55% concentram-se na AP3, percentual maior do que a população ali residente, que é de cerca de 38%. Situação semelhante ocorre na AP2, onde se localizam cerca de 24% das feiras, mas 16% da população. A AP1, conforme já visto, é a área com menor população (4,7% da população), e é lá também que se tem o menor percentual de feiras: 7,5%. Por fim, situação reversa das AP 2 e 3 é percebida nas AP 4 e 5: com cerca de 14% da população a AP4 apresenta 10% das feiras, enquanto o percentual populacional na AP5 é de cerca de 27%, e apenas 11% das feiras ali ocorrem. Considerando-se que

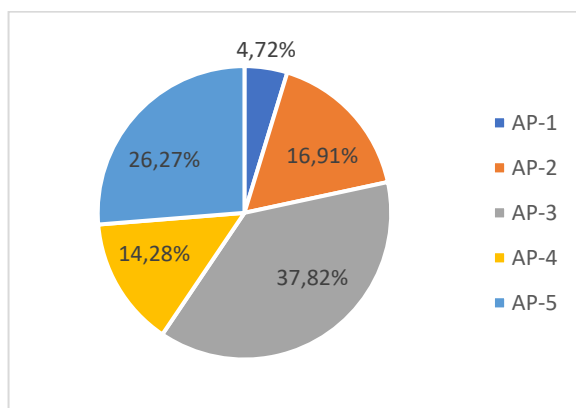
estas últimas são as regiões com maior crescimento populacional recente, os dados mostram que o crescimento da população nestas áreas não foi acompanhado por um desejável aumento no número de feiras.

Mapa 1 – Distribuição das feiras livres por AP e RA – Rio de Janeiro (2021)



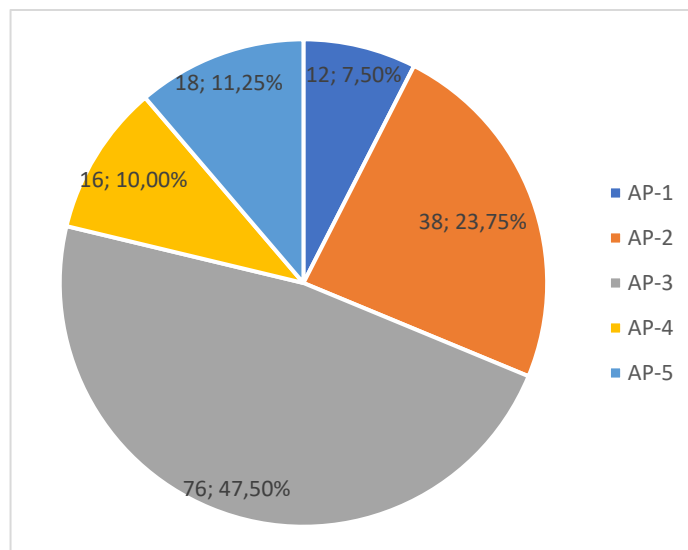
Fonte: Elaboração própria e de Lucas Carvalho; Prefeitura do Rio de Janeiro (s/d)

Gráfico 15 – Distribuição populacional por Área de Planejamento – 2020.



Fonte: DRZ (2020).

Gráfico 16 – Distribuição das feiras livres por Área de Planejamento.



Fonte: Prefeitura do Rio de Janeiro (s/d).

É crítica a ausência de feiras em alguns espaços da cidade, especialmente em localidades que expressaram significativo crescimento entre 2000 e 2020. Praticamente todo o eixo da zona oeste não dispõe de feiras, ainda que se possa afirmar que AP4 e AP5 possam dispor de razões distintas para isso. Em entrevista, o gestor concordou que “[...] no caso a Zona Oeste, tanto esse eixo Barra/Recreio, mas, principalmente, esse eixo Bangu, Realengo, Campo Grande, Santa Cruz tem um número muito pequeno de feiras”. Para o caso da AP4, há ali uma dinâmica de relacionar-se com o espaço público diferenciada, que envolve a lógica de autossegregação (SOUZA, 2013, p.135), sobre a qual será mencionado mais adiante. A AP5, porém, é marcada por carência significativa de serviços públicos e outras problemáticas sociais e ambientais, como uma notória ausência de feiras.

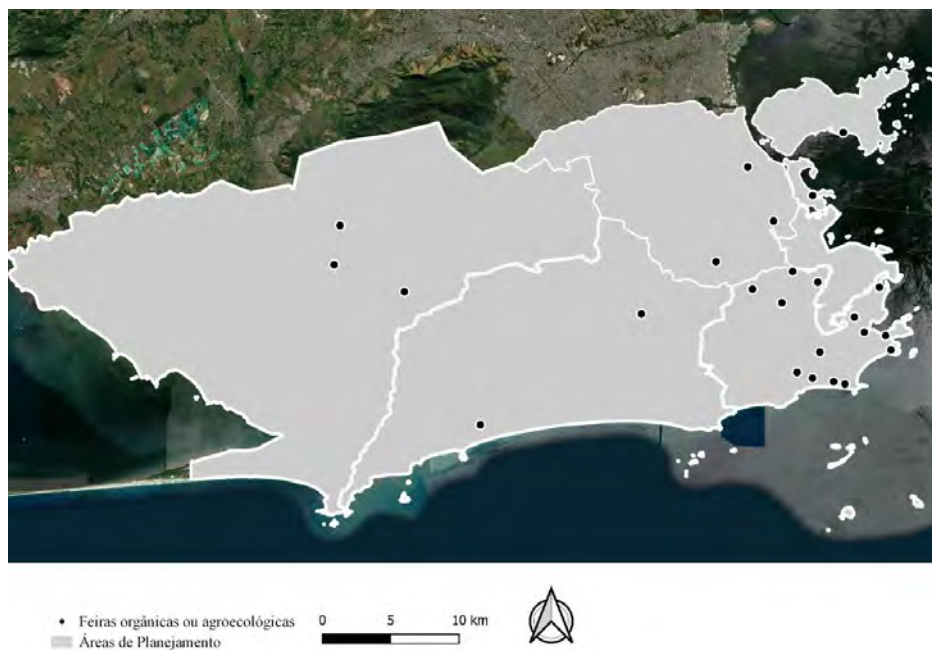
É também inegável que, numa parte significativa da AP4 e da AP5, há registros de grupos de milícia atuantes. O relatório produzido pelo Observatório das Metrópoles, “A expansão das milícias no Rio de Janeiro: uso da força estatal, mercado imobiliário e grupos armados”, apresenta um mapa (OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES, 2020, p. 4) com o número de operações policiais por RA, na cidade do Rio de Janeiro (2006-2019), e grupos armados. Nestes é possível perceber a convergência entre as regiões de domínio da milícia com aquelas em que não há feiras livres e tem registrado aumento de unidades varejistas.

Mesmo com esses e tantos outros desafios, hoje as feiras não apenas permanecem, apesar das adversidades, como também se repaginam, passando a indicar uma tendência de comercialização de alimentos de pronto consumo, alimentos diferenciados e bens não alimentícios. Segundo o entrevistado:

Hoje a maioria das feiras não é o cara que tá vendendo frutas, legumes, verduras etc. é o cara que tá querendo botar algum tipo de comida, a pessoa faz um bolo caseiro coloca o seu bolo, faz algum tipo de sei lá salgado, pão, hoje a gente vê muita coisa assim [...] então você vê hoje uma diversidade de produtos assim muito grande, que foram pessoas que tentaram se encaixar [...] as feiras elas estão mudando um pouco seu formato digamos assim e aí essas feiras também vão ganhando mais questão gastronômica principalmente finais de semana e aí hoje o cara não vai mais para a feira fazer a compra ele vai para um encontro, um bate-papo, tomar um caldo de cana, comer um bolinho de bacalhau (Entrevista com gestor público).

Outra novidade é a criação e atuação das feiras que comercializam produtos orgânicos e/ou agroecológicos. Porém, novamente, em ambos os casos, essa distribuição e ocorrência são desigualmente distribuídas no espaço da cidade, privilegiando-se os bairros com população de maior rendimento.

Mapa 2 – Distribuição de feiras orgânicas e/ou agroecológicas e/ou “da roça” (2021)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Assim, apesar de todas as transformações, as feiras livres seguem não apenas existindo como também com importância destacada. Sua distribuição espacial, porém, não acompanha a expansão da cidade, assim como é possível identificar práticas específicas em feiras de localidades particulares, como a venda de alimentos diferenciados em feiras da AP2 e da zona sul da cidade. Há duas lógicas: a da ausência, especialmente nas AP 1,4 e 5, e da permanência, nas AP 2 e 3, onde há mais tempo elas vêm se dando. De forma semelhante, os mercados municipais também sobrevivem, mas com especificidades. O Cadeg se reformulou e tem como estratégia se tornar um centro gastronômico, ademais de ser o principal polo de venda de flores e plantas. Essa revitalização tem sido a estratégia vislumbrada pela gestão pública municipal para o caso do Mercado São Sebastião. Já o Mercado de Madureira tem como principal função a comercialização de artigos de religião afro-brasileira. Por fim, no caso do Mercado São Sebastião, em que pese a existência de projetos para sua revitalização, sua condição atual é de abandono, ainda que seja um ponto importante de comercialização.

Por fim, vale um adendo relativo aos Sacolões Volantes. Com quase nenhuma informação disponível sobre estes, estes foram parte de uma política do governo do estado. Em uma de nossas entrevistas, afirmou-se que foi durante o governo Brizola, nos anos 1990, que esta política ganhou corpo. A escassez de material relativo aos Sacolões e a necessidade verificada de um dispêndio significativo de tempo para busca de informações sobre este mecanismo de abastecimento impediram um maior aprofundamento sobre o tema. Hoje, segundo relatos levantados ao se visitar esses pontos de venda, estes não estão vinculados a uma ação pública, cabendo apenas à prefeitura a atualização de autorização para a venda. Quanto aos preços baixos praticados pelos pontos de venda, um dos feirantes entrevistados justificou que eles próprios negociam diretamente no Ceasa e conseguem bons preços.

3.3 O varejo alimentar carioca e os principais atores do setor supermercadista

O crescimento dos supermercados acompanha, no mundo e no Brasil, o processo intenso de urbanização da segunda metade do século XX. Cyrillo (1987, p. 43), por exemplo, sugeriu que a estrutura de expansão do varejo refletia o grau de desenvolvimento e urbanização. Neste item, apresento os principais aspectos e atores do supermercadismo no município do Rio de Janeiro em

dois blocos. No primeiro, se encontram elementos das trajetórias de empresas hoje inexistentes: Disco, Peg-Pag, Casas da Banha, Sendas, Mar e Terra, Rainha, Três Poderes e Leão. Em seguida, abordo aspectos das principais redes na atualidade.

3.3.1 As principais cadeias de supermercados dos anos 1950 até o final do século XX

A princípio, não havia expectativa de se fazer um recorrido histórico sobre a construção dos supermercados no Rio de Janeiro. Mas, ao perceber a escassez de materiais acadêmicos que sistematizam informações sobre o tema e a existência de fragmentos de informações dispersos em materiais em sítios eletrônicos, avaliei que esta seria uma oportuna contribuição deste trabalho: organizar as informações existentes, assegurar sua validade e buscar novas fontes para preencher este quebra-cabeça de como se constituíram as redes de supermercados na capital fluminense. Essa remontagem que volta tanto atrás na história também é uma tentativa de perceber com mais ênfase a relação entre a sócio-espacialidade do varejo alimentar, especialmente o supermercadista, e as demais dinâmicas do município. Tratou-se também de uma alternativa oportuna de pesquisa para um momento de isolamento social em decorrência da pandemia da Covid-19.

O recorrido histórico ajuda a perceber, no espaço-tempo, as transformações ocorridas, permitindo que não se olhe de uma forma, diga-se, reificada, para o retrato dos dias atuais, buscando compreender de forma mais diversa o que seria um universo de possibilidades em torno da forma como uma localidade se abastece. Assim, esse item é resultado de um esforço de traçar a evolução da ampliação das cadeias e redes de supermercado no município até chegar aos dias atuais, captando especialmente mudanças no que diz respeito a seus atores e principais características do formato supermercadista.

Como importantes referências, há o trabalho de Becker (1966), que usa a ideia de “geografia do abastecimento” como um exercício a ser feito e traz também alguns dados sobre o supermercadismo à época, no então estado da Guanabara. Há, ainda, o trabalho de Lavinhas e Nabuco (1992), que também discutem o abastecimento no Rio de Janeiro em perspectiva histórica até chegar ao contexto de produção do texto. Embora se tenham levantado alguns dados sobre as redes/cadeias cariocas em trabalhos acadêmicos, a principal fonte para essa sistematização ocorreu

a partir da pesquisa historiográfica na base de dados da Biblioteca Nacional⁸⁰. Algumas das redes e cadeias aparecem desde as fontes mais antigas, e algumas surgiram mais adiante, nos anos 1970, 1980 e 1990. Algumas delas eram mercearias e converteram-se em autosserviço; outras vêm do ramo atacadista, e há também aquelas que já surgiram como supermercado (CYRILLO, 1987; BECCKER, 1966; LAVINAS; NABUCO, 1992). O surgimento e o crescimento dessas empresas foram aos poucos fazendo desaparecer antigas mercearias e quitandas.

Originárias de antigos armazéns, em alguns casos, como as casas Gaio Marti e Casas Oliveira e, em outros, oriundas do setor atacadista, como as Casas da Banha, Casas do Xarque, organizações Avelino Torres ou ainda criadas especialmente para este fim, como o Disco, as lojas de auto-serviço são a forma moderna de distribuição que segue o modelo norte-americano, em contraposição à forma tradicional de distribuir no varejo, herança da velha cidade colonial europeia (LAVINAS; NABUCO, 1992, p. 25).

Segundo Abras (2002, p. 99) e Cyrillo (1987), o Supermercado Copacabana (SU-CO) foi inaugurado em 1956⁸¹, como um dos primeiros supermercados da cidade. Porém, há poucas informações disponíveis sobre ele. Algumas reportagens vinculam o SU-CO ao Carnet Fatura e à Cooperativa Banco de Crédito Itabira. O SU-CO seria uma das organizações que integravam esta cooperativa. Anúncios que datam de 1966 informam sobre um leilão judicial, indicando a falência do Supermercado Copacabana que, de acordo com registros em jornais, possuía três estabelecimentos: um em Copacabana, outro no Catete, por fim, um na Tijuca.

À época, muitos desses comércios tinham origem portuguesa, tendo como proprietárias famílias de origem portuguesa. Era o caso dos Três Poderes, da Rainha, do Leão, do Mar e Terra e Guanabara (JORNAL DO BRASIL, 1977b, p.18). Isso diferencia o setor quando comparado ao caso da cidade de São Paulo. Foi perceptível que, em muitos casos, o primeiro proprietário dessas lojas era de origem humilde, como os fundadores da Casas da Banha e da Sendas. Uma reportagem de 1989 diz que:

No Rio, costuma-se dizer que bancas de jornais pertencem a italianos e bares a portugueses, mas há um outro setor comercial em que os portugueses têm predomínio e poucos sabem: são os supermercados, grandes empresas varejistas que tiveram sua origem em pequenos armazéns e quitandas que, ironicamente, foram mais tarde engolidos por eles [...]. Na década de 50 ocorreram dois fatos que tiveram grande importância para o surgimento das cadeias de supermercados: a entrada em cena da segunda geração de

⁸⁰ Identificaram-se informações descritivas interessantes em redes sociais, como no Facebook, destinadas a informações antigas da cidade (embora não tenham sido usadas na tese ausentes de verificação do conteúdo em outras fontes).

⁸¹ Quando também se considera o surgimento do Disco, conforme se verá adiante.

comerciantes nos estabelecimentos criados nos anos 30 e a instalação da primeira cadeia de lojas de auto-serviço do País, o que provocou uma verdadeira revolução no comércio de gêneros alimentícios. (...) os filhos vinham com novas idéias e os pais, mais tradicionalistas, (...). Aos poucos, entretanto, os filhos foram mostrando que era necessária uma administração mais moderna, em que o varejista não ficasse tanto na mão dos atacadistas e começassem a impor seu modo de comerciar (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28).

Após a chegada dos supermercados, estes ainda mantiveram, por um tempo, uma tímida expansão, bastante restrita, a localidades e regiões do país, podendo ser a existência das feiras um fator explicativo para isso, conforme mencionado. Há imprecisões nos dados das referências utilizadas. Segundo Knoke (1963, p. 95), na passagem dos anos 1960 para os 1970, os supermercados tinham menos de 2% das vendas totais de produtos alimentícios. Chiodo (2010), a partir de dados da FAO, de 1973, afirma que as feiras e os mercados correspondiam, em dados de 1971, a 50% dentre os tipos de comércio existentes. Neste mesmo ano, o município do Rio tinha uma média de 14.775 habitantes por loja de supermercado e autosserviço. No tocante ao varejo a nível nacional, os dados analisados por Cyrillo (1987) referentes a 1970 indicam que o Rio de Janeiro representava 20% da receita do varejo diversificado.

Tabela 12 – Quantitativo de comércios por tipo – Rio de Janeiro (1971)

Tipo de comércio	Rio de Janeiro	%
Bomboneria*	6.573	27,46
Especializados	4.870	20,35
Barracas em feiras e mercados	12.000	50,14
Supermercados	229	0,96
Autosserviço	250	1,04
Cooperativas de consumo	11	0,05
Total	23.933	100

Fonte: Chiodo (2010 *apud* FAO, 1973). *Do original em espanhol *Abarroteria.s*

Sobre a sócio-espacialidade, é possível perceber que sua localização privilegiava áreas mais nobres. No caso do município do Rio de Janeiro, significa dizer que, inicialmente, as lojas se concentravam na zona sul e na Tijuca. Além da renda como um dos fatores que justificaria essa sócio-espacialização, há também a questão da densidade demográfica, que nestas regiões era maior. Cyrillo (1987, p. 49) trabalha inclusive com uma variável a partir da relação entre habitante/equipamento varejista para ver as possibilidades de expansão do setor. Segundo ela,

Em plena prosperidade, os primeiros supermercados foram instalados nas áreas centrais das cidades, ou seja, as que possuíam elevada densidade demográfica e alto poder aquisitivo agregado. Visavam atender as classes de média e alta renda, eram unidades com as características de suas contemporâneas americanas: ampla linha de produtos, dispostos em instalações especialmente desenhadas em amplas áreas de vendas, para os moldes da época (CYRILLO, 1987, p. 69).

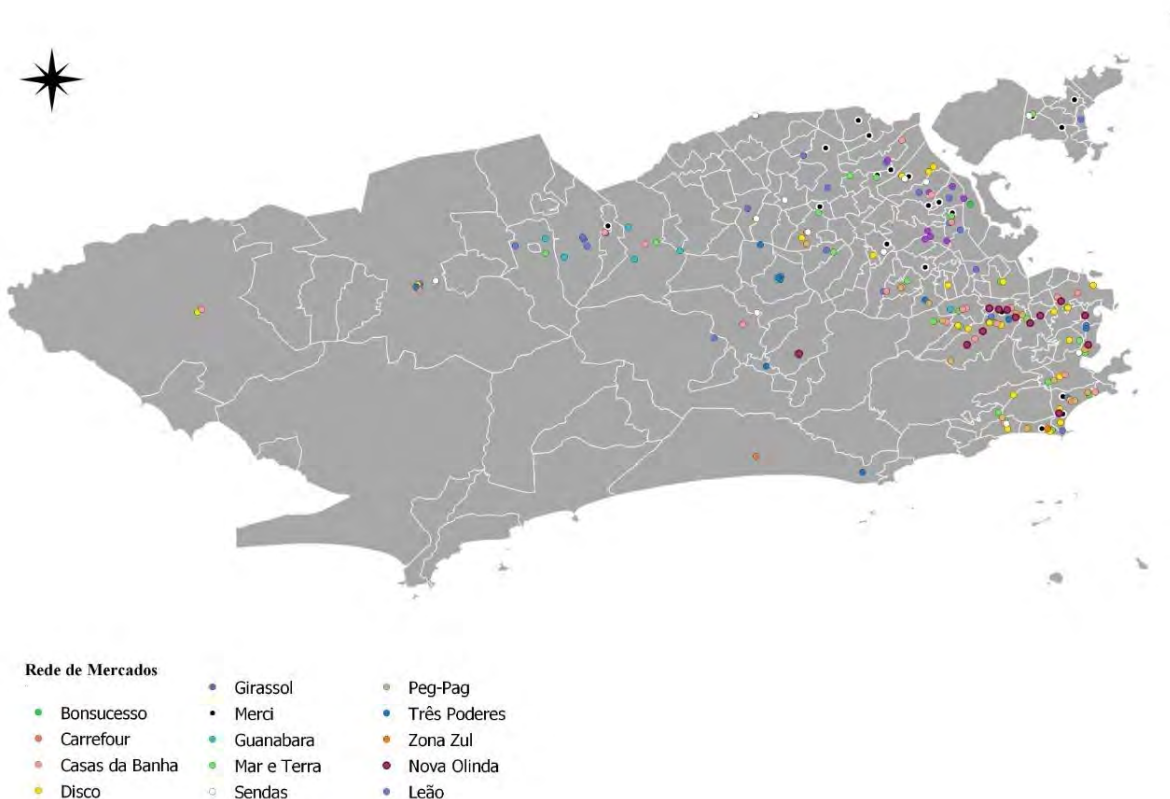
Sob esse aspecto, Lavinhas e Nabuco (1992, p. 26-34) diz que a expansão dos supermercados se dá de forma diferenciada, a partir “[...] da estratificação social de cada localidade” e, com isso, nas zonas norte e oeste, os “[...] equipamentos ditos tradicionais” ainda tinham peso relevante para o abastecimento da população”. Uma reportagem de 1975 relata a transição das bodegas para os supermercados: “Os supermercados igualam os preços, em dezenas de lojas, pois têm grandes estoques. As mercearias não podem fazer o mesmo, não podem estocar muito. O jeito é cobrar mais caro. Acontece que, quando se cobra muito caro, perde-se o freguês [...]”. A reportagem também chama a atenção que esse desafio é ainda maior em regiões com perfil populacional de baixo rendimento, pois menos ainda o consumidor pode assumir essa alta dos preços. Deste desafio, resultaria a estratégia de venda de produtos de menor qualidade e, por isso, de preço inferior:

As mercearias da Zona Norte sentem-se mais atingidas do que as da Zona Sul. Para manter preços competitivos como os dos supermercados, partem para a venda de produtos com qualidade inferior – “é o que os nossos clientes podem comprar. Às vezes, nem os supermercados se aguentam por aqui. Quem é que tem dinheiro para acompanhar a alta de preços?” – O Sr. Rômulo Cruz quer vender sua mercearia no Engenho de Dentro, a uma cadeia de supermercados ou a uma construtora (JORNAL DO BRASIL, 1975, p. 5).

O mapa abaixo apresenta a localização de lojas de algumas das principais redes de supermercado no ano de 1978. Ele foi elaborado a partir de dados apresentados em um exemplar do *Jornal do Brasil* desta data, que listava os endereços dos principais supermercados à época. É possível identificar uma nítida concentração das lojas na zona sul e também em alguns pontos da zona norte. Outro elemento perceptível é o fato de que algumas lojas privilegiam sua atuação em localidades específicas do município. Lojas como o Peg-Pag e o Disco localizavam-se preferencialmente nos bairros da zona sul, enquanto os grupos Rainha e Guanabara se constituíam como um mercado da zona norte, já com unidades na zona oeste. Por exemplo, das 27 lojas do Supermercado Disco, 19 delas estavam na zona sul, no Centro e na Tijuca. Apenas uma se encontrava em Campo Grande e outra em Santa Cruz, zona oeste da cidade. Situação semelhante ocorreu com a Peg-Pag: das 13 lojas, 10 se localizavam na zona sul, e nenhuma loja na zona oeste. Já os grupos Guanabara, Leão e Três Poderes tinham uma situação diferente. Apenas duas das 20

lojas dos Supermercados Guanabara localizavam-se na zona sul da cidade, enquanto 35% das suas lojas se encontravam nos bairros Realengo e Bangu, na zona oeste. Os supermercados Leão contavam apenas com seis dentre as 28 lojas nas regiões do Centro e da zona sul, e o supermercado Três Poderes apenas duas dentre suas nove lojas.

Mapa 3 - Distribuição espacial das lojas dos principais supermercados - município do Rio de Janeiro (1978)



Fonte: Elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE; *Jornal do Brasil* (1978e, p. 6).

Nas décadas seguintes, uma reportagem do *Jornal do Brasil*, de 3 de novembro de 1995 (JORNAL DO BRASIL, 1995b, p.12), de título “Bom preço é o maior atrativo em supermercado”, mostra alguns dados da pesquisa “Índice de Satisfação do Varejo”, feita pela Companhia Brasileira de Pesquisa e Análise (CBPA). A matéria aborda o perfil de compra em distintas localidades do município e, segundo a pesquisa, o principal local de compra dentre os supermercados era o Sendas (48%), seguido do Carrefour (29%). Entre as famílias de menor renda, 35% faziam suas compras no Rainha que, conforme será visto, tinha presença nos bairros da zona oeste. Chama a atenção o

peso ainda marginal do Pão de Açúcar, originalmente de São Paulo, com apenas 4% na pesquisa. Mesmo segmentando por zonas da cidade, quando analisados os moradores da zona sul, os principais supermercados de compra eram Sendas (56%), Paes Mendonça (38%) e Carrefour (24%).

Abaixo, estão os principais elementos da trajetória das principais redes identificadas ao longo da pesquisa que desenvolveram suas atividades no município do Rio de Janeiro, dos anos 1950 até o final dos anos 2000, marcando a história do varejo alimentar carioca.

3.3.1.1 Disco

Em algumas referências, o primeiro registro de loja de supermercado no município que se tem fazia parte da Distribuidora de Comestíveis Disco S.A⁸². Há fontes que falam que a primeira loja criada foi em 1952. Como o primeiro mercado que se reconhece como tal na bibliografia é o Sirva-se, em 1953, supõe-se que, embora a loja tenha existido em 1962, não necessariamente se tratava de uma loja em formato de autosserviço, o que viria a acontecer alguns anos depois. Há referências que mencionam o ano de 1955 (JORNAL DO BRASIL, 1978c, p. 7), e outra o de 1956, (ABRAS, 2002, p. 99; JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28) sendo, este último, a mais provável. A primeira loja fora inaugurada na Rua Siqueira Campos, no bairro de Copacabana, por Augusto Frederic Schmidt (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28). Ainda nos anos 1960, ela foi comprada pelo proprietário da Casa do Charque, mas ele manteve o nome da rede. Segundo uma reportagem de 1989:

O patriarca do Grupo Disco é o português Antônio Amaral, de 72 anos, que desde 1945, quando o empreendimento nasceu com o nome de Casa do Charque, controla pessoalmente toda a administração do império. [...] A primeira loja do Disco foi inaugurada em 1945 com o nome de Casas do Charque. Eram apenas 50 metros quadrados instalados nas vizinhanças da Praça da República. Vinte anos depois, Antônio Amaral já comandava um império de 35 lojas. No final dos anos 60, ele comprou as 15 lojas da rede Disco, às voltas de sérios problemas financeiros, e passou a adotar essa marca para o empreendimento (JORNAL DO BRASIL, 1989, p.16).

Na lista de mercados disponível no *Jornal do Brasil*, de 1978, o Disco configurava-se como a quarta empresa com maior número de lojas: um total de 27. Embora sua localização predominante fosse na AP2, também há registros de lojas do Disco na AP3, como na Avenida Dom Helder

⁸² Na página da Associação “Rio de Memórias”, que tem por objetivo a promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico da cidade do Rio de Janeiro, há uma sessão dedicada à história das lojas Disco. Disponível em: <https://riomemorias.com.br/memoria/supermercados-disco/>.

Câmara, Abolição. O Supermercado Disco chegou a ter também lojas no formato hipermercado, como o Gigante (localizado no Bairro de Fátima), “Discão” (na Avenida Brasil, altura da Penha), o “Boulevard” (localizado em Vila Isabel, ocupando o espaço da antiga Fábrica de Tecidos Tradição) e a loja “Disco Gigante”, que se localizava onde atualmente funciona o Mega Box, bandeira atacarejo do Grupo Zona Sul. Uma estratégia de alcançar grupos diversificados já aparecia ali. Os supermercados Disco, desta forma, atendiam um padrão mais sofisticado, e o formato hipermercado tinha como característica a oferta de produtos mais acessíveis. O Disco, assim como no caso da Sendas, tinha produção própria de hortifrutigranjeiros, com fazendas em Minas Gerais e no estado do Rio de Janeiro, no município de Paraíba do Sul (RJ), além de uma fábrica de embutidos (frios, linguiças etc.).

Há relatos de que a rede Disco fora a maior rede de supermercados do Rio de Janeiro até a década de 1980. No final desta década, era considerada a terceira maior rede de supermercados no Rio e a sétima no ranking nacional, com um total de 54 lojas (JORNAL DO BRASIL, 1989, p.16). Porém, foi também nesta época que houve registros em reportagem de que a empresa havia entrado com um pedido de concordata preventiva devido ao acúmulo de dívidas, “no valor de NCzS 60 milhões” (JORNAL DO BRASIL, 1989, p. 16). Embora ainda na década de 1970 o GPA tenha tentado comprar o Disco (JORNAL DO BRASIL, 1978a, p. 18), ele foi vendido apenas nos anos 1990 para a rede Paes Mendonça⁸³. Filho de camponeses sergipanos, Mamede Paes Mendonça criou uma das maiores redes do país, durante muito tempo a maior da região Nordeste, tendo também se expandido no município do Rio de Janeiro (JORNAL DO BRASIL, 1973, p. 32). Após contrair uma enorme dívida com o estado, foi comprada pelo GPA. Suas 19 lojas foram divididas entre as bandeiras Extra e Pão de Açúcar, do grupo que as adquiriu (DIARIO DO GRANDE ABC, 1999).

Mesmo antes da aquisição pelo proprietário da Casa do Charque, ainda na década de 1950, seu primeiro proprietário, em associação com empresários locais, abriu redes semelhantes no Uruguai e na Argentina (JORNAL DO BRASIL, 1959, p. 4; JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28). Em ambos os países, há ainda lojas com este nome, embora não tenha sido possível confirmar a quem atualmente pertencem. Segundo o sítio eletrônico da rede uruguaia, porém, a primeira loja

⁸³ Embora tenha sido uma importante rede na cidade, optou-se por não realizar a pesquisa sobre o Paes Mendonça, visto não ser originária deste município ou estado, mas sim da região Nordeste.

data de 1960, com capitais 100% uruguaias⁸⁴. Não fica explícito, mas o texto no site dá a entender que, nos anos 1990, ocorreu uma transação entre o Disco com o grupo Casino. Já na Argentina, a loja Disco parece fazer parte do grupo Cencosud⁸⁵, e seu braço comercial chegou a ter participações em outros continentes, especializando-se no mercado africano, com destaque para Angola, que administra um hipermercado.

3.3.1.2 Peg-Pag

O Peg-Pag foi uma das mais importantes organizações supermercadistas do país. A primeira loja inaugurada pela rede paulista foi em 1954, constando na bibliografia como a segunda loja de autosserviço instalada no país. No Rio de Janeiro, a primeira unidade inaugurada foi em 1963, na rua Visconde de Pirajá, em Ipanema, e na sequência (sem haver informação precisa sobre datas) outras três lojas foram inauguradas nos bairros Leblon, Copacabana e Grajaú. Em 1965, inaugurou-se uma loja-âncora no Shopping Center do Meier (VAREJO EM DIA, 2018b).

Em 1973, o Peg-Pag foi comprado pela Souza Cruz. Alguns anos depois, em 1978, a bandeira foi comprada pelo Pão de Açúcar, tendo esta compra um papel importante da entrada da rede na capital fluminense (JORNAL DO BRASIL, 1978d, p.17). Segundo uma reportagem de 1978, o Peg-Pag contava com 24 lojas em São Paulo, 13 no Rio e uma no Paraná.

Após a recente compra do Superbom (Grupo Matarazzo) e depois de já ter incorporado a Eletoradiobraz, o Grupo Pão de Açúcar anunciou ontem a aquisição [...] da rede de supermercados Peg-Pag. A operação, para o Ministro da Fazenda Mário Simonsen, não implica risco de monopólio pois, “ao contrário, traz a vantagem de o grupo penetrar no Rio de Janeiro, acirrando a concorrência do setor. O Diretor Administrativo do Pão de Açúcar, Luis Carlos Bresser Pereira, explicou que “a compra da rede Peg-Pag significa, para o Grupo, sua entrada no mercado do Rio. Não tínhamos realmente nenhuma participação no Rio e, agora, estamos finalmente nesse grande mercado. Também ainda temos esperança de ficar com a rede de supermercados Disco” (JORNAL DO BRASIL, 1978d, p. 16-17).

3.3.1.3 Casas da Banha

A Casas da Banha foi fundada no ano de 1955. Originalmente, era local de compra de atacado especializado em um só produto: banha. Há divergências nas fontes sobre quando teria

⁸⁴Disponível em: <https://www.disco.com.uy/rr-hh>

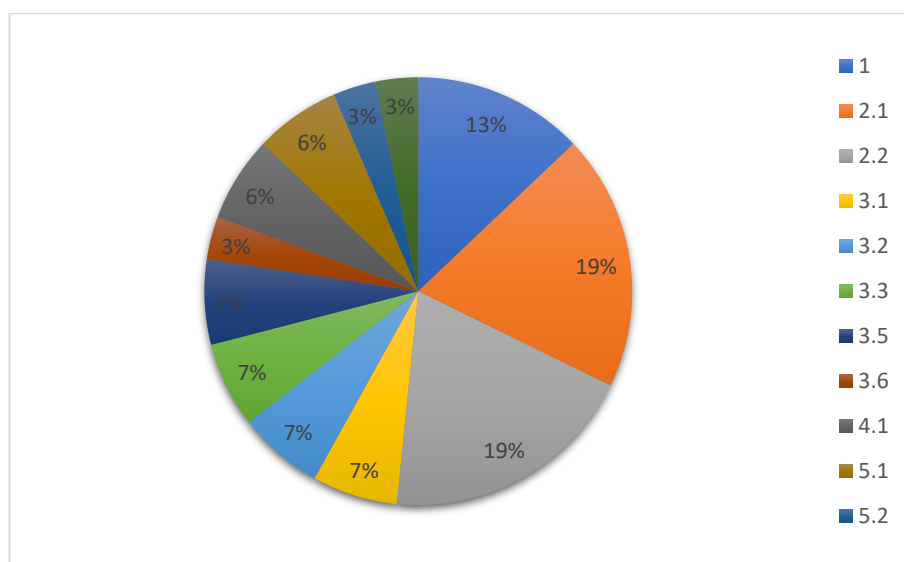
⁸⁵Disponível em: <https://www.disco.com.ar/Login/PreHome.aspx>

surgido seu primeiro supermercado, se em 1966, no bairro da Tijuca (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020b, p.19), ou em 1968 (ABRAS, 2002, p.107). Seu fundador era de origem humilde, do município de Bom Jardim, região serrana do estado. O jovem Climério Veloso, que ficou órfão aos 16 anos, revendia pão, frango e ovos em sua cidade de origem. Ao chegar na capital, foi trabalhar num armazém no morro do São Carlos, no bairro Estácio de Sá, e foi mudando de emprego sempre na área de alimentos. Após servir na 2ª Guerra, abriu no Rio um armazém no mesmo morro em que antes residia. O comércio cresceu até que, em 1955, nasceu a Casas da Banha, considerado posteriormente um “império do setor supermercadista” (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020b, p.19-20).

Nos anos 1970, houve um expressivo crescimento da empresa. Era da Casas da Banha a loja “Porcão”, hipermercado inaugurado em 1972, nas margens da Avenida Brasil, próximo ao Mercado São Sebastião. Consta em uma reportagem da *Revista Super Negócios* que este teria sido o primeiro hipermercado da América Latina (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020b, p.19). Porém, tem-se também o registro de que, em 1971, o GPA inaugurou o Jumbo, sendo este o primeiro hipermercado, pelo menos, do país. O prédio está fora de operação desde a década de 1990, até hoje. Ainda nos anos 1970, houve a compra de vários mercados, como os Supermercados Mercì, em 1977, e os Supermercados Ideal, em 1979 (JORNAL DO BRASIL, 1979, p. 3). Nos dados de 1978, a Casas da Banha apareceu como a segunda maior varejista em número de lojas, com um total de 31, perdendo apenas para Mar e Terra, com 34.

Em meados dos anos 1980, a rede chegou a contar com cerca de 224 lojas distribuídas pelo país e 18 mil empregados (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020b, p.19), e foi, por alguns anos, a segunda maior cadeia do Brasil (JORNAL DO BRASIL, 1986d, p. 37). Além de lojas nos principais municípios da Baixada Fluminense, também se expandiu para outro estado, como São Paulo, e a cidade de Belo Horizonte. Houve até um escritório de representação em Paris e um minimercado de artigos brasileiros (JORNAL DO BRASIL, 1976c, p. 6). Foi também a primeira marca a lançar uma loja aberta por 24 horas, localizada em Copacabana (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020b, p. 21). Em 1978, mudou a sua marca, que passou a se chamar Supermercados CB (JORNAL DO BRASIL, 1978f, p.19). De acordo com os dados deste ano, a Casas da Banha contabilizava 31 lojas, 12 delas na AP2, nove na AP3, quatro em cada uma das AP1 e AP5 e duas na AP2.

Gráfico 17 – Lojas da Casas da Banha por RP (1978)



Fonte: *Jornal do Brasil* (1978e, p. 6).

O supermercado era parte de um conjunto de 16 empresas, sendo seis indústrias, três supermercados, três concessionárias de automóveis, duas empresas de investimentos, uma empresa de *leasing* e uma de publicidade (JORNAL DO BRASIL, 1978b, p. 20). Uma reportagem de 1974 mencionou casos de superfaturamento, sonegação de impostos e problemas com a prefeitura:

Os Cr\$ 15 milhões que as Casas da Banha terão de recolher aos cofres estaduais, referentes ao Imposto de Circulação de Mercadoria [...] são a maior importância já cobrada pela fiscalização do ICM na Guanabara [...]. tramitam no momento cinco processos envolvendo a mesma empresa, todos relativos ao ICM. [...] Há muito tempo a empresa Casas da Banha não fazia o estorno regulamentar do ICM [...]. O primeiro auto contra as Casas da Banha foi lavrado em 1968 [...] (JORNAL DO BRASIL, 1974b, p.12).

Em 1992, suas lojas começaram a encerrar suas operações. Por fim, após problemas, a marca decretou falência, em 1999.

3.3.1.4 Sendas

O caso da Rede Sendas é desses que remonta, em sua origem, a pequenos estabelecimentos comerciais, assim como a Casas da Banha. O pontapé inicial desta, que foi uma das maiores redes

no Brasil, começou como um armazém, o Transmontano, inaugurado em 1924, no município de São João de Meriti, baixada fluminense (ABRAS, 2002, p.139). Fundada em 1960, o grupo Sendas atuou por muitos anos no estado do Rio, tendo sido também por muito tempo sua empresa com maior faturamento (JORNAL DO BRASIL, 1984, p. 20; SILVA, 2012, p. 9). Na década de 1970, sentindo já a expansão do Pão de Açúcar, também começou a adotar a estratégia de compra de redes: em 1978, a Rede Sendas comprou a já mencionada Mar e Terra, à época o maior grupo de supermercados cariocas (JORNAL DO BRASIL, 1978b, p. 20).

Em alguns anos da década de 1980, foi considerada a maior cadeia de supermercado do Rio de Janeiro e a segunda maior do país, assim como o Casas da Banha. Arthur Sendas foi inclusive presidente da Abras, de 1987 a 1990, segundo o site da associação. Em um período de sua trajetória, chegou a investir na produção em fazendas, com uma extensa propriedade no município do Magé, que contou com a criação de gado, porco e hortifrutigranjeiros (JORNAL DO BRASIL, 1986e, p.12).

Ao longo dos anos 1990 e início dos 2000, o grupo adquiriu outras redes como estratégia de crescimento, como o Três Poderes, em 1999. Nesta época, ela seguia como a maior rede do Rio; a nível nacional era a quarta e já sentia a força crescente da presença do capital internacional. Arthur Sendas afirmava que não se uniria a uma multinacional. Uma reportagem do *Jornal de Brasil*, de 2000, de título “Um alerta contra os monopólios”, afirma que esta seria a última coisa que faria na sua vida; em 2002, eram 84 lojas da rede (ABRAS, 2002, p.139). Porém, a partir de 2003, até 2011, foi sendo adquirida pela CBD que por um certo tempo manteve a marca Sendas, o que só veio a se desfazer alguns anos posteriores à aquisição.

A partir de abril de 2004 após um acordo com a CBD e a Casino, passou a ser administrada pelo Grupo Pão de Açúcar, ganhando fôlego para se reestruturar e ampliar suas atuações no estado do Rio de Janeiro. Esse acordo de *joint venture* entre Sendas e CBD mostra uma estratégia utilizada pelas grandes empresas para se aproximar a marca dos considerados interessantes, sem investir grandes quantidades de capital assumindo por completo o controle de outra empresa. No Estado do Rio de Janeiro, a Sendas é a empresa de maior faturamento e tem marca consolidada com mais de 40 anos de história (SILVA, 2012, p. 9).

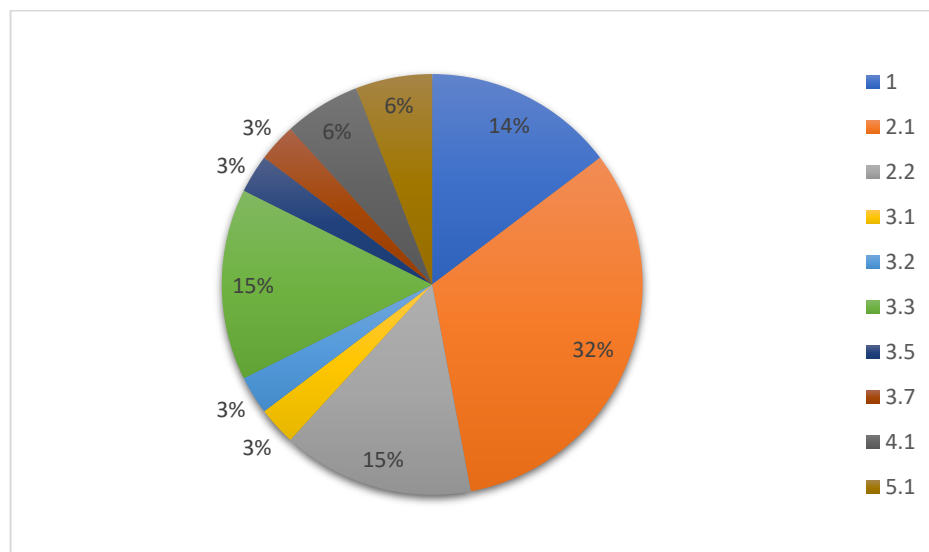
3.3.1.5 Organizações Mar e Terra

Uma reportagem de 24 de maio de 1971 dizia que as organizações Mar e Terra era o mercado com maior presença na zona norte e afirmava que esta região da cidade: “[...] já aceita

bem os modernismos introduzidos nos supermercados e somente este ano o Mar e Terra estará inaugurando mais quatro auto-serviços, todos na Zona Norte”. Reportagem de 1972 indicava a existência de 27 lojas (JORNAL DO BRASIL, 1972b, p. 60), ou seja, houve o acréscimo então de mais sete novas lojas em um intervalo de cerca de seis anos. Segundo o registro publicado no *Jornal do Brasil*, de 1978, tomado aqui como uma das nossas principais fontes, os Supermercados Mar e Terra eram a rede com o maior número de lojas. O Mar e Terra localizava-se sobretudo na AP2, mas se fazia presente em todas as áreas da cidade (JORNAL DO BRASIL, 1978e, p. 6).

Uma reportagem de 1971 (JORNAL DO BRASIL, 1971a, p. 6) comentou a decisão de lojas do Mar e Terra abrir em horário noturno, em duas de suas lojas, uma na Praça do Lido, em Copacabana, e a outra na Rua Visconde de Pirajá, em Ipanema. Há registros de lojas da rede em bairros como Bonsucesso e na Ilha do Governador, onde fora construída uma loja em formato de hipermercado, inaugurada em 1973, classificada por uma reportagem da época como o “primeiro supermercado da Ilha do Governador [...] o requinte e o conforto chegando na Ilha [...]” (JORNAL DO BRASIL, 1973b, p. 9).

Gráfico 18 – Lojas do Mar e Terra RP (1978)



Fonte: *Jornal do Brasil* (1978e, p. 6).

Em 1978, as Casas Sendas assumiram o controle acionário dos Supermercados Mar e Terra, ação considerada por uma reportagem escrita neste ano como uma “[...] resposta do maior grupo

de supermercados carioca à ofensiva da maior cadeia de supermercados do país, a do Pão de Açúcar, de São Paulo”. A aquisição se deu um pouco depois que a loja paulista havia adquirido o grupo Peg-Pag e o supermercado Superbom (JORNAL DO BRASIL, 1978b, p. 20).

3.3.1.6 Supermercados Rainha

Os Supermercados Rainha foram fundados por imigrantes portugueses, tendo iniciado suas atividades em 1956, com uma pequena mercearia chamada “Rainha da Penha”, no bairro de Vista Alegre. No ano seguinte, a família já abriu uma segunda loja na Pavuna, bem como outras filiais em outras localidades. Foram, com o tempo, transformando as lojas em autosserviço. Analisando-se as reportagens de jornais, fica notório que o Supermercado Rainha tinha uma atuação mais proeminente na zona norte e na Baixada Fluminense. Uma reportagem de 1990 afirma que o Rainha tinha “fama” de supermercado que vendia barato, chegando ao ponto de fornecer produtos para concorrentes, como o Carrefour. No final da década, em 1988, a rede registrou um total de 15 lojas, sendo a 16ª maior rede de supermercados brasileiros em faturamento (JORNAL DO BRASIL, 1990a, p. 37).

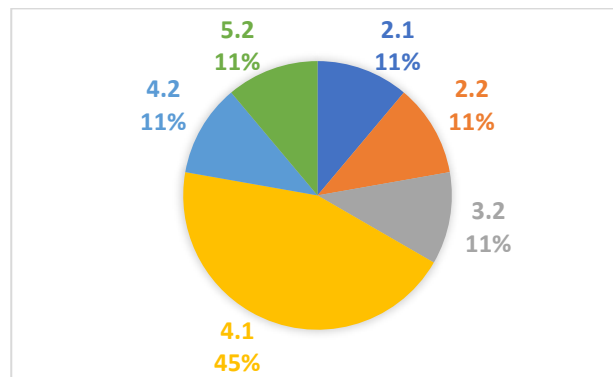
Assim como em outros casos, os supermercados Rainha constituíam-se como um empreendimento familiar. Na verdade, a família possuía, além do Rainha, as firmas Dallas, Continente e Intercontinental (LAVINAS; NABUCO, 1992, p. 49), e cada rede era gerida por um integrante da família. Em 1999, interessado em clientes de classes mais populares, o Carrefour adquiriu as redes Rainha, Dallas e Continente. Das supermercadistas da família, manteve-se apenas a Intercontinental, ainda hoje existente chamada apenas de “Inter”. Uma reportagem de 1999, no *Jornal do Brasil*, aponta o total de 15 lojas físicas, estando na 20ª colocação do Ranking Abras e sendo o quarto maior grupo do estado do Rio.

Essa mesma matéria apresenta detalhes da negociação da compra do Rainha pelo Carrefour, a maior varejista do país considerando o ano de 1999: “[...] só se compra muito quando a crise está rondando; quem não tem diferencial e não vender agora, pode ficar com um mico nas mãos”, afirma a matéria (JORNAL DO BRASIL, 1999b, p. 11). Após a compra, algumas lojas chegaram a ser devolvidas pelo grupo francês à família. Com as lojas, um dos familiares fundou nova rede supermercados, a Prezunic, que acabou sendo vendida, em 2011, para a empresa chilena Cencosud (EXAME, 2014).

3.3.1.7 Supermercado Três Poderes

Assim como outros supermercadistas, o Supermercado Três Poderes originou-se de uma família de descendência portuguesa. Fundada por Artur Rodrigues Fontes, os dados de 1978 indicam que, contando com nove lojas, sua presença era predominante na AP4, principalmente na 4.1, em bairros como Vila Valqueire, Praça Seca, Taquara e outras localidades de Jacarepaguá, também Irajá e na Cidade de Deus. Duas de suas lojas eram na zona sul e nas proximidades.

Gráfico 19 – Lojas Três Poderes por RP (1978)



Fonte: *Jornal do Brasil* (1978e, p .6).

Uma reportagem de 1989 registra que o Três Poderes era o 20º maior supermercado no país e o nono no ranking carioca (JORNAL DO BRASIL, 1989b, p. 5). Em outra reportagem dos anos 1990, comenta-se sobre a expansão de grupos médios, como o caso do Supermercado Três Poderes: “[...] É importante crescer para sair desse clima de pessimismo” afirma na reportagem um representante da empresa (JORNAL DO BRASIL, 1990a, p. 37). Em 1990, a rede tinha 11 lojas (JORNAL DO BRASIL, 2008, p. 6). Em 1999, o grupo Sendas comprou o Três Poderes, à época com 17 lojas e 28ª colocada no ranking nacional, como parte da sua estratégia de expansão na capital fluminense. Considerando-se que, anos depois, A Sendas foi comprada pelo grupo Pão de Açúcar e que o Três Poderes era um supermercado com maior presença em regiões que não a zona sul da cidade, é provável que suas lojas tenham se convertido, com o tempo, na Rede Extra, bandeira do GPA com maior penetração na zona norte. Conforme reportagem da *Folha de Londrina* (1999), a compra contou com aporte significativo do BNDES e servia para demonstrar que a rede brasileira seguia firme frente ao movimento de internacionalização do setor. Segundo outra reportagem,

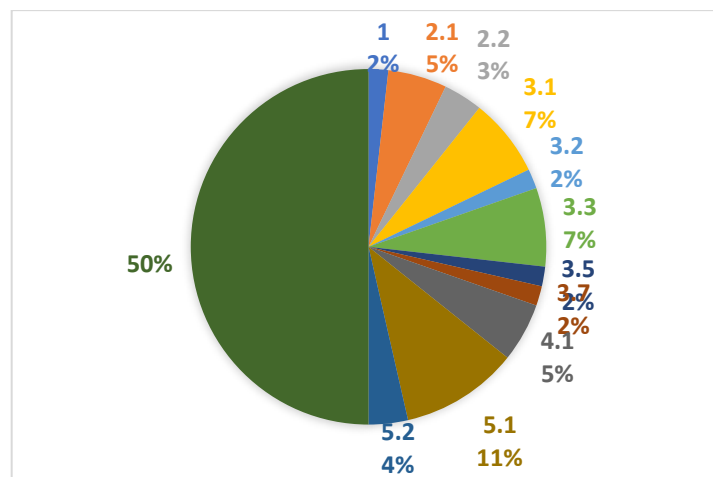
A aquisição da rede Três Poderes [...] pelo grupo Sendas, que detém a quarta maior rede de supermercados do país, acirrou a disputa entre as cinco maiores cadeias do Brasil. A rede Sendas ficou agora muito próxima do Bompreço, terceiro colocado, que domina o mercado do Nordeste. Carrefour e Pão de Açúcar seguem respectivamente em primeiro e segundo lugares no ranking elaborado pela Abras. [...] Além de encostar no Bompreço, o grupo fluminense se distancia do quinto colocado no ramo, o português Soane (JORNAL DO BRASIL, 1999c, p. 17).

3.3.1.8 Supermercado Leão

Há poucas menções ao Supermercado Leão, o que impede de realizar um perfil mais detalhado de sua trajetória. Porém, nos dados de 1978, a rede apareceu como a terceira maior em número de lojas, com um total de 28, quando se notou que sua marca era uma presença significativa nas AP 3 e AP 5, com 11 e oito lojas, respectivamente. Assim como no caso do Três Poderes, é possível afirmar que muitas aparições sobre esta rede remetem a casos como de furto e outras problemáticas correlatas. Por exemplo, ao narrar um importante episódio no ano de 1980, quando se registaram filas para a compra de feijão, há citações tanto dos Supermercados Leão como do Três Poderes, já que estas eram redes com importante entrada em regiões mais periféricas da cidade. Nestes locais, pelas reportagens, parece ter ocorrido ali mais expressivamente a ausência deste produto (JORNAL DO BRASIL, 1980b, p. 7).

Joaquim de Oliveira Jr., dos Supermercados Leão, chegou a ser presidente da Asserj (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28). O supermercado Leão é citado em muitos registros de casos de violência em algumas de suas lojas, como a localizada na Vila Kennedy, e uma em Campo Grande. Há também reportagens comentando saques em sua loja na Cidade de Deus.

Gráfico 20 – Lojas Leão por RP (1978)



Fonte: *Jornal do Brasil* (1978e, p. 6).

3.3.2. As principais redes de supermercados dos anos 2000 até os dias atuais

O processo de concentração e internacionalização verificado no Capítulo 1 também se expressou na capital fluminense, conforme percebido nos itens acima, que apresentam dados históricos de muitas redes que acabaram sendo adquiridas por outras maiores. Uma reportagem de 1990 relata as estratégias de algumas varejistas para se manterem em bom funcionamento frente ao crescimento de grandes do setor. Segundo a matéria:

Os supermercados de pequeno e médio portes do Rio de Janeiro não fazem o estardalhaço dos gigantes do setor, os hipermercados, mas em silêncio conseguem garantir uma boa fatia do mercado. [...] Rainha, Real do Éden e Três Poderes são apenas alguns nomes de grupos bem-sucedidos que mostram o vigor deste segmento. Todos surgiram de pequenos armazéns, fundados por portugueses que trouxeram de longe a vontade de vencer e com o tempo foram descobrindo alguns ingredientes importantes para acrescentarem às suas receitas de sucesso. [...] Empresas de capital fechado, esses supermercados **guardam a sete chaves a quantas andam seus lucros** [...] (JORNAL DO BRASIL, 1990a, p. 37, grifos nossos).

O que se verificou ao longo dos anos 1990 foi a aquisição da maioria das bandeiras existentes. Nesse período mais recente da história, a expansão das redes de supermercado foi acompanhada do desaparecimento de lojas importantes ao longo da história da cidade, como são os casos de Casas da Banha, Casas do Charque, Mercearias Nacionais, Disco, Peg-Pag, Avelino Tôrres, Casas Nelson, Paes Mendonça e Sendas. Este último foi um dos últimos grandes mercados de capital nacional a ser incorporado por uma rede internacional. Nota-se, por essa reconstituição histórica, o quanto a rede, antes de ser adquirida, investiu na compra de outras varejistas, como estratégia para fazer frente ao crescimento dos grupos maiores que ela.

Embora muitas redes tenham desaparecido nesse processo de aquisição, percebe-se, pelos dados atuais, que não há uma completa hegemonia das grandes corporações internacionais do setor no varejo carioca. Pelo contrário, é notória a presença de um grupo significativo de redes, com importante atuação na cidade e amplamente conhecidas da população. Assim, uma das principais inferências a ser destacada aqui é a permanência de um perfil oligopólico com franja. Embora, obviamente, algumas das redes analisadas nem de longe se configuram como pequenas, e menos ainda alternativas, também não podem ser compreendidas como corporações.

Se as redes mencionadas na matéria de 1990 não existem mais, por outro lado, uma das estratégias ressaltadas pela matéria – de não divulgação de lucros – parece permanecer. Em análise dos dados nacionais, a presença destas redes cariocas (e também as fluminenses) é cada vez menor.

Considerando-se que esse ranqueamento é autodeclaratório, as atuais redes cariocas têm optado por não declarar seus números de faturamento. Uma das hipóteses seria a estratégia de não tornar público para os seus concorrentes seus faturamentos, inclusive em casos de prejuízo. É possível também que o elemento associativista, bastante presente no estado, como será visto, mascare os dados. Segundo o presidente da Asserj, em evento remoto⁸⁶, o estado do Rio de Janeiro tem como peculiaridade a força de redes regionais. Porém, essa ausência de importantes redes no ranking gera o vazio de uma importante informação e torna difícil algumas análises precisas sobre a situação do varejo nessa cidade em termos de faturamento. Numa análise comparativa entre 2003 e 2020, o RJ pulou, da segunda posição, com faturamento de cerca de 6 milhões, para a 6ª posição, com cerca de 19 milhões. Comparando-se com os dados do estado de São Paulo, seria como se o estado do Rio tivesse triplicado o faturamento, enquanto em São Paulo é quase seis vezes maior o faturamento entre 2003 e 2020.

Tabela 13 – Brasil: participação dos estados no faturamento do autosserviço, 2003 a 2020.

2003				2020			
Clas	UF	Faturamento bruto (R\$)	Participação (%)	Clas	UF	Faturamento bruto(R\$)	Participação (%)
1	SP	22.960.029.068	39,0	1	SP	125.527.002.665	34,6
2	RJ	6.336.187.729	10,7	2	MG	41.941.502.576	11,6
3	RS	5.612.147.851	9,5	3	RS	38.560.321.621	10,6
4	MG	4.151.188.185	7,1	4	PR	36.040.397.084	9,9
5	PR	3.745.074.670	6,4	5	SC	27.279.108.786	7,5
6	BA	2.593.846.494	4,4	6	RJ	19.215.863.231	5,3
7	PE	1.833.275.546	3,1	7	MA	13.335.936.638	3,7
8	SC	1.766.253.724	3,1	8	CE	8.294.504.591	2,3
9	PA	1.604.943.597	2,8	9	BA	7.370.386.789	2
10	DF	1.600.770.365	2,7	10	PA	6.638.207.298	1,8
11	GO	993.291.050	1,7	11	RN	4.689.657.775	1,3
12	ES	896.587.852	1,5	12	DF	4.261.753.423	1,2
13	CE	789.852.218	1,3	13	MS	4.193.451.618	1,2
14	SE	744.817.384	1,3	14	PE	3.930.012.436	1,1
15	RN	627.291.555	1,1	15	GO	3.886.334.693	1,1
16	AL	439.050.155	0,7	16	PI	3.830.907.528	1,1
17	PB	386.996.428	0,7	17	PB	2.908.164.230	0,8

⁸⁶ Evento SA Varejo Webinar Series 20, realizado em 2 de outubro de 2020.

18	PI	346.792.507	0,6	18	MT	2.842.672.790	0,8
19	MT	314.890.809	0,5	19	AL	1.622.708.578	0,4
20	AM	255.140.546	0,4	20	AC	1.547.397.223	0,4
21	MA	243.219.042	0,4	21	ES	1.314.436.906	0,4
22	MS	224.080.224	0,4	22	AP	900.408.452	0,2
23	RO	169.780.610	0,3	23	SE	898.403.995	0,2
24	TO	80.810.676	0,1	24	TO	796.711.820	0,2
25	AC	79.138.475	0,1	25	RO	506.109.966	0,1
26	AP	44.830.101	0,1	26	AM	310.093.308	0,1
27	RR	4.662.854	0,01	27	RR	-	-
Total		58.844.949.715	100	Total		362.642.456.020	100

Fonte: Cleps (2005, p.108); Abras (2021).

As tabelas abaixo apresentam os grandes varejistas, cujo registro foi feito no estado do Rio de Janeiro. Primeiramente, chama a atenção o fato de a lista ser liderada por uma marca de lojas de conveniência. No geral, a disseminação dessas lojas é acessória à disseminação dos supermercados e geralmente comercializa produtos industrializados, especialmente os ultraprocessados. Essas lojas também apresentam crescimento expressivo na década de 1990, quando saltaram de 480 lojas, em 1990, para 800, em 1997, e 1200, em 1998 (SINDCOM, 2015 *apud* LEDA, 2017, p.77). A AM/PM Comestíveis Ltda., marca das lojas de conveniência dos postos de gasolina da marca Ipiranga, possui sede no Rio de Janeiro, mas sua abrangência de atuação, tal qual os postos Ipiranga, transcende o estado, o que justifica sua colocação no ranking. A loja também tem aderido à tendência de marketing de ter como público-alvo consumidores de bairro (ABF, 2018).

Ao analisar os dados entre 2008-2020, percebe-se que, mesmo algumas empresas que costumavam declarar seu faturamento o deixaram de fazer. É o caso, por exemplo, do Zona Sul e das empresas Supermercado Padrão do Fonseca - Eireli⁸⁷ e Floresta Comércio e Indústria S.A.⁸⁸, integrantes das redes Multi Market e Supermarket, respectivamente.

⁸⁷ Integra a rede cujo Nome Fantasia é Rede Multi Market

⁸⁸ Rede Supermarket

Tabela 14 - Supermercados com sede no estado Rio de Janeiro dentre as 500 maiores empresas, segundo o Ranking Abras 2010

Classificação		Empresa	Sede	Faturamento bruto 2009 (R\$)	Número de Lojas	Número checkouts	Área Venda m²
2009	2008						
6	7	PREZUNIC COMERCIAL LTDA	RJ	2.101.916.003	29	738	66.319
19	17	SUPERMERCADO ZONA SUL S.A.	RJ	853.551.341	30	252	24.102
28	25	INTERCONTINENTAL COM. DE ALIMENTOS LTDA	RJ	419.841.080	22	307	37.940
37	40	SUPERMERCADOS VIANENSE LTDA	RJ	264.322.785	17	225	13.552
40		FLORESTA COMÉRCIO IND. S.A.	RJ	250.911.811	17	183	12.125
51	49	BARCELOS E CIA. LTDA	RJ	218.723.773	9	118	10.672
124	103	SUPERMERCADO REAL DE ITAIPU LTDA	RJ	67.971.927	4	45	3.990
136		SUPERM. NOVO REGINA DE TERESÓPOLIS LTDA	RJ	60.000.000	3	27	2.000

Fonte: Revista Super Hiper (2010).

Tabela 15 - Supermercados com sede no Rio de Janeiro dentre as 500 maiores empresas, segundo o Ranking Abras 2020

Classificação		Empresa	Sede	Faturamento bruto 2019 (R\$)	Número de lojas	Número checkouts	Área Venda m²
2020	2019						
23	20	AM/PM COMESTÍVEIS LTDA.	RJ	1.980.616.391	2.377	3.565	134.893
35	35	TORRE E CIA. SUPERMERCADOS S.A.	RJ	1.125.088.516	17	291	20.000
46	71	SUPERMERCADOS ALVORADA - EIRELLI	RJ	836.035.384	22	293	30.000
57	56	BARCELOS & CIA. LTDA.	RJ	674.436.168	13	206	19.765
64	58	SUPERMERCADOS VIANENSE LTDA.	RJ	643.898.950	18	266	18.550
65	54	INTERCONTINENTAL COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA.	RJ	622.110.000	22	284	38.176
71		NAOMI COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA.	RJ	591.778.548	11	162	21.000
77	81	COSTAZUL ALIMENTOS - EIRELI	RJ	546.000.000	7	140	24.500
117	115	SUPERMERCADO REAL DE NITERÓI LTDA.	RJ	263.863.757	7	76	5.830
130	119	ATLAS DE IGUAÇU DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA	RJ	230.571.236	14	123	6.340
155	159	PAX SUPERMERCADOS LTDA	RJ	188.248.602	7	75	7.500
181	171	CAMPOS PAVANI DE MACAÉ COM. DE ALIM. LTDA	RJ	157.945.240	2	43	3.800
265	255	CRUZEIRO DO SUL MERCADO LTDA	RJ	74.854.830	2	26	2.100
329		MERCEARIA ECLIPSE DO CESÁRIO LTDA	RJ	47.400.000	3	19	200
340	339	SUPERMERCADOS CELEIRO LTDA	RJ	45.366.412	2	18	1.580

388	377	MAZA BOX MERCADO LTDA	RJ	33.861.951	1	12	850
540	554	BAR E MERCEARIA MUQUECA LTDA	RJ	14.144.235	1	5	382
588	573	R. B. BERTOLOTO & CIA LTDA	RJ	11.800.000	1	5	500
603	595	MERCEARIA VIDAL - EIRELI	RJ	10.800.000	1	5	400
679	668	BOMBOI MERCADO DE CARNES LTDA	RJ	7.736.332	1	3	100
697		MERCEARIA PORTOALFRED LTDA - ME	RJ	7.000.000	1	5	400
877		MERCEARIA ESCARLETI LTDA	RJ	1.600.000	1	2	200
911	893	MERCEARIA E BAR DA TERRINHA LTDA - ME	RJ	673231	1	2	250

Fonte: Revista Super Hiper (2020).

Analisando-se a tabela de 2020, após AM/PM, estão Torre e Cia. Supermercados S.A, que integram a rede Supermarket, Supermercado Alvorada, que também integra a rede Supermarket, Barcelos & Cia. LTDA – Nome Fantasia do Superbom Supermercados, do município de Campos dos Goytacazes, Supermercado Vianense e Intercontinental Com. De Alim. LTDA. A empresa Naomi refere-se às marcas Royal e Empório Royale, cuja atuação não se dá na capital, assim como a empresa seguinte, o Costazul, um mercado de porte, mas com poucas lojas na capital. Desde 1969, os supermercados do estado do Rio de Janeiro contam com uma entidade associativa, a Asserj⁸⁹. Alguns dos seus associados são os seguintes supermercados: Bramil, Campeão, Carrefour, Costazul Multimercados, Supermercados Guanabara, Intercontinental, Makro, Multi Market, Mundial, Pão de Açúcar, Prezunic, Supermercados Princesa, SuperPrix Supermercados, Rede Economia, Royal, SuperBom, Supermarket, Supermercados Unidos, Vianense Supermercados, Walmart e Zona Sul. Segundo um informativo da entidade, disponível no sítio eletrônico, a associação movimentou R\$ 30 bilhões⁹⁰ por ano na economia e registrou, em 2015, R\$ 325 bilhões de faturamento no setor. Há pouca informação disponível sobre esta entidade na internet e no seu próprio sítio eletrônico⁹¹.

De acordo com dados da RAIS/CNAE de 2018, havia na capital fluminense 19.260 estabelecimentos de alimentação, dos quais 472 eram supermercados e 89 hipermercados⁹². Para

⁸⁹ Disponível em: <http://asserj.com.br>.

⁹⁰ Nota-se que o valor disponível no Gráfico 15 é bastante inferior ao valor divulgado pela associação.

⁹¹ Optou-se, na pesquisa, por focar o estudo no ator supermercado. Vale, porém, destacar a importância crescente das lojas denominadas “Hortifruti”. Elas, inclusive, são categorizadas separadamente no registro do CNAE. Segundo dados da RAIS/CNAE, este foi um segmento que cresceu de maneira significativa e que, sem dúvida, caberia um olhar semelhante ao exercício feito com as redes de supermercado. Decerto, duas redes destacam-se no contexto carioca: a rede Varejão e a Rede Hortifruti. A primeira possui 44 unidades no MRJ⁹¹. Já a segunda apresenta 27 unidades. É notória a existência de uma sócio-espacialização dessas empresas diferenciada e complementar.

⁹² Também segundo os dados de 2018, foram identificados: 1.963 minimercados, mercearias e armazéns; 1.164 padarias e confeitarias; 192 varejistas de laticínios e frios; 906 varejistas de doce, bala e bombom; 337 açougues; 101

fins da pesquisa, trabalho com um universo do que denomino 20 principais redes supermercadistas no município do Rio de Janeiro. Foram analisadas aqui empresas com mais de 10 lojas no município, bem como as bandeiras do formato atacarejo das empresas proprietárias destas redes: Atacadão, Assaí, Carrefour, SuperPrix, Inter, Guanabara, Mundial, Pão de Açúcar, Campeão, Rede Economia, Prezunic, Extra, Multi Market, Supercompras, Zona Sul, Super Rede, Supermarket, Unidos, O Bom Atacadão e Mega Box. A soma de lojas destas 20 redes totaliza 452. Excetuando-se os atacarejos, há 426. Segura de que hoje deve haver mais do que 561 super e hipermercados, ainda é possível afirmar que minha amostragem é expressiva do total de lojas registradas no CNAE. A seguir, serão mostrados dados relativos a estas.

Tabela 16 - Redes de supermercados analisadas e número de lojas no município

1	Super Rede	51
2	Supermarket	46
3	Super Compras	44
4	Zona Sul	41
5	Multi Market	30
6	Extra	25
7	Rede Economia	24
8	Prezunic	24
9	Campeão	21
10	Guanabara	20
11	Pão de Açúcar	19
12	Mundial	19
13	Inter	17
14	SuperPrix	14
15	Assaí	13
16	Unidos	12
17	Atacadão	9
18	Carrefour	4
19	O Bom Atacadão	1
20	Mega Box	1

Fonte: elaboração própria.

peixarias; 472 varejistas de hortifrutigranjeiros; 25 lojas de conveniência; 1.314 lojas de produtos alimentícios não especificados; 4.537 restaurantes; 1.454 bares; 5.321 lanchonetes; 143 ambulantes; 431 cantinas; 339 estabelecimentos de alimento preparado para consumo domiciliar e 182 feiras livres.

3.3.2.1 As redes Pão de Açúcar, Extra, Carrefour e Prezunic

Para cada uma dessas quatro bandeiras, relativas a três grupos empresariais internacionais (CBD/GPA, Carrefour e Cencosud), seria possível elaborar um trabalho próprio. Com isso, quero dizer que as informações aqui são um recorte, no qual priorizo aquelas relativas às suas trajetórias no município do Rio de Janeiro. Estas quatro redes de supermercados, com diferentes presença significativa na capital fluminense, são integradas em capital internacional e poderiam ser classificadas como corporações do varejo.

A Rede Pão de Açúcar é uma empresa de origem familiar, originária da cidade de São Paulo. Em 1959⁹³, a primeira loja foi inaugurada com o nome Supermercados Pão de Açúcar (COSTA; LUZ, 2003, p. 7). A loja funcionava na modalidade autosserviço, que à época ainda era uma novidade (COSTA, 2004, p. 66-67). Desde cedo, na trajetória do GPA, outras atividades para além do varejo foram desenvolvidas. Outro interessante dado de sua trajetória é que a rede chegou a abrir filiais no exterior, ainda se constituindo como uma empresa brasileira. A maioria das fontes indica que o grupo Pão de Açúcar fora o primeiro a abrir um hipermercado no Brasil, o Jumbo, em 1971, e também o primeiro a lançar marcas próprias, nesta mesma década (VAROTTO, 2018).

Desde cedo, a compra de outras redes compôs seu portfólio de estratégias para o crescimento. Os processos de fusão e aquisição que ocorreram a partir dos anos 1990 são mais bem documentados, mas há registros de compras de outras marcas antes disso. Como exemplo, em 1965, o Pão de Açúcar comprou a rede Sirva-se, pioneira no setor (ABRAS, 2002, p.105), conforme consta no Capítulo 1. Em junho de 1976, comprou a Eletro radiobraz, chegando, à época, ao total de 162 lojas. Uma reportagem do *Jornal do Brasil* afirmou que a referida transição contou com apoio do BNDE:

A transição comercial, tutelada pelo BNDE, que já havia injetado mais de Cr\$ 400 milhões da Eletro, foi recebida com alívio pelo empresariado nacional, pois esta empresa **estava na mira de dois grupos norte-americanos** e chegou a ser cortejada pela Souza Cruz, a proprietária do Supermercado Peg-Pag (JORNAL DO BRASIL, 1978, p.18a, grifos nossos).

Essa mesma reportagem anunciou a compra da Superbom e o interesse em comprar a Disco. Conforme já relatado acima, sua chegada ao Rio se deu pela compra da Peg-Pag, em 1978. Dessa

⁹³Antes disso, em 1948, fora inaugurada a Doceria Pão de Açúcar Doces e Salgados Finos, que, em 1952, já contava com duas filiais. Esta é a data considerada como o nascimento da empresa (COSTA, 2004).

forma, o Pão de Açúcar, nos anos 1980, era considerado a maior cadeia de supermercado do país e já estava presente no Rio de Janeiro. A Companhia Brasileira de Distribuição (CBD) nasceu em 1981, a partir da fusão de diversas empresas de varejo, dentre as quais o Pão de Açúcar. Entre o final dos anos 1980 e início dos 1990, após uma forte crise, a rede perdeu o posto de maior grupo varejista nacional para o Carrefour. Ainda assim, ao longo dos anos 1990 e 2000, apresentou uma sequência de compras.

No município do Rio de Janeiro, em 1999, a CBD comprou a rede de hipermercados Paes Mendonça (que havia anteriormente comprado a Disco) (FOLHA DE SÃO PAULO, 1999)⁹⁴, à época, com cerca de 17 lojas instaladas no Rio de Janeiro, e a ABC Alimentos, em 2001 (FOLHA DE S. PAULO, 2001). Ampliou-se, portanto, a presença da CBD, no Rio de Janeiro, no mesmo ano em que a empresa se aliou à rede francesa de supermercados Casino, que apresentou, naquele ano, um faturamento de US\$ 15,1 e presença em oito países. Na América Latina, “o Casino está associado a companhias de varejo na Argentina, Colômbia, Uruguai e Venezuela” (COSTA, 2004, p.73-74). Outra aquisição-chave para sua estratégia de ampliação no Rio, especialmente na AP2, foi a da Casas Sendas que, antes de ser comprada, também comprou o supermercado Três Poderes e Mar e Terra (AGUIAR, AMIN, s/d, p.12).

Já nos anos 2000, a empresa, que era gerenciada por Abílio Diniz, filho do seu criador, entregou sua gestão à família, permanecendo apenas no conselho administrativo. Abílio Diniz é uma figura notória do empresariado brasileiro. Embora não seja possível explorar sua figura aqui, vale destacar que ele também faz parte de alguns capítulos da política brasileira, tendo sido, por exemplo, presidente do grupo e membro do Conselho Monetário Nacional, entre 1979 e 1989, e, mais recentemente, do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social. Atualmente, integra o Conselho de Administração da rival do Pão de Açúcar, o Carrefour Brasil.

Hoje, as suas duas principais bandeiras do GPA no setor de varejo alimentar são o Extra, bandeira mais direcionada para o formato hipermercados, e a bandeira Pão de Açúcar, que segue neste município mais o modelo de supermercado de vizinhança. A CBD agrega bandeiras não apenas no varejo alimentar, mas também empresas de outros segmentos, como a Casas Bahia e o Ponto Frio. A empresa também possui ações negociadas na Bolsa de Valores, constituindo-se uma empresa de capital aberto.

⁹⁴A Rede Paes Mendonça tinha cerca de 18 lojas instaladas no Rio de Janeiro.

No Rio de Janeiro, seu crescimento está associado, em grande medida, à expansão na Zona Sul e aos bairros Barra da Tijuca e Recreio. Diferentemente do Pão de Açúcar, o Extra faz-se mais presente na Zona Norte da cidade, sendo notória essa relação estratégica de complementaridade entre as duas. Outra diferença entre as duas redes é que, enquanto o Pão de Açúcar concentra suas atividades na capital⁹⁵, já o Extra tem unidades em outros municípios das regiões da Baixada Fluminense e Litorânea. Ademais destas diferenças, quanto às suas estratégias locacionais, é notória a diferença visual entre as lojas das duas redes, constituindo duas distintas paisagens alimentares (MACKENDRICK, 2014).

Imagens 7 e 8 – Pátio do supermercado Pão de Açúcar na rua Barão de Itambi, Botafogo, com FLV em primeiro plano, e do setor de FLV numa unidade Extra, no bairro Vila da Penha



Fonte: registro próprio e *Google Maps*.

Em 2021, o Assaí anunciou a compra do Extra⁹⁶. Em um contexto de empobrecimento da população e alta inflação, sobretudo de alimentos e principalmente daqueles que compõem a cesta básica, notou-se o avanço e a consolidação do modelo atacarejo em localidades periféricas da cidade, não apenas para empreendimento, mas também para pessoa física. Esse crescimento tem repercutido no desempenho dos supermercados. Um estudo feito pela Confederação Nacional do

⁹⁵Além de duas unidades no município de Niterói, nos bairros Ingá e Icaraí.

⁹⁶ Em 2021, o GPA vendeu a bandeira Extra. Considerando-se que a compra se deu no decorrer da pesquisa quando parte dos dados já havia sido sistematizada, preservei os dados desagregados entre essas duas empresas, inclusive porque, embora das 25 lojas originais mapeadas do Extra, 12 endereços tenham saído do site, as lojas continuam funcionando e ainda com a mesma bandeira (em alguns casos, o interior da loja, como a organização de produtos e seu sortimento, já foi reorganizado para o formato atacado de autosserviço).

Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), inclusive, mostrou que o formato é mais vantajoso economicamente quando comparado a hipermercados e supermercados (CNN, 2021b).

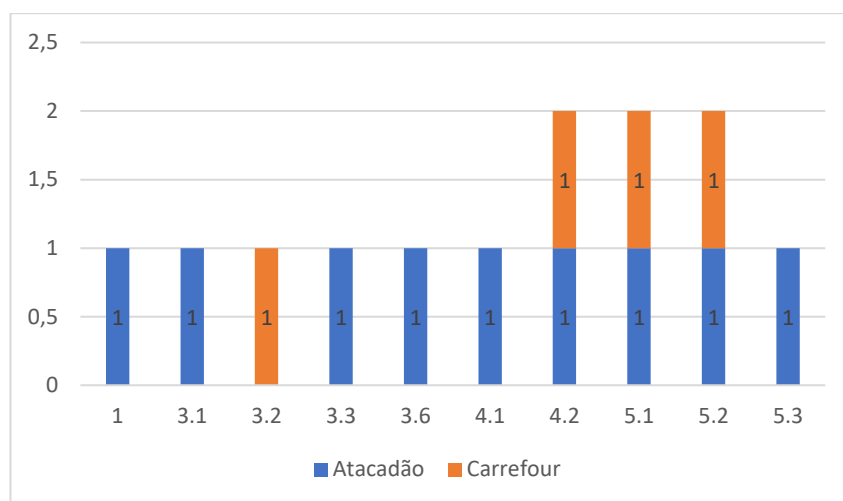
O GPA e o Carrefour apresentaram, ao longo das últimas décadas, faturamentos bastante próximos⁹⁷. Primeiro a ser colocado no Ranking Abras de 2021, o Grupo Carrefour foi o primeiro supermercado estrangeiro a chegar no Brasil. De origem francesa, criado em 1959, na cidade de Annecy, em 1975, abriu sua primeira loja no Brasil, na cidade de São Paulo, e três meses depois, já em 1976, abriu uma loja na cidade do Rio de Janeiro, no bairro da Barra da Tijuca (VAROTTO, 2018). Desde cedo, o formato privilegiado pelo grupo era o hipermercado, à época um modelo inovador, configurado por grandes lojas e variedades de produtos (VAROTTO, 2018, p. 436). Em poucos anos, essa rede francesa assumiu a liderança nas vendas e, através de um bem montado plano de expansão, iniciou a compra de pequenas redes locais. Segundo Aguiar (2009, p. 35), o grupo trouxe inovações para a relação com consumidores e fornecedores.

Um momento importante na trajetória do grupo Carrefour foi sua associação com outra marca francesa, o Promodès, em 1999. Os dois grupos já apareciam nos rankings internacionais e, juntos, passaram a ocupar a primeira posição europeia e a segunda mundial em termos de faturamento, estimado, para o mesmo ano de 1999, em US\$ 62 bilhões (ABRAS, 1999, p. 100 *apud* SAAB; GIMENEZ, 2000, p.106). Neste mesmo ano, no Brasil, o Carrefour promoveu as seguintes aquisições: HiperManaus, Planaltão, Roncetti, Mineirão, Rainha, Continente e Dallas.

Atualmente, o grupo está presente em 33 países. No Brasil, se encontra nos 26 estados e no Distrito Federal. Tal qual o GPA, que possui a marca Assaí como loja de atacarejo, o Carrefour possui no seu portfólio a marca Atacadão, empresa fundada em 1960 e comprada pelo grupo em 2007. No estado e no município do Rio de Janeiro, a marca Carrefour não apresenta uma participação muito expressiva em termos de número de lojas. Inclusive, a bandeira Atacadão ultrapassou a bandeira Carrefour em número de lojas no município. Assim como a CBD, os grupos Carrefour e Carrefour Brasil possuem ações negociadas em Bolsas de Valores.

⁹⁷ No último Ranking Abras, a empresa segregou os dados do Pão de Açúcar e do Assaí, tendo o Carrefour despontado no primeiro lugar.

Gráfico 21 - Comparativo de loja das bandeiras Carrefour e Atacadão (2021)



Fonte: elaboração própria.

Por fim, há, dentre as redes internacionais, a bandeira Prezunic, do grupo Cencosud. Enquanto nos casos de CBD/GPA e Carrefour há bastante bibliografia, inclusive um livro dedicado à história das duas (PERES; MATIOLI, 2020), isso não ocorre para o Cencosud. Criada por um dos ex-donos do grupo Rainha, segundo Santos *et al.* (2019), a primeira loja do grupo Prezunic foi inaugurada em 2002, no bairro da Benfica, e sua proposta original focava-se no setor de FLVs. Com a evolução do negócio, tornou-se uma rede de supermercados, tendo, atualmente, 24 lojas no município do Rio e outras unidades em municípios da região metropolitana. Bastante presente no município, tendo tido uma relação de concorrência com a Sendas (SILVA, 2012, p. 9), em 2011 foi adquirida pelo Grupo chileno Cencosud, um consórcio empresarial presente em vários países da América do Sul.

Em atuação no Brasil desde 2007, o Cencosud foi fundado em 1963 e é hoje considerado o maior varejista da América Latina (SANTOS *et al.*, 2019). Além da bandeira Prezunic, a Cencosud apresenta-se no Brasil sob as bandeiras Bretas, GBarbosa, Perini e Mercantil Rodrigues. Mais recentemente, o Cencosud inaugurou no Brasil uma nova bandeira de varejo, que promete entrega em até 35 minutos. O Spid35 é exclusivamente via canal digital e atendia, inicialmente, 100% on-line. Sua primeira inauguração no Rio de Janeiro foi no bairro Recreio dos Bandeirantes (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021c, p.12).

3.3.2.2 Supermercado Zona Sul

O surgimento do Supermercado Zona Sul remonta ao fim dos anos 1950 quando, em 1959, um imigrante italiano passou a oferecer produtos em uma barraca de feira na Zona Sul da cidade. A primeira loja veio alguns anos depois, em 1964, no bairro de Ipanema (ABRAS, 2002, p.140). Uma reportagem que contou a história do supermercado no sítio eletrônico da Asserj fez uma importante menção: foi nessa época que houve um crescimento substancial da Zona Sul da cidade – para além dos bairros Flamengo, Botafogo e Copacabana –, e aumento de uma “nova classe empresarial” na região em que a família comercializava (ASSERJ, 2018a):

“Garota de Ipanema” ia à praia sob os olhares de Vinicius e Tom Jobim e a Praça General Osório, transformava-se em novo centro comercial da Cidade. É nessa praça que, em 1959 movido pelo sonho de desenvolver um negócio diferenciado, voltado para clientes exigentes e de elevado padrão, e tendo por fundamentos a prestação de um excelente serviço e a oferta de produtos de qualidade, que surge o Zona Sul (ASSERJ, 2018a).

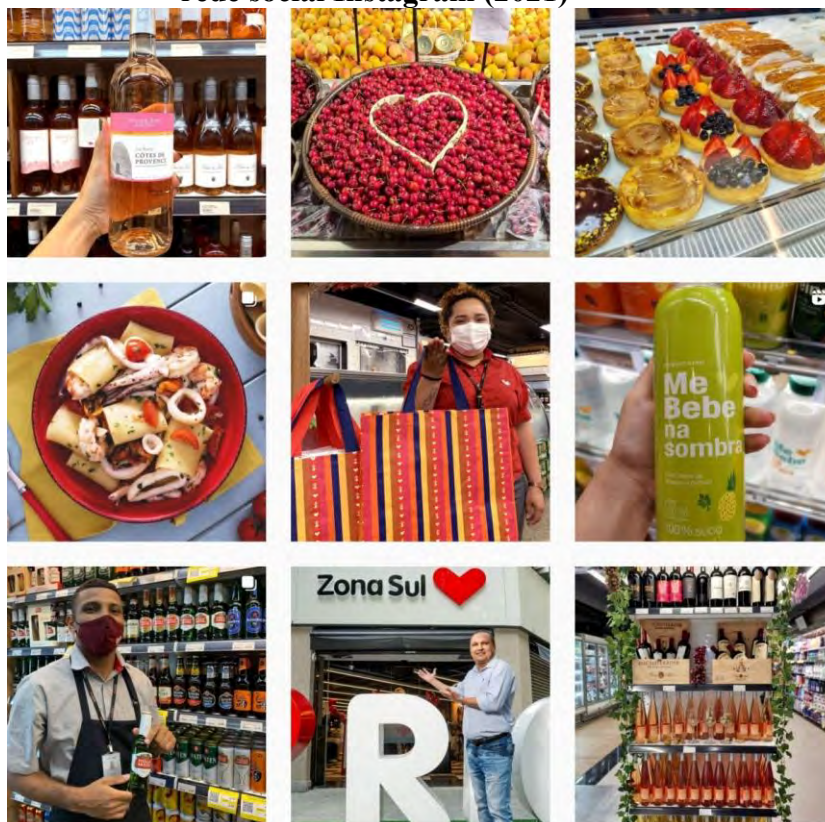
Uma das primeiras referências encontradas no *Jornal do Brasil* sobre essa rede de Supermercados é de 1984. Uma nota anunciava que a bandeira lançaria nas suas lojas a venda de carne embalada a vácuo, processo já existente nos Estados Unidos e em alguns países da Europa: “A carne chega ao supermercado limpa, desossada, sem gorduras ou pelancas, ao mesmo tempo que protegida por uma fina película plástica”. Esse interessante trecho evidencia desde aquela época em que a rede era pioneira na adoção de técnicas que desse conta de atender uma população de alto rendimento.

Segundo uma reportagem de 1990, o Zona Sul tinha sete lojas distribuídas nos bairros Leblon, Gávea, Copacabana e Ipanema (JORNAL DO BRASIL, 1990b, p.15). Entre os anos de 1989 e 2002, adquiriu mais sete lojas. Atualmente, a rede possui 41 lojas, a sua grande maioria na Zona Sul da cidade (RP 2.2.), com exceção de uma loja no centro (RP 1.1)⁹⁸ e sete lojas nos bairros Barra da Tijuca e Recreio (RP 4.2). Cova (2009, p. 49) define esta rede como de: “[...] produtos diferenciados com foco em seu público igualmente diferenciado”. Com o *slogan* “Cariocas de coração” é impossível, porém, não destacar a seletividade espacial intrínseca à rede, inclusive exposta no próprio nome da marca. A quais “cariocas” a rede se refere?

⁹⁸ Que nos últimos meses da pesquisa encerrou suas atividades.

Também é esta a rede que tem sido pioneira na incorporação de algumas inovações e tendências, por exemplo, no caso do *self checkout* e na testagem de entregas por *drones*. Suas unidades mais recentes têm adotado práticas denominadas “sustentáveis”, como a construção de paredes verdes. Em todas as unidades da loja visitadas, os produtos frescos têm lugar de destaque na loja física, e é também incomum a existência de produtos ultra-processados na parte próximas ao pagamento, algo verificado em muitas outras lojas visitadas. Apesar de o espaço das redes sociais não ter sido um elemento privilegiado na análise, é facilmente perceptível que as redes sociais deste grupo se diferenciam da maioria de outros supermercados. Ao invés de conteúdos com informações de promoções, nas redes sociais do Zona Sul, há outro apelo estético nas imagens. Há, então, paisagens alimentares diferenciadas tanto do ponto de vista físico como remoto na construção da marca Zona Sul.

Imagem 9 – Sequência de postagens disponível na página do Zona Sul Supermercado, na rede social Instagram (2021)



Fonte: Instagram @zonasulsupermercado.

Até há pouco tempo, o supermercado divulgava seus dados no Ranking Abras, e sua última aparição fora no Ranking 2018, na 22ª posição, com um faturamento de R\$ 1.774.170.570 e 38 lojas no total. Já no ranking do ano seguinte, em 2019, a loja não constou mais. Isto se coloca como o desafio para que se compreenda seu peso no setor.

3.3.2.3 Os Supermercados Guanabara e Mundial

Ambos fundados nos anos 1950, na página da Asserj se encontraram as principais informações sobre a história dos Supermercados Guanabara (ASSERJ, 2017b) e dos Supermercados Mundial (ASSERJ, 2017a). Ambas são redes consideradas “regionais”, com forte presença na capital fluminense.

Fundado na década de 1950 por portugueses, atualmente os Supermercados Guanabara possuem 26 lojas, das quais 20 na capital. As demais localizam-se em municípios da região metropolitana do estado: Duque de Caxias, Itaguaí, Niterói, Nova Iguaçu, São Gonçalo e São João de Meriti. Uma estratégia famosa da rede é a organização de semanas comemorativas promocionais, como a “Semana da Beleza” e a “Semana da limpeza”, e a mais famosa, a semana comemorativa da rede, o “Aniversário Guanabara”, momento promocional em que se celebra o aniversário da loja, sendo um marco da cidade e chegando a ser tema de piadas e brincadeiras nas redes sociais, devido ao aglomerado de pessoas que vão à loja nesta época.

Segundo Asserj (2017b), o “Aniversário Guanabara” chega a ser um dos assuntos mais comentados nas redes sociais. Maia e Machado (2015, p.110) relatam, inclusive, que em 2011 a aglomeração na loja era tamanha que atrapalhou todo o trânsito do município de Niterói, tendo a prefeitura entrado na justiça contra a loja. Após o episódio, empresa e prefeitura planejam anualmente um esquema especial de trânsito. As autoras destacam, inclusive, que surpreende o número de vídeos disponíveis na plataforma Youtube com imagens feitas durante o Aniversário Guanabara. Um evento que seria “supostamente banal” atrai milhares de pessoas e teve, em 2015, mais de 2.000 vídeos publicados (MAIA; MACHADO, 2015, p.111).

A imagem abaixo é um retrato de como o Guanabara está presente e vinculado ao imaginário carioca. A obra “Proteção” compôs a exposição “Crônica Cariocas”, do Museu de Arte do Rio, na zona central da cidade. Sua obra retrata a “carteira” de um/a carioca, evidenciando a tradição de guardar “Santinhos” ademais de alguns cartões. Nota-se que três dos quatro cartões

expostos relaciona-se com políticas públicas: o Cartão do Bolsa família, o cartão de acesso à política municipal equivalente, o Família Carioca, e o “Bilhete Único”, que permite o acesso a transportes coletivos e realiza integrações entre ônibus e outros modais com preços promocionais. O quarto e último cartão é, justamente, o *Guanabara Card*. Por diversas vezes, o supermercado foi eleito o número 1 como a “A Cara do Rio”, em uma pesquisa promovida pela Globo e a *Troiano Branding*, de acordo com as redes sociais da empresa.

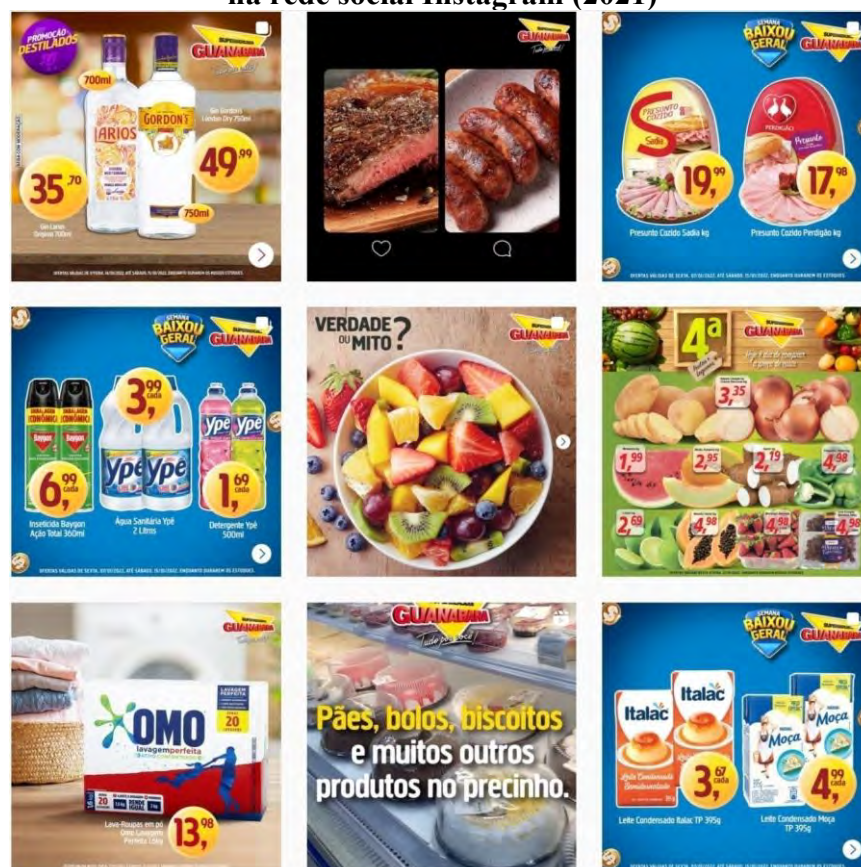
Imagem 10 – Obra de arte “Proteção” (2020), de Walace Prato, na exposição Crônicas Cariocas, no Museu de Arte do Rio



Fonte: Ilustração da autora

Sob o ponto de vista dos produtos, a rede mescla, em suas extensas lojas, produtos de marca líder com aquelas mais populares, o que permite à rede contemplar um espectro amplo de consumidores. Essa característica é salientada em Soares (2006) e também percebida em pesquisa de campo. Diferentemente do Zona Sul, o Guanabara organiza suas redes sociais, tendo como prioridade a divulgação de descontos e das supracitadas semanas comemorativas. Também é significativamente diferente o tamanho médio de suas lojas, quando comparadas às da Zona Sul, sendo normalmente caracterizada por grande extensão. Além da inserção em redes sociais, o Guanabara tem expressiva inserção de propaganda em canal aberto de rede de televisão e rádios.

Imagem 11 – Sequência de postagens disponível na página do Supermercado Guanabara, na rede social Instagram (2021)



Fonte: Instagram @supermercadosguanabara

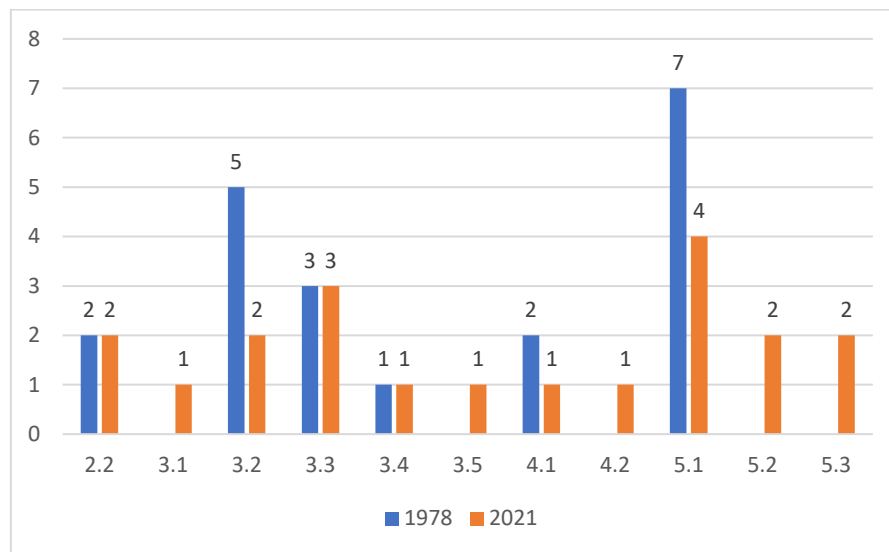
Além do Guanabara, o Mundial é também um supermercado de muita referência para a população carioca, com algumas aproximações com o Guanabara. Com o *slogan* “O menor preço total”, os Supermercados Mundial atuam no Rio de Janeiro desde 1943, quando era um pequeno armazém na Avenida Presidente Vargas, região central da cidade. Porém, em decorrência das transformações urbanas que ainda ocorriam nos anos 1940, naquela região, a loja foi demolida para dar lugar a um viaduto e transferiu-se para o bairro da Tijuca, na Rua do Matoso (ASSERJ, 2017a). Alguns anos depois, em 1946, a loja foi adquirida por dois irmãos e, com os anos, a sociedade incorporou outros integrantes, constituindo então a rede.

Atualmente, são 20 lojas e apenas uma fora da capital, localizada em Niterói. Nota-se que a rede não investe efusivamente na expansão de novas unidades, visto que alguns anos antes, em 2017, possuía 18 lojas na capital (ASSERJ, 2017a). Uma reportagem de 2019 comenta a adoção de novas práticas comerciais pela rede, como a parceria com o aplicativo de entregas Rappi e a

construção de uma loja virtual que abrange as Zonas Oeste, Sul, Norte e a região central da cidade (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021d, p. 9).

Ambos, Guanabara e Mundial, são mercados antigos, porém, apenas o Guanabara aparece na publicação do *Jornal do Brasil* de 1978, que serviu de base para análise, em tempo pretérito, da localização de redes. Das lojas do Guanabara, 10% apenas, ou seja, duas das 20, são na Zona Sul. Sua presença é significativa em Realengo e Bangu, com 35% das lojas presentes nestes bairros.

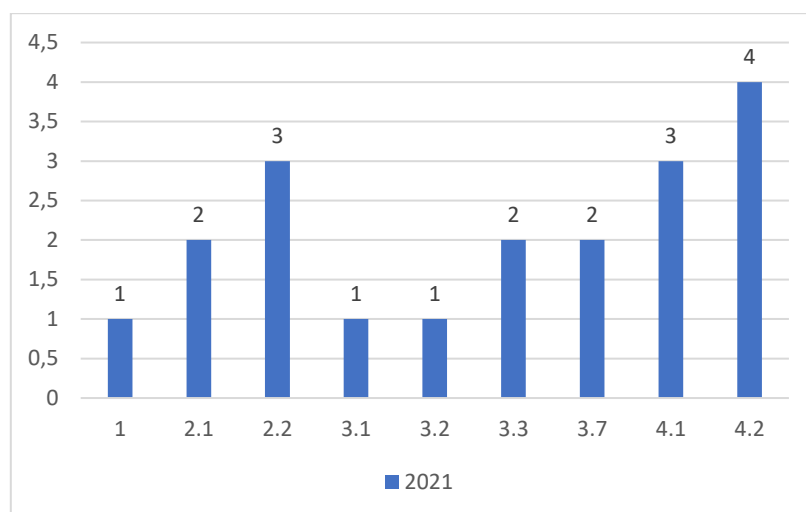
Gráfico 22 - Comparativo de loja dos Supermercados Guanabara por RP (1978-2021)



Fonte: *Jornal do Brasil* (1978e, p. 6); elaboração própria.

Já o Mundial tem uma distribuição locacional diferente, estando ausente apenas na AP5. Possui lojas em bairros da AP2 - Botafogo, Copacabana e Barra da Tijuca - como em bairros das AP 1, 3 e 4, como Bairro de Fátima, Barra da Tijuca, Recreio, Jacarepaguá, Ilha do Governador, Ramos, Engenho Novo e Irajá. Curiosamente, segue sendo uma loja que aceita apenas pagamento em débito (mais recentemente tem aceitado o pagamento em crédito para o caso de algumas carteiras digitais, conforme comentado acima). É bem demarcado como o Mundial se apresenta em regiões com perfis distintos na cidade, mas, na medida em que não há uma total segregação física das pessoas no espaço (SOUZA, 2013), suas lojas em regiões mais privilegiadas tendem a ser frequentadas por um perfil populacional de menor poder aquisitivo, conforme relatos coletados em pesquisa de campo. É comum escutar críticas quando à limpeza das suas lojas físicas.

Gráfico 23 – Distribuição das lojas do Supermercado Mundial por RP (2021)



Fonte: elaboração própria.

Desde os rankings do início dos anos 2000, essas duas empresas não têm divulgado seus dados e, em decorrência disso, ambas ficam fora do Ranking Abras, o que dificulta nosso exercício de análise. Uma nota no *Jornal do Brasil* de 2020 (JORNAL DO BRASIL, 2020) menciona que Guanabara e Mundial arrecadam mais que a Zona Sul, embora esta última tenha um número maior de lojas. Porém, não há um dado público que confirme esta afirmação. Em pesquisa histórica sobre as redes, identificaram-se matérias de jornais que relataram uma denúncia feita por Abílio Diniz envolvendo as duas redes. O primeiro relato que apareceu nos jornais foi em 2003, quando o GPA, ainda presidido por Abílio Diniz, comprou a Sendas. Segundo a reportagem do *Jornal Estadão*, Diniz sugestionou que ambas as redes praticavam sonegação de impostos:

O dono do grupo Pão de Açúcar, Abílio Diniz, foi intimado nesta quarta-feira a depor sobre as denúncias que fez de sonegação de impostos por duas redes de supermercados cariocas. [...] A Delegacia Fazendária da Secretaria de Segurança Pública abriu um inquérito para apurar a denúncia. A partir do depoimento do empresário, a delegacia iniciará uma investigação para confirmar a sonegação fiscal. Caso seja confirmada, as empresas citadas serão indiciadas por crime fiscal. Se não, Diniz se torna passível de um processo por danos morais pelas empresas. [...] O governo do Estado pediu ainda que a delegada peça à Justiça a quebra do sigilo fiscal das empresas de supermercados e pedirá o apoio da Receita Federal para cruzar os dados relativos a impostos estaduais e federais das companhias. As redes de supermercados Mundial e Guanabara não comentaram as acusações (ESTADÃO, 2003).

Uma nova reportagem foi encontrada com data de 2010 (ETCO, 2010) e, mais recentemente, em 2020 (VALOR ECONÔMICO, 2020), em que novamente o nome das duas empresas apareceu em nova reportagem, que relatou uma força tarefa da Polícia Federal.

3.3.2.4 As experiências associativistas

A experiência associativista caracteriza-se pela união de pequenos empresários varejistas que formam centrais de compra para a obtenção de produtos básicos junto às indústrias, sem intermediários, com impacto na redução de preços. Essa seria uma forma justamente de compensar vantagens de grandes redes em decorrência do seu tamanho, que envolveria, por exemplo, centralizar compras e operações logísticas (FARINA *et al.*, 2005). Há trabalhos que exploram esse tema em específico, como os de Wilder (2003) e Borges e Cunhas (2004). De acordo com eles, essa estratégia pode levar à redução de preços e até 10% em comparação com casos em que a aquisição é feita através de intermediários (BORGES; CUNHA, 2004, p. 4). Em entrevista com um profissional do ramo de consultoria para varejo, a nível nacional é destacada a região Nordeste como a região onde mais cresce essa estratégia:

[...] o Nordeste hoje é a região que mais tem associações de compra. [...]. Se juntam pequenos supermercadistas de compra para comprar grande e muito e concorrer com grandes redes então hoje é onde se concentra a maior demanda dessas associações inclusive o ano passado [2019] teve o primeiro encontro de associações de compra no Brasil que foi em Fortaleza [...] hoje eu costumo dizer que é febre, lá você pega quatro ou cinco supermercadistas e já tão criando uma associação e comprando [...] junto e dividindo para ganhar volume e ser competitivo (Entrevista com representante de uma empresa de consultoria do setor varejista).

Segundo o presidente da Asserj, em evento remoto realizado em outubro de 2020, o estado do Rio de Janeiro tem como peculiaridade a força de redes regionais e associativistas: “[...] as maiores redes associativas do país estão aqui [...]”, afirmou ele⁹⁹. Neste penúltimo item, abordar-se-ão aspectos gerais de redes que possuem em comum a experiência associativista, sendo elas: Multi Market, Supermarket, Rede Unno, Rede Economia, SuperPrix, Inter, Campeão, Super Rede, Super Compras e Unidos.

Criada em 1999 a partir da fundação da “Mercados Associados do Estado do Rio de Janeiro”, a Rede Multi Market é uma associação de empresários. Segundo a página de internet da rede da empresa, é mediante essa estratégia que pequenos e médios estabelecimentos, a partir de grandes compras feitas conjuntamente, podem negociar a aquisição de produtos a um custo menor¹⁰⁰. Chiodo (2010), ao destacar a existência dessa estratégia como recurso para competir com

⁹⁹ Evento SA Varejo Webinar Series 20, realizado em 2 de outubro de 2020.

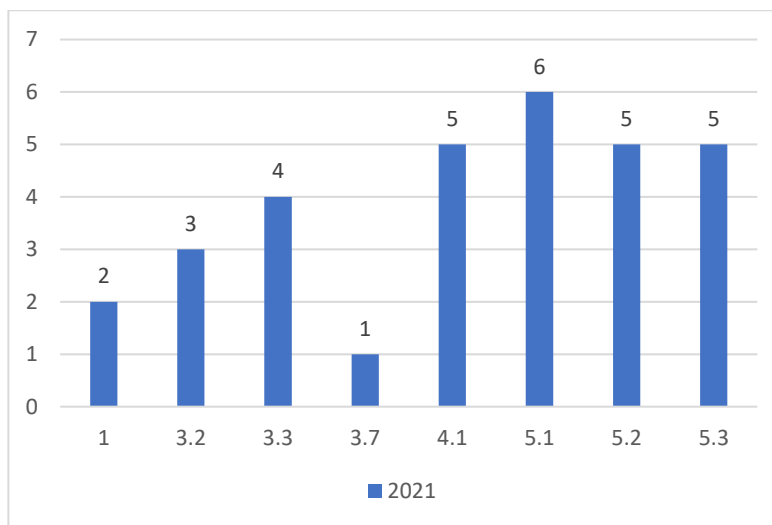
¹⁰⁰ Disponível em: <https://redemultimarket.com.br/institucional>.

grandes empresas, cita a junção da Multi Market com a Rede Economia que, porém, não foi para frente:

[...] registraram-se em alguns países casos de associação de supermercados “isolados” ou pequenas redes para competir com as grades redes em expansão. Registrou-se também outro tipo de estratégia comercial desenvolvida pelas redes varejistas com o objetivo de aumentar sua capacidade de competir no mercado: De acordo com o Estado de São Paulo, em 15 de fevereiro de 2008, duas redes de supermercados, Rede Economia e MultiMarket, firmaram uma fusão que resultou no maior grupo do setor em número de lojas no Rio de Janeiro. A nova rede foi batizada de MultiEconomia e opera 108 estabelecimentos, superando o Pão de Açúcar, que possui 99 estabelecimentos. Segundo um de seus diretores, com isso, a gestão de compras e logística foi unificada. O maior poder aquisitivo do grupo e a regulação de gastos resultam em uma economia de 5 a 10%. (CHIODO, 2010, p. 111-115) [tradução da autora].

Atualmente, essa rede possui 31 lojas físicas na capital, mas também atua em outros municípios, tendo, inclusive uma bandeira de atacarejo, o “Multi Atacadão”, com quatro lojas na região da baixada litorânea (Maricá, Saquarema e duas lojas em Cabo Frio). Na capital, nota-se o predomínio da rede na AP 5, onde há 16 do total das 31 lojas, ou seja, metade delas.

Gráfico 24 – Distribuição das lojas do Supermercado Multi Market por RP (2021)

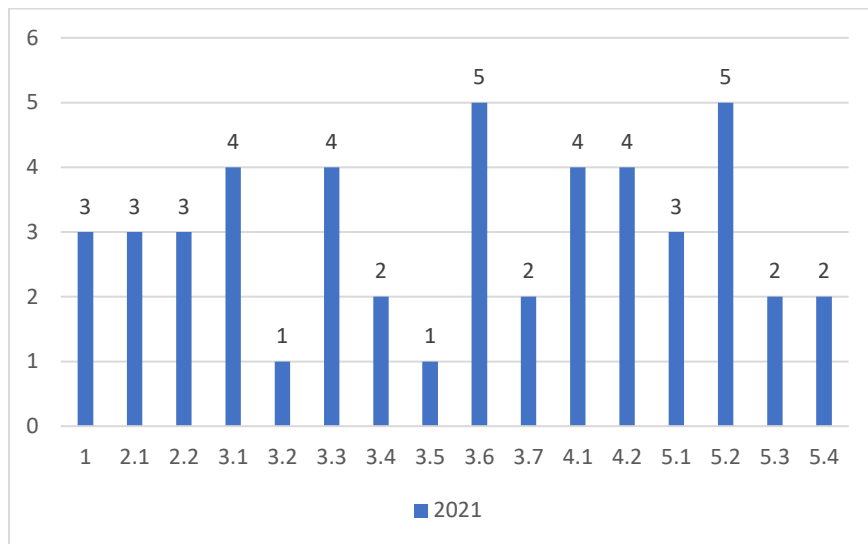


Fonte: elaboração própria.

Já a rede Supermarket iniciou suas atividades 10 anos depois, em 2009, resultado da união de empresas supermercadistas do estado. Em 2017, a rede alcançou o faturamento de US\$ 4,2 bilhões (ASSERJ, 2018b) e contava com 99 lojas no estado. Um destaque importante é que o Multi Market e a Supermarket são dois supermercados que têm uma estratégia bem clara de metropolização das suas lojas. Considerada a maior rede associativa de supermercados do estado do Rio de Janeiro (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2020d, p. 12), a Supermarket é muito presente

em outros municípios do estado: além da capital, atual em outros 26 municípios, segundo o sítio eletrônico da empresa. Na capital, possui 48 unidades. Diferente da anterior, a Supermarket está presente em todas as RP da cidade e tem seis de suas unidades na AP2, mas sua presença mais robusta, em termos quantitativos, encontra-se na AP3 – com 19 lojas e atuação em toda as suas regiões de planejamento.

Gráfico 25 – Distribuição das lojas do Supermercado Supermarket por RP (2021)



Fonte: elaboração própria.

Essa presença bem distribuída por todas as AP da capital permite que se possa analisar algumas distinções verificadas numa própria varejista. Se, por um lado, as lojas da empresa na AP2, como no bairro de Botafogo, apresentam semelhanças quando comparadas às lojas ali localizadas de redes como Pão de Açúcar e Zona Sul, suas unidades em regiões consideradas periféricas possuem aspecto diferente.

Imagem 12 – Imagens nas áreas de FLVs de lojas da rede Supermarket em Paciência (AP5), à esquerda, e em Botafogo (AP2), à direita



Fonte: Google Maps; ASSERJ (2021).

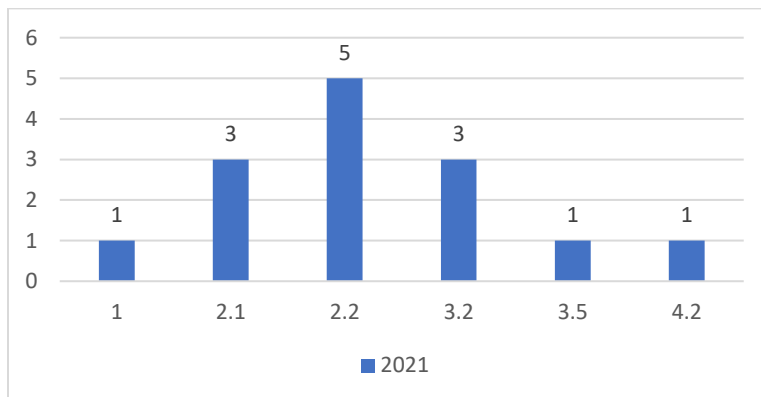
No início da pesquisa, junto ao Multi Market e Supermarket, havia uma terceira experiência de associação de rede que comecei a acompanhar. Era a criação da bandeira Rede Unno, integrada pelas redes Bramil, Campeão, Costaazul, Inter, Princesa, SuperPrix e Real. Era uma novidade do setor que reforçava a afirmativa na qual o associativismo é uma estratégia comum dentre as experiências do varejo alimentar carioca. Segundo uma reportagem da época, esta união tinha como objetivo: “[...] fortalecer o poder de compra dos estabelecimentos [...] beneficiar toda a cadeia de abastecimento e os dez milhões de consumidores fluminenses, hoje já atendidos pelas companhias” (EXTRA, 2018). Desde então, algumas lojas das redes alteraram suas fachadas, que passaram a apresentar os dois nomes: o da Rede Unno e o da supermercadista.

Porém, a parceria durou pouco. No primeiro semestre de 2020, com cerca de dois anos de atuação, a Rede Unno encerrou suas atividades (NEW TRADE, 2020). Algumas redes foram saindo pelo caminho e, ao final, restavam apenas Campeão, Real, Inter e SuperPrix. Dentre as redes que se compuseram neste pequeno intervalo de tempo, algumas possuíam maior atuação fora da capital e ficaram de fora ao final dessa análise, embora seja interessante também serem analisadas numa outra oportunidade. É o caso da Bramil, Costa Azul, Princesa e Real. Já as redes Super Prix, Inter, Campeão e Rede Economia foram mantidas na análise, pela presença que possuem na capital do estado.

Original da Tijuca, bairro da Zona Norte que integra a AP2, a SuperPrix foi fundada em 1988. Em 2017, a rede possuía 14 lojas. Atualmente, possui 16 lojas, 14 delas na capital. Com o

slogan “Um supermercado para chamar de seu”, seu nome original era LÍDEL Loja de Alimentos, e o nome SuperPrix chegou em 2006 (ASSERJ, 2017d). É nitidamente uma varejista cuja atuação se concentra no eixo Tijuca e Grande Tijuca, embora também esteja presente na Zona Sul. Um terço de suas lojas está concentrada na RP 2.2. Em uma das entrevistas realizadas, a loja foi definida como “o Zona Sul aqui dessa parte da Zona Norte”.

Gráfico 26 – Distribuição das lojas do Supermercado SuperPrix por RP (2021)



Fonte: elaboração própria.

Já os Inter Supermercados originaram-se da história familiar que criou o grupo Rainha, já mencionado mais acima. O Intercontinental foi criado em 1991, enquanto uma empresa do ramo do atacado distribuía produtos, inclusive para outros estados, além do Rio de Janeiro. Alguns anos depois, em 1999, a empresa decidiu ingressar no varejo, constituída por uma matriz, na Ceasa, e por mais oito lojas em São João de Meriti, Benfica, Piedade, Inhaúma, Nova Iguaçu, Petrópolis, Tanque e Bangu. Em 2017, a rede possuía 21 unidades no estado do Rio (ASSERJ, 2017e). Atualmente são 22 lojas, das quais 17 estão na capital. Assim como a SuperPrix, nota-se que a Inter também não tem apostado na ampliação no número de lojas. Mas neste caso, tem-se uma rede com atuação em bairros de perfil mais popular. Uma reportagem de 2006 menciona a rede e a estratégia de mercados de vizinhança:

A Intercontinental é mais um exemplo de rede de supermercado de bairro que vem se beneficiando com a preferência do consumidor por lojas menores e com atendimento mais personalizado. Neste momento, comemora o aniversário de 16 anos [...]. Este ano, já cumprimos a nossa meta de crescimento, inaugurando três lojas, chegando a 23 no Estado do Rio [...]. Para Rosa, a tendência de crescimento das lojas de bairros veio para ficar, em todo o Brasil. “Antes era um programa pegar o carro e passar uma tarde em um hipermercado fazendo compras. Hoje, para ver novidades, se vai a um shopping” (JORNAL DO BRASIL, 2006, p. 20).

Na esteira do encerramento da Rede Unno, uma de suas redes integrantes, os Supermercados Campeão, foi adquirida por outra rede associativa, a Rede Economia, em agosto de 2020¹⁰¹. Tratava-se de duas das redes com expressivo número de lojas, 21 e 22, respectivamente. Conforme uma coluna do *Jornal O Globo* (ABRAS, 2020; O GLOBO, 2020), com esta aquisição a Rede Economia teria se tornado a segunda maior rede da cidade e do estado. A Rede Economia já era uma rede associativista, fundada em 1998, a partir da criação da Associação Rede Economia de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (REDERJ), formada pela união de sete empresas supermercadistas, com 37 lojas, todas unificadas na bandeira comercial “Rede Economia de Supermercados”. No decorrer de oito anos, desde sua fundação, a Rede Economia, pioneira no conceito associativista, recebeu a adesão de outras oito empresas. Em 2019, eram mais de 67 lojas. Segundo a página da empresa, na rede social *LinkedIn*, é a maior rede associativista do país. Além do Campeão, ao longo da pesquisa, a rede adquiriu outro grupo. Entre o 1º e o 2º semestres de 2021, a rede adquiriu 11 novas lojas, como resultado especialmente da aquisição do “Grupo Cariocão”, proprietário de sete dessas 11 lojas. Atualmente, um de seus grupos, o “Grupo Emanuel”, também possui uma bandeira de atacarejo, O Bom Atacadão que, por isso, foi incluída na nossa análise (GIRO NEWS, 2020).

Ainda dentro das experiências associativistas, destacam-se outros dois supermercados que têm apresentado expressivo crescimento nos últimos anos. São eles o Super Compras e o Super Rede. Igualmente formada por um grupo de empresário, o Super Compras originou-se da então rede West-Mix, criada em 2000. Três anos depois, houve uma parceria com a Rede Carioca, e, alguns anos depois, converteram para o nome Super Compras. Já como rede Super Compras, em 2011, o grupo adquiriu outra rede, a Compre-Mais. Já a Super Rede foi constituída em 2005, assim como as demais, a partir de uma associação de empresário do setor. De acordo com o sítio eletrônico da empresa, “é a rede que mais cresce no Rio de Janeiro”. Em 2018, ela associou-se à Asserj.

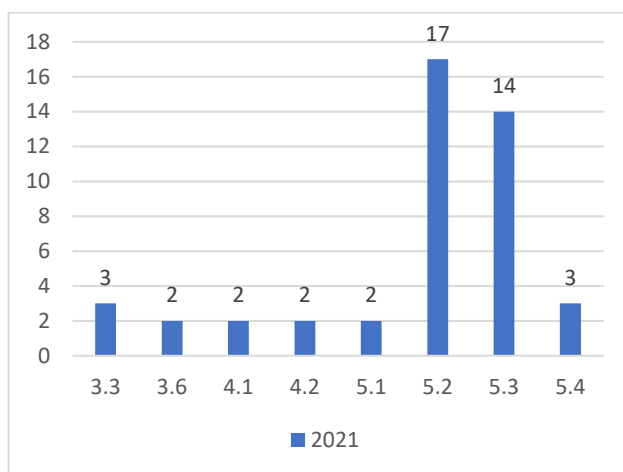
Segundo o levantamento realizado, Super Compras e Super Rede possuem, respectivamente, 45 e 51 lojas. Em ambos os casos é notória a presença destas duas redes em regiões que vêm apresentando crescente crescimento populacional, especialmente na AP5.

¹⁰¹ Embora para as análises da pesquisa tenham sido preservados os dados separados das empresas, ao final da escrita da tese essa união ainda estava em processo; algumas lojas do Campeão já se converteram em Rede Economia, e outras não.

Pequenos varejos já existentes tem optado por integrar a rede, levando a esse crescimento, conforme destaca uma entrevistada que trabalha em uma de suas lojas. Ainda segundo ela, a associação da Super Rede pode ter levado a uma diminuição nos preços e, embora a loja venda bem, as pessoas não costumam fazer compras grandes ali, deixando esse tipo de compra para supermercados maiores:

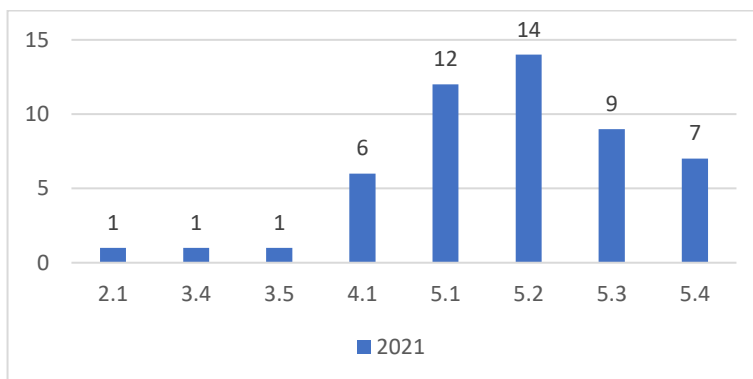
Trabalho lá há cinco e anos e agora recentemente passei de caixa para fiscal de caixa [...]. Essa loja já existe a muito tempo [...] O mercado onde eu trabalho tem uns 15 anos. Mas era um mercadinho de esquina e agora surgiu a Super Rede. Sempre foi o mesmo dono, mas aí ele mudou lá. [...]. Acho que as coisas começaram a vir mais em conta porque compra em grande quantidade [...]. Aqui é mais para compra de emergência, as pessoas não fazem compra grande. Por exemplo, está faltando um leite. Aí as pessoas vão lá e compram. A gente vende bastante, mas não vende em grande quantidade [...] (Entrevista com trabalhadora de uma loja de supermercado na AP5).

Gráfico 27 – Distribuição das lojas do Supermercado Super Compras por RP (2021)



Fonte: elaboração própria.

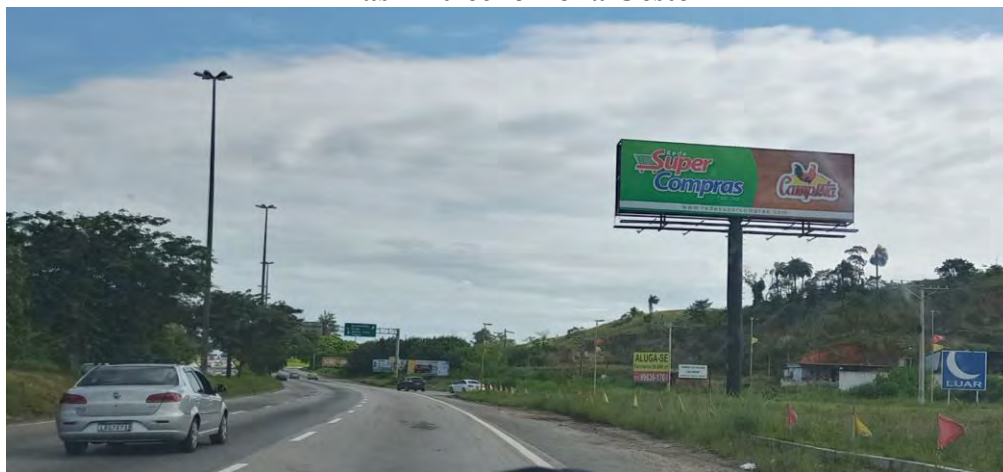
Gráfico 28 – Distribuição das lojas do Supermercado Super Rede por RP (2021)



Fonte: elaboração própria.

A presença dessas duas redes especialmente na AP5 é notória também através da publicidade presente às margens da BR 101 na altura da Zona Oeste. Há uma sequência expressiva de *outdoors* de ambas as redes, quase que intercaladas, em ambos os sentidos. Se, por um lado, a presença física de lojas neste trecho rodoviário é predominantemente de atacarejos, conforme comentarei no item seguinte, já em termos de publicidade, na parte da AP5, é hegemonizada por estas duas redes. Curiosamente, no trecho da Avenida Brasil da Zona Norte esta presença é bastante mais sutil, quando há, além delas, *outdoors* de outras marcas.

Imagens 13 e 14 – *Outdoors* das redes Super Compras e Super Redes, às margas da Avenida Brasil – trecho Zona Oeste



Fonte: ilustração da autora

A pesquisa de campo permitiu também verificar uma característica que a análise em escala das RP não permite. Chama a atenção que, no caso da Super Rede, é comum sua instalação em áreas ainda mais populares, dentro da própria Zona Oeste, em ruas bem pequenas. As unidades que visitei da rede Super Compras se localizavam em ruas mais abertas, e internamente eram bem mais

asseadas que as da outra rede. Além disso, pela disposição interna das lojas, estas pareciam estar direcionadas para um público de maior poder aquisitivo. Em visita a lojas próximas das duas redes, no bairro Santíssimo, a unidade da Super Rede se localizava na estrada do Lameirão e dispunha de estacionamento. Havia dois carros que provavelmente se responsabilizavam por entregas em *delivery*. Já a segunda loja se situava numa viela cuja entrada se deu pela Avenida Santa Cruz.

Um último destaque é que, considerando-se as duas redes, há apenas uma loja na AP2, a unidade do Super Rede, no bairro do Vidigal, o que reforça o fato de que estas redes se orientarem para um perfil de consumo mais popular, uma expressão nítida da seletividade espacial das empresas. Em análise da distribuição das lojas por AP, 75% das lojas da Super Compras estão na AP5. No caso da Super Rede, esse número sobe para 82%.

Por fim, essa amostragem também inclui as lojas dos Supermercados Unidos, criados em 2003 a partir da associação de quatro varejistas. Atualmente, totalizam-se 15 associados e 32 lojas, das quais 11 se encontram no município do Rio de Janeiro. Sua inclusão na contagem de lojas deu-se no decorrer da pesquisa, de forma que se levantaram poucas informações sobre este ator. Ainda assim, considera-se relevante sua permanência na análise. Além das 11 lojas na capital, há também lojas em outros municípios do estado, como em Belford Roxo, Duque de Caxias, Itaperuna, Magé, Mangaratiba, Miguel Pereira, Nova Iguaçu e São João de Meriti. Assim como outras redes já analisadas, sua única unidade na AP2 localiza-se na RA XXVII, que corresponde à Rocinha. No mais, apresenta uma presença equitativa entre as AP3 (quatro lojas) e AP4 (quatro lojas) e mais duas unidades na RP 5.2, Campo Grande.

3.3.2.5 Os atacarejos: Atacadão, Assaí, Megabox e o Bom Atacadão

Embora o Carrefour seja considerado o primeiro grupo internacional no varejo, vale notar que, antes dele, houve a Makro, loja de atacado de autosserviço, pioneira no segmento (VAROTTO, 2018). Apesar de esse formato de loja ter ganhado maior projeção mais recentemente, há registros antigos do surgimento dos atacarejos, indicando que, com essa mudança, os supermercados deveriam rever seus preços (JORNAL DO BRASIL, 1987, p. 20).

Na atualidade, o atacarejo é um dos formatos de maior crescimento e tem se constituído como uma forma de expansão espacial de algumas empresas, aparecendo como um formato mais popular de varejo. Já foram abordados alguns aspectos relativos a essa tendência no Capítulo 1. Cabe aqui analisar dados relativos à sua presença na capital fluminense. Com significativa presença

no principal eixo rodoviário da cidade, a Avenida Brasil/BR 101, quando se vai do centro até o bairro de Santa Cruz, há uma muitos atacarejos (sendo pouco comuns supermercados em outros formatos), geralmente, localizados em eixos rodoviários. Há casos também de unidades localizadas em regiões de maior adensamento populacional, como unidades do Assaí, na Tijuca, no Meier, Bangu e Realengo.

É notório, no mapa abaixo, que há alguns aspectos comuns à sócio-espacialidade dos atacarejos, como o fato de eles estarem crescendo e se mostrando como uma opção às corporações na expansão especialmente para regiões periféricas. Em alguns casos, sua localização não favorece a presença de comércio informal, mas há registros dessa ocorrência em algumas lojas visitadas, como no caso dos Atacadão e Assaí, que se encontram no extremo norte da Avenida Brasil, em Santa Cruz, e do Assaí no bairro Bangu. No caso da Avenida Brasi, é comum comerciantes se instalarem na beira da estrada para vender alimentos frescos, especialmente laranjas (vendidas em sacos) e outros produtos, inclusive alguns produzidos na região, como o caqui. Em visita de campo a essas unidades atacarejistas, havia uma comerciante vendendo esses produtos, assim como duas a três barracas de camelôs vendendo biscoitos e alimentos, junto ao ponto de ônibus, que se localiza em frente às lojas.

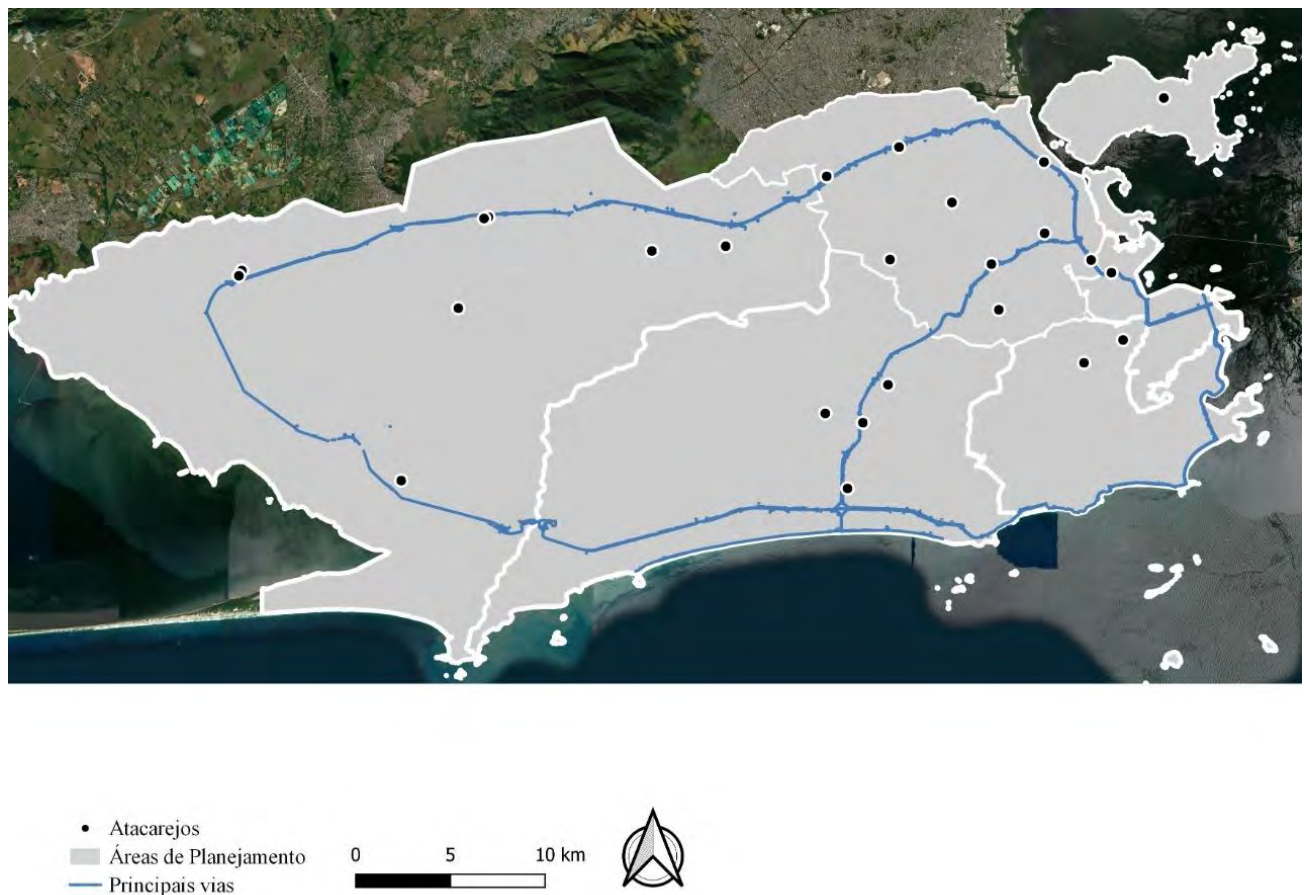
Imagem 15 – Barraca vendendo caqui, laranja e suco de laranja, em frente à unidade Atacadão, no Bairro Santa Cruz



Fonte: ilustração da autora

Considerando-se a distribuição das lojas de atacarejo aqui estudadas entre as Áreas e Regiões de Planejamento da cidade, nove lojas estão localizadas na AP3, seguido de oito na AP5. Nestas duas AP, se encontra mais da metade das lojas de atacarejo da cidade: 17 do total de 26. Há ainda cinco lojas na AP4, e duas nas AP1 e AP2. Analisando-se por RP Madureira, Jacarepaguá e Campo Grande, possuem, cada uma, três lojas de atacarejo dentre as redes analisadas. O mapa abaixo apresenta a distribuição das lojas. Neste, percebe-se que a maioria das unidades localizam-se próximo a grandes vias da cidade, como Avenida Brasil e Linha Amarela.

Mapa 4 – Localização das lojas de atacarejo no município do Rio de Janeiro



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Sob o ponto de vista estético, percebe-se que a paisagem da maioria das lojas possui aspectos em comum, embora haja diferença entre elas. Como exemplo, há uma grande área de estacionamento em frente às lojas, e essa amplitude de extensão se repete em quase tudo, como

nos corredores do interior da loja. Outro aspecto bem recorrente é a opção por lojas “vazadas”. O concreto que remete ao “fechado” é substituído por paredes de vidro que dão ainda mais amplitude à loja e permitem a quem está de fora ver o interior da loja. No geral, as lojas costumam ter quase sempre o igual formato, não apenas quando se analisa a loja da cidade do Rio, como também quando se pesquisa sobre unidades em outros estados. Outro aspecto de destaque é o uso pelas lojas do Assaí e Atacadão da bandeira do Brasil, hasteada e sempre muito alta, sendo possível identificar a loja à distância.

Embora estejam categorizadas com um mesmo formato, e por isso estejam todas “unificadas” em um mesmo item deste trabalho, há diferenças entre as lojas de atacarejo. Como ponto divergente, considerando-se as unidades visitadas, as lojas da Rede Assaí são normalmente mais asseadas, segundo a pesquisa e relatos coletados, como possuem também maior iluminação quando comparadas às lojas do Atacadão, que se assemelham ainda mais a um depósito. No caso do Mega Box, bandeira da Zona Sul, ainda que no formato atacarejo, há um sortimento semelhante ao de varejista, havendo também produtos orgânicos, de padaria e de preparo dentro da loja para pronto consumo, como pizzas e comida japonesa, um diferencial quando comparada aos demais atacarejos. O pátio de alimentos frescos é extenso, bastante diverso e há, inclusive, alimentos orgânicos *in natura* e processados.

Imagens 16 e 17 – Pátio de FLVs e orgânicos no Mega Box - Penha



Fonte: ilustração da autora

Uma observação importante é que algumas das bandeiras aqui analisadas já possuem suas versões atacarejo, porém, em outros municípios. É o caso, por exemplo, do Multi Market, que já tem sua bandeira de atacarejo, e da rede Multi Atacadão, presente nas regiões da Baixada Litorânea, nos municípios Maricá, Saquarema e Cabo Frio. A análise da expansão desses atacarejos, embora esteja fora do nosso escopo de análise municipal, é interessante, pois, em muitos casos, ratifica algumas de nossas percepções, como a compreensão de quais regiões do estado são prioritárias nas estratégias de algumas redes.

Como sínteses principais deste capítulo podemos apontar a existência de uma longa história do abastecimento alimentar no município do Rio de Janeiro – que merecia maior pesquisa - e especialmente do varejo informal de alimentos, historicamente relacionado com características de precarização social e econômica de parte da população. Quanto ao setor supermercadista, foi possível iniciar um preliminar histórico da sua constituição na capital fluminense que demarca sua origem na Zona Sul da cidade e evidencia que poucas das primeiras empresas persistiram no tempo-espaço mas que, mesmo com a saída delas de cena, ainda hoje existe um número considerável de redes regionais e associativista. Tem-se uma construção de equipamentos públicos

de abastecimento muitas vezes tímida enquanto o que se observa para o caso do supermercadismo é a sua expansão. Aqui, também se levanta ponto que será mais explorado no quarto capítulo a ser a seletividade espacial das redes em sua localização, quanto às distintas regiões da cidade, que remete às desigualdades econômicas sócio-espacialmente demarcadas, verificadas a partir dos dados apresentados.

No capítulo seguinte, será apresentado o cenário atual do varejo supermercadista carioca, considerando-se sua distinta sócio-espacialização pelo município. Ver-se-á que determinadas redes funcionam de maneiras específicas, e isso expressa e interage com características sócio-espaciais prévias. Abordagens dos estudos alimentares críticos ajudam na apreensão de alguns dos elementos identificados. Mas, para além destes, abordagens sobre a sócio-espacialidade e o urbano brasileiro são indispensáveis para a compreensão do varejo alimentar urbano, no contexto do Rio de Janeiro, e suas interações com desigualdades sócio-espaciais e alimentares.

4 A GEOGRAFIA DISSO TUDO E A SÓCIO-ESPACIALIDADE DAS PRINCIPAIS REDES DE SUPERMERCADO NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO

[...] possibilidades que serpenteiam na vida comum muitas vezes não são credibilizadas porque nossos olhos estão condicionados a miradas grandes, subestimando a força que habita no mundo (SIMAS; RUFINO, 2019, p.14).

Considerando-se que os aportes de uma ontologia espacializada são mais do que um olhar locacional, contendo em si muitas outras nuances, verifica-se, neste capítulo, como a organização sócio-espacial atual do varejo alimentar, com atenção especial às práticas e estratégias das redes de supermercado, interage com as dinâmicas sócio-espaciais nas distintas regiões da cidade carioca, levando-a em consideração e, ao mesmo tempo, também a informa e ratifica. A sócio-espacialização das redes precisa ser analisada considerando-se seu papel com relação à provisão de alimentos e à existência de desigualdades alimentares presentes no abastecimento alimentar, em termos da disponibilidade, acesso e agência no tocante à alimentação e à alimentação adequada e saudável (MOTTA, 2021; REESE, 2019).

Autores como: Beaulac, Kristjansson e Cummins (2009), Ghosh-Dastidar *et al.* (2014); Borges, Cabral-Miranda e Jaime (2018); Castro Junior (2018), e especialmente Reese (2018; 2019) contribuem para a discussão sobre desertos alimentares. Reese (2019), Motta, Jelin e Costa (2017) e Motta (2021) debatem sobre alimentos e desigualdades baseados em uma abordagem interseccional, e Sposito (2013), Souza (2013) e Lago (2015) em uma abordagem a partir da geografia urbana. A interlocução com essas contribuições teóricas será feita a partir dos dados da pesquisa sobre a sócio-espacialização do varejo supermercadista e suas formas mais recentes de organização em distintas espacialidades. Ao longo da análise, resgato as teorias apresentadas no segundo capítulo, identificando suas validades para análise de dinâmicas relativas ao varejo alimentar, numa grande região urbana localizada no Sul global, com desigualdades sociais e raciais bem demarcadas.

Começo analisando a distribuição do varejo alimentar, em especial dos supermercados enquanto agentes econômicos, e sua relação com elementos particulares das AP, RP, RA e bairros da capital fluminense. Em seguida, apresento algumas inferências sobre a relação dessa distribuição com a sócio-espacialização do município carioca, com ênfase em repercussões da

forma urbana no varejo alimentar e do varejo na configuração urbana da cidade, e sobre como a experiência carioca subsidia a discussão das desigualdades e, especificamente, das desigualdades alimentares no contexto urbano.

4.1 As Regiões de Planejamento e Administrativas e os bairros como janela interpretativa para o varejo alimentar das redes de supermercado

Esta pesquisa levantou elementos relativos à regionalização das redes supermercadistas, tomando como escala de análise o município do Rio de Janeiro e sua atual regionalização político-administrativa do município, notadamente, das categorias AP, RP, RA e bairros. O exercício de regionalização é, essencialmente, uma escolha de recortes, processo em permanente construção, e deve ser visto como artifício e como fato (HAESBAERT, 2021, p. 252). Isso significa que a região é uma “ferramenta intelectual” e também uma “evidência concreta”. Apesar deste uso, a partir da análise é possível identificar elementos de homogeneidade entre localidades que não se categorizam numa mesma região. O oposto também ocorre, ou seja, elementos díspares em localidades inseridas numa mesma regionalização, configurando o que Allen *et al.* (2002) chamam de “região com buraco”, espaços cuja articulação regional se dá para alguns sujeitos e fluxos, e não para outros.

Isso é especialmente importante no estudo do município do Rio de Janeiro, pois, embora seja notória uma segregação sócio-espacial, à luz dos conceitos centro-periferia, faz-se presente também uma forma de justaposição de diferentes “realidades” (VASCONCELOS, 2013, p.19). Isso se expressa em casos em que a forma urbana apresenta proximidade espacial de dinâmicas sócio-espacialmente distintas, sendo as favelas uma dessas expressões, e a constituição de novas centralidades em regiões consideradas periféricas em relação ao núcleo central da cidade. Isso justificará, por exemplo, a identificação de lojas supermercadistas de perfil mais popular em regiões administrativas majoritariamente ocupadas por populações de alto rendimento. Por isso, para o uso desses recortes é preciso buscar sempre levar em consideração e estar atento às eventuais fragilidades analíticas que esse exercício pode trazer.

Há um número significativo de trabalhos que estudam dinâmicas locais das empresas. Wilder (2003, p. 81), com base em Ferreira *et al.* (2001), estabelece uma relação entre o tipo de lojas (em termos de tamanho e número de pontos de venda) e a área de influência. Barbosa (2018)

propõe uma classificação dos estabelecimentos segundo sua atuação geográfica, sendo possível quatro tipos distintos de classificação: estabelecimento local, rede local, rede estadual e rede internacional. Parente e Kato (2001) analisam o varejo e sua área de influência. Trabalhos como estes iluminam certos aspectos relativos à espacialidade do varejo, embora pareçam, em alguns casos, compreender a espacialidade apenas como sinônimo de distância. A atividade comercial reorganiza o espaço urbano, e a forma como o território se organiza ajuda a compreender as estratégias das empresas e como as empresas reproduzem, de forma diversa, esses territórios em suas particularidades próprias. No contexto do desenvolvimento do capitalismo, estratégias empresariais acabam (des)valorizando diferentemente as localidades (SANTOS, 2008, p. 33).

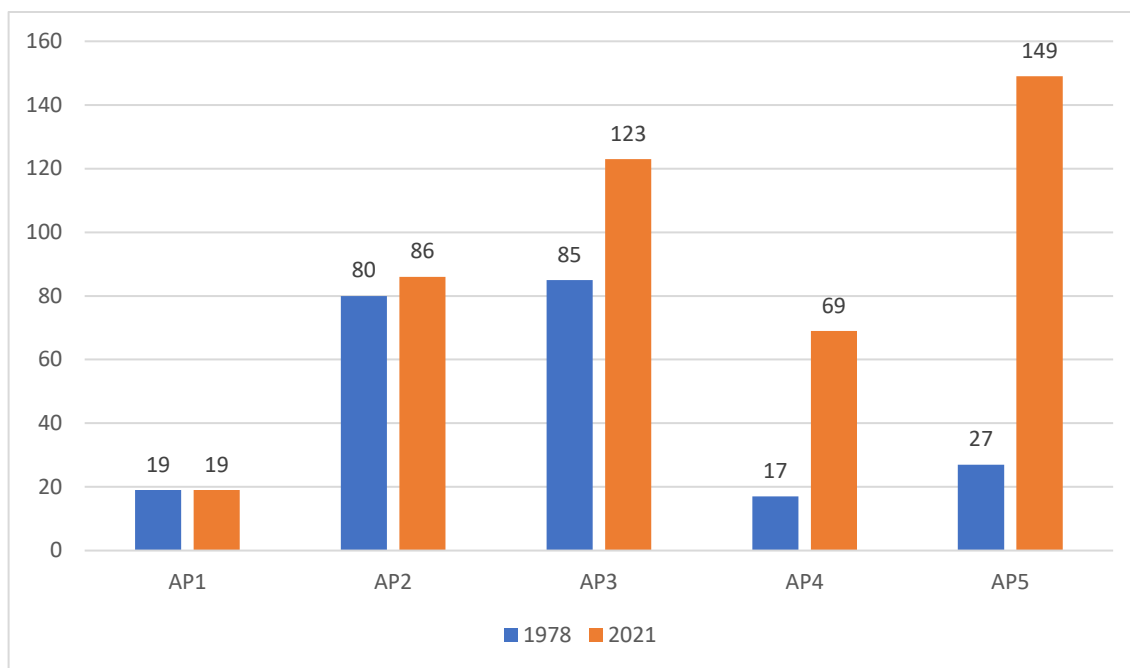
Apesar de uma análise locacional de cunho mais quantitativo não ter sido minha principal proposta, ela foi um primeiro passo nesta análise, que envolveu identificar a localização de lojas das 20 redes pesquisadas por AP, RP, RA e bairros. Foram analisadas aqui empresas com mais de 10 lojas no município, bem como suas bandeiras do formato atacarejo: Atacadão, Assaí, Carrefour, SuperPrix, Inter, Guanabara, Mundial, Pão de Açúcar, Campeão, Rede Economia, Prezunic, Extra, Multi Market, Supercompras, Zona Sul, Super Rede, Supermarket, Unidos, O Bom Atacadão e Mega Box. Dados relativos ao número e à localização de lojas foram levantados nos sítios eletrônicos das próprias empresas, na maioria das vezes confirmados pela ferramenta *Google Maps*. Foram levantados dados em três momentos distintos. O primeiro levantamento ocorreu em dezembro de 2020, quando foram contabilizadas 397 lojas¹⁰². Estes dados foram atualizados em julho de 2021, quando este número chegou a 435 lojas, distribuídas da seguinte forma entre as AP: 18 lojas na AP1, 86 na AP2, 121 na AP3, 68 na AP4 e 142 na AP5. Por fim, registrou-se, em dezembro de 2021, o número de 452 lojas: 21 na AP1, 92 na AP2, 125 na AP3, 70 na AP4 e 144 na AP5. O último mapeamento foi o utilizado para a análise.

A primeira inferência identificada a partir dos dados é o crescimento do número de lojas dessas redes em um pequeno intervalo de tempo – um ano e meio, seja pela construção de novas lojas, seja pela permanente fusão e aquisição de grupos econômicos. Este aumento vai ao encontro das análises apresentadas no primeiro capítulo sobre o crescimento do setor no contexto da pandemia. Comparando-se esses números com os levantados em o *Jornal do Brasil* (1978e), é possível identificar a expansão do setor supermercadista nas áreas AP3, AP4 e AP5, movimento

¹⁰² Nesta primeira listagem não estavam os atacarejos O Bom Atacadão, Megabox e o Supermercados Unidos.

que não me surpreende, dadas a expansão demográfica e a constituição de centralidades que essas áreas da cidade experimentaram nas últimas décadas. Na AP3, se concentra o maior percentual populacional e, a AP4 e a AP5 foram as regiões que apresentaram maior crescimento populacional nas últimas décadas. Em 1978, AP3 e AP2 eram as regiões da cidade onde mais se localizavam as redes, em números absolutos. Agora, são a AP5 e a AP3:

Gráfico 29 - Comparativo proporcional de número de lojas por AP – 1978 e 2021

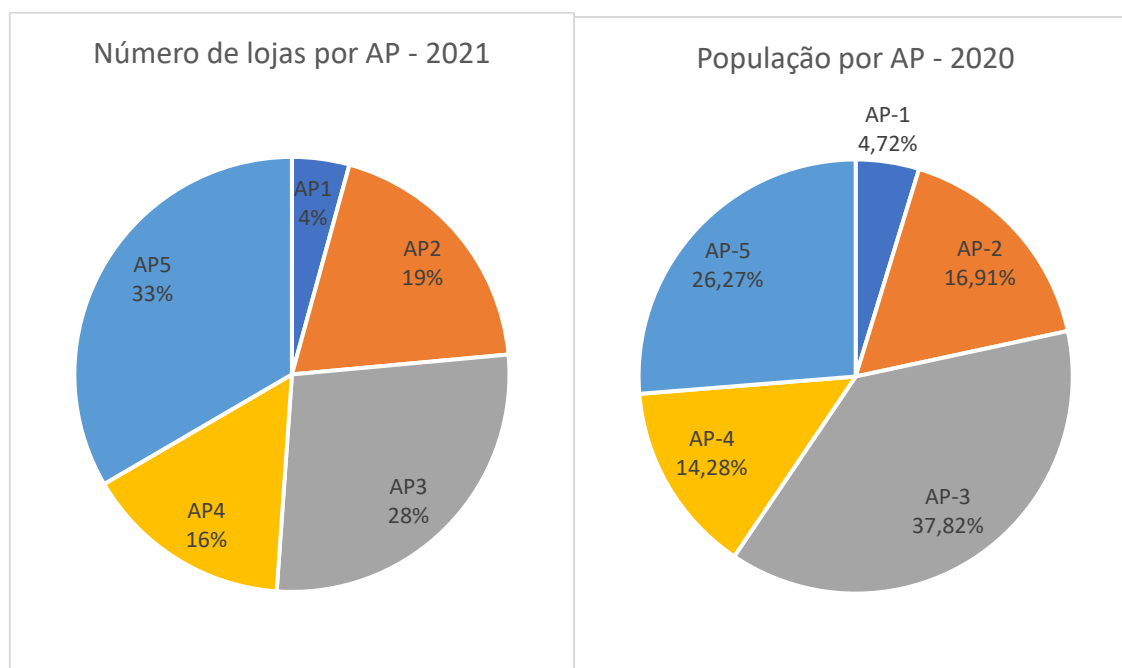


Fonte: elaboração própria.

Assim, na configuração atual, em termos absolutos, é a AP5 que concentra o maior número de lojas dentre aquelas analisadas. Em seguida são a AP3, AP2 e AP4 e, por fim, a AP1. Estas transformações mostram que, em que pese a importância estratégica da AP2 para o setor, especialmente a AP3 e a AP5 têm se mostrado como regiões privilegiadas por algumas das redes analisadas. Já a AP1 é a área com menor número de lojas dentre as pesquisadas, dado que vai ao encontro do percentual de população que reside nessa região. Ou seja, embora a AP1, onde se localiza o núcleo central da cidade, seja um nó central de fluxos, inclusive de pessoas, não é ali que se concentram lojas de supermercados, já que a região é predominantemente local de serviços, e não de moradias. A AP1 concentra o menor número percentual de habitantes do município, 4,71%.

Seguindo a análise do cenário atual da distribuição locacional¹⁰³ do setor, considerando-se a evolução populacional em cada AP, em alguns casos, o número de lojas aproxima-se do quantitativo populacional proporcional da região, mas, em outros, se afasta. No caso da AP1, temos um número bastante aproximado entre o percentual de lojas ali localizadas e o percentual de população ali residente. A AP2 e a AP4 também apresentam números relativamente próximos. Caso diferente temos na AP3 e AP5. Na primeira, o percentual de população residente ali é maior do que o percentual de lojas identificadas. Aqui vale lembrar que a AP3 é a região que apresenta o maior percentual de feiras livres, dentre as AP do município. Cenário oposto vive a AP5, que concentra o segundo maior percentual populacional, porém, a maior concentração de lojas dentre as AP, considerando-se nosso universo de análise, o que pode se justificar não apenas pelo crescimento populacional como também justamente pela extensão desta região.

Gráficos 30 e 31 - Comparativo entre distribuição das lojas, pesquisas e da população



Fonte: elaboração própria; DRZ (2020).

Embora, numa primeira aproximação, a análise por AP permita o levantamento de análises gerais, é imprescindível considerar que há diferenças entre as AP no que tange a suas extensões

¹⁰³ Note que, ao invés de usar a expressão distribuição geográfica, faço uso de distribuição locacional.

geográficas, sendo a AP5 a área com maior extensão territorial (572 km²), seguido da AP4 (293,8 km²), AP3 (203,5 km²), AP2 (100,4 km²) e AP1 (34,4 km²) (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2016). Incorporando-se dados relativos à extensão territorial, percebe-se que, pela AP2 ser muito menos extensa territorialmente que a AP5, apesar de possuir um quantitativo de lojas menor que a AP5, decerto que há uma maior disponibilidade de lojas para a população. Ainda assim, me parece relevante perceber que, na AP5, especialmente, o crescimento populacional tem sido acompanhado de crescimento das redes, especialmente as de perfil associativista. Por outro lado, este crescimento não tem sido acompanhado pelo crescimento de outros equipamentos e instrumento públicos, conforme visto no Capítulo 3, em análise dos atuais dados da distribuição locacional das feiras livres e orgânicas/agroecológicas da cidade.

Após essa análise preliminar da distribuição das redes por AP, vale a pena “baixar” a escala de análise para as RA e os bairros. Levando-se em conta a amostragem utilizada – 20 das maiores redes presentes no município – a RA de Campo Grande é a que apresenta o maior número de lojas, depois Jacarepaguá e Santa Cruz. Inclusive, nessas três RA, houve um crescimento significativo no número de lojas quando comparados os dados de 2020 e 2021 levantados para fins desta pesquisa. Campo Grande passou de 50 para 57 lojas, Jacarepaguá de 34 para 39, Santa Cruz de 28 para 37. Bangu, Guaratiba e Realengo (RA que, junto de Campo Grande e Santa Cruz, compõe a AP5) também contam com número considerável de lojas: 23, 14 e 13, respectivamente. Nota-se a expansão territorial do setor, como será mostrado a partir dos mapas nos itens dedicados às AP.

Tabela 17 – RA com maior número de lojas, considerando-se as 20 redes analisadas

RA	Nome	Número de lojas dentre as 20 redes
XVIII	Campo grande	57
XVI	Jacarepaguá	39
XIX	Santa Cruz	37
XXIV	Barra da Tijuca	30
XIII	Meier	25
IV	Botafogo	23
XVII	Bangu	23
V	Copacabana	23
VI	Lagoa	21
XV	Madureira	20

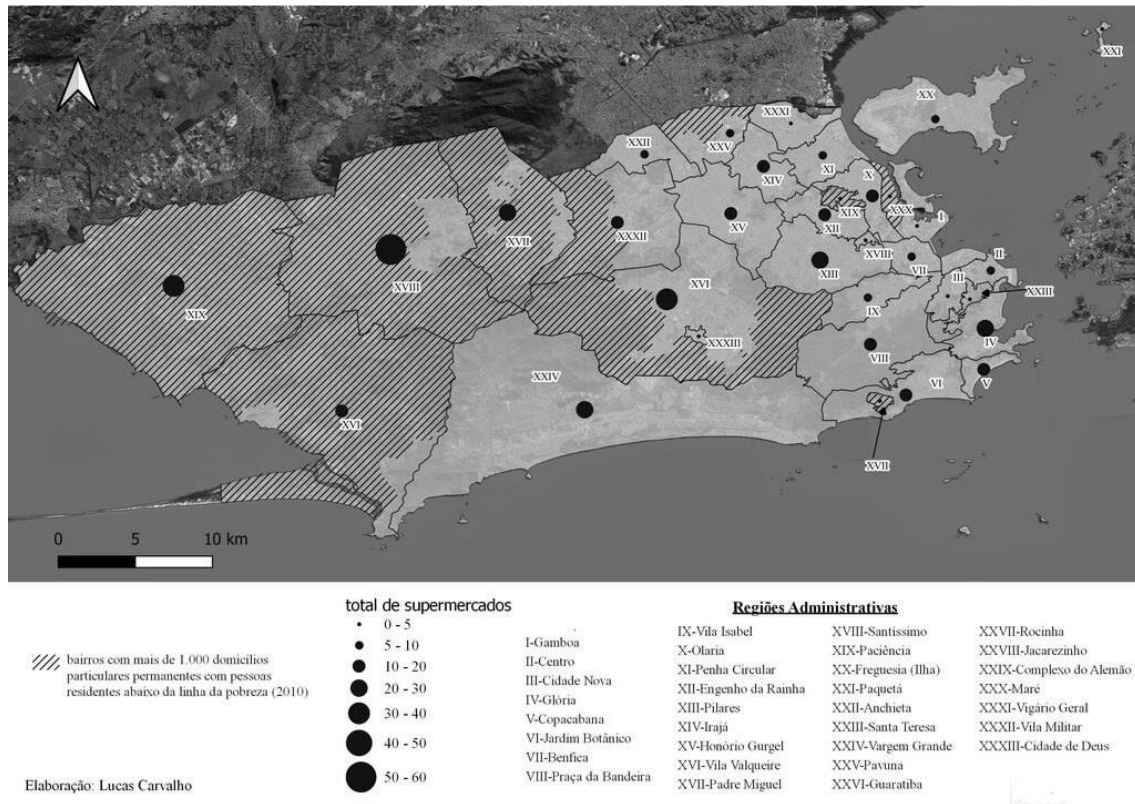
Fonte: elaboração própria.

Por um lado, é importante destacar que a mesma imprecisão gerada nos dados em decorrência das diferenças de extensão territorial entre AP acontece aqui, já que as RA Campo Grande, Jacarepaguá e Santa Cruz são bastante extensas. Ao mesmo tempo, chama a atenção o fato de localidades originalmente denominadas na literatura como periféricas e geograficamente distantes da região central do município, especialmente Campo Grande e Santa Cruz, terem presenciado esse crescimento. Este retrato parece se aproximar das leituras que identificam, na morfologia da cidade do Rio de Janeiro, a existência de outras centralidades para além do núcleo central (SPOSITO, 2013; OLIVEIRA, 2014), conforme será abordado com maior profundidade mais à frente. Mesmo se tratando de RA territorialmente bem extensas e, sobretudo quando comparadas com RA como Botafogo, Copacabana e Lagoa, que também apresentam um número expressivo de lojas¹⁰⁴, não é de se menosprezar o aumento significativo no número de lojas do varejo dito “moderno”: “Aqui foi realmente avassaladora essa entrada e tudo vem da Ceasa”, afirma uma ativista pela agricultura e pela alimentação em entrevista, referindo-se à expansão de redes (e inclusive de lojas de Hortifruti) na AP5. As duas redes mais recentes do município, conforme já destacado, e que apresentam expressivo crescimento, Super Rede e Super Compras, têm expandido suas unidades especialmente nas localidades que compõem a AP5. Esta expansão já havia sido inicialmente sinalizada por Lavinhas e Nabuco (1992, p. 34), que identificaram que as RA Botafogo, Méier e Bangu possuíam o maior número de supermercados. O fluxo de expansão continuou ocorrendo, mas com a inclusão de outras RA que adquiriram papel central, como Campo Grande, Jacarepaguá, Santa Cruz e Barra da Tijuca.

Em algumas dessas localidades, onde há presença de uma população de rendimento médio, há também um segmento da população com baixo rendimento, conforme já analisado aqui. Retomando dados relativos à linha de pobreza, temos que Santa Cruz apareceu em primeiro lugar, seguido de Campo Grande, Bangu e Maré. Em termos proporcionais, Acari, Costa Barros e Sepetiba apresentam o maior percentual de domicílios com pessoas residentes abaixo da linha da pobreza, em comparação ao total do bairro. Se se relacionar os dados das lojas com os apresentados no capítulo anterior e os dados de domicílios em situação de pobreza, em análise por recorte de RA, nota-se que há equipamentos supermercadistas também em RA que registram significativos indicadores de pobreza. Mesmo que sua localização não esteja predominantemente enraizada no local de maior concentração da pobreza, novamente chama a atenção sua presença nestas regiões.

¹⁰⁴ E que, se por um lado, são menores do ponto de vista territorial, apresentam altas taxas de densidade demográficas.

Mapa 5 - Distribuição sócio-espacial dos índices de domicílios em situação de pobreza (2010) e das 20 principais redes de supermercados do Rio de Janeiro (2021)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Já em relação aos bairros, temos a seguinte configuração: Campo Grande é o bairro com maior presença de lojas das 20 redes analisadas, totalizando 31, seguido de Santa Cruz, com 22. Em seguida, temos Copacabana, Barra da Tijuca e Tijuca, com 22, 19 e 15 lojas, respectivamente. Novamente é importante levar em consideração que os bairros apresentam distinções em termos de extensão territorial e de densidade demográfica, sendo a Zona Oeste aquela com menor densidade demográfica. Por exemplo, Guaratiba, Campo Grande e Santa Cruz apresentam, respectivamente, 138,26 km², 136,52 km² e 128,85 km² (SILVA, 2016, p. 43). Ainda assim, novamente bairros como Campo Grande e Santa Cruz, que historicamente apareceram mais à margem das estratégias locacionais das maiores varejistas, passaram a fazer parte de suas prioridades na expansão destes atores.

Tabela 18 – Bairros com maior número de lojas, considerando-se as 20 redes de supermercado analisadas

Bairro	Número de lojas dentre as 20 redes
Campo Grande	31
Santa Cruz	22
Copacabana	22
Barra da Tijuca	19
Tijuca	15
Botafogo	12
Taquara	11
Realengo	10
Bangu	10
Cosmos	9
Senador Camará	8
Irajá	8
Guaratiba	8
Paciência	7
Sepetiba	6
Penha	6
Ipanema	6
Jacarepaguá	6
Leblon	5
Madureira	5
Centro	5
Bonsucesso	5

Fonte: elaboração própria.

Após essa análise indiscriminada das 20 redes, apresento na tabela abaixo todas as lojas das 20 redes analisadas, por AP e RP, tendo como referência as informações disponibilizadas pelas próprias redes em suas redes sociais e sítios eletrônicos. Ao analisar separadamente as redes que integram minha amostragem, esta distribuição evidencia que distintas redes privilegiam determinadas regiões da cidade numa evidente seletividade espacial (SANTOS, 2004). Por exemplo, é notório que as bandeiras que se estabelecem nas RP da AP5 não são as mesmas que se apresentam com mais peso em regiões como o Centro, a Zona Sul e algumas regiões da AP4¹⁰⁵. Pão de Açúcar e Zona Sul são as redes com maior concentração em uma determinada RP, a RP 2.1, que corresponde à Zona Sul. Já na AP5, a Zona Oeste, ao norte do Maciço da Pedra Branca, as

¹⁰⁵ Isso sem considerar os atacarejos que são, justamente, canais de comercialização dessas grandes redes orientadas para localidades com perfil mais popular.

redes Super Compras e Super Rede são as mais presentes, enquanto as redes Extra, Mundial, Pão de Açúcar, SuperPrix e Zona Sul não possuem lojas ali. A AP4 é marcada pela presença de todas as redes incluídas na análise, exceto os atacarejos, o que mostra o grau de diversidade (e desigualdade) ali presente, que será mais explorado abaixo. Diferentemente, em nenhuma RP da AP3 existem lojas das marcas Zona Sul e Pão de Açúcar. Há, deste modo, uma notória seletividade espacial no processo de expansão desses agentes. Não são apenas as redes internacionais, mas também as redes regionais, que operam a partir de dinâmicas do varejo global, ainda que estas dinâmicas não sejam por elas ditadas.

Tabela 19 – Lista das lojas dos 20 principais supermercados por AP e RP

	Rede	AP1	AP2			AP3							AP4		AP5				Total
		1	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	5.4		
1	Assaí	1		2		2	2				1	2	1	1	2	1		15	
2	Atacadão	1			1		1			1		1	1	1	1	1		9	
3	Campeão	2	2	3	1	3	3		1	2			1		1	1		20	
4	Carrefour					1							1	1	1			4	
5	Extra	3	2	4	2		5		1	2	1	4	1					25	
6	Guanabara			2	1	2	3	1	1			1	1	4	2	2		20	
7	Inter	1	1			1	2	1	4	2		1	1	2	1			17	
8	Mega Box								1									1	
9	Multi Market	2				3	4				1	5		6	5	5		31	
10	Mundial	1	2	3	1	1	2				2	3	4					19	
11	O Bom Atacadão																1	1	
12	Pão de Açúcar		15	1									3					19	
13	Prezunic	2	1		1	3	2	1	1		1	6	2	3	1	1		25	
14	Rede Economia	3	4	1		6	5	3	2	3		1		1	5	1	1	36	
15	Super Compras						3			2		2	2	2	17	14	3	45	
16	Supermarket	3	3	3	4	1	4	2	1	5	2	4	4	3	5	2	2	48	
17	SuperPrix	1	3	5		3			1				1					14	
18	Super Rede		1					1	1			6		12	14	9	7	51	
19	Unidos		1		1	1	1			1		4			2			11	
20	Zona Sul	1	33										7					41	
	TOTAL POR RP	21	68	24	12	27	37	9	14	18	8	40	30	36	57	37	14	452	
	TOTAL por AP	21	92		125							70		144				452	

Fonte: elaboração própria.

Tomando como premissa a distribuição sócio-espacial das supermercadistas numa perspectiva da seletividade espacial, também é possível identificar uma diferença em termos de processos estabelecidos e alimentos comercializados, a depender da região de análise da cidade. As redes possuem práticas de comercialização diferenciadas e, na medida em que se sócio-espacializam de maneira particular, essas práticas comerciais também possuem em si uma dimensão de sócio-espacialização. Algumas diferenças verificadas *in loco*, em termos mais gerais, são: 1) disposição de produtos; 2) periodicidade no abastecimento, especialmente de FLVs; 3) limpeza nas lojas, e 4) maior ou menor poluição visual, como cartazes dentro e fora da loja¹⁰⁶. Quanto aos alimentos comercializados, também é nítida a diferença no que tange à qualidade dos produtos. As bandeiras mais presentes, especialmente, na AP5 e também em alguns locais na AP3, são lojas que, em muitos casos, trabalham com limitado sortimento de legumes, frutas e verduras quando comparadas com lojas da AP2 e de alimentos industrializados de marcas mais “populares”. Embora localizadas próximas a áreas de produção de alimentos, não há relatos de que estas lojas comercializam uma produção mais local. A dualização de Friedmann e McMichael (2007) de “comida pra rico” e “comida para pobre” evidencia-se na pesquisa de campo.

Imagens 18 e 19 – Qualidades diferenciadas de FLVs comercializados em atacarejo, em bairro popular da AP5, à esquerda, e em bairro nobre na AP2, à direita.



Fonte: ilustração da autora

Há de se compreender essa espacialidade das redes numa perspectiva de poder e à luz do que aporta a categoria território. Por exemplo, um elemento sugerido por Haesbaert (2021, p. 270) é

¹⁰⁶ Conforme conta Reese (2019, p.15), algumas de suas alunas foram em sua casa e, no caminho, pararam em um supermercado e perguntaram por que a loja de seu bairro era tão bonita.

que há dois tipos de estratégia na territorialização: uma mais ancorada no poder simbólico e outra mais pautada em um poder político-econômico. Embora não seja simples compreender, na sua totalidade, quando um desses recursos é mais acionado do que o outro, é possível identificar que ambos são utilizados pelas redes de supermercado¹⁰⁷. A construção de poder simbólico remete a estratégias das redes orientadas para grupos sociais específicos. A rede Zona Sul, com o *slogan* “Carioca de Coração”, explora com frequência a ideia do carioca “da praia”, indo ao encontro de sua estratégia locacional que abarca especialmente bairros litorâneos da capital. Em sentido reverso, o Guanabara tem como figura-propaganda a cantora Ivete Sangalo que, embora baiana, é um grande ícone popular da música brasileira, tendo se tornando mais recentemente apresentadora de programas de televisão. Permeadas de felicidade, as peças publicitárias costumam priorizar a mensagem direta sobre preços e promoções e possuem grande inserção em canais de televisão e rádio, com o *slogan* “Tudo por você”. A rede aciona, assim, outros recursos identitários do que é ser carioca, remetendo a subjetividades mais relativas à sócio-espacialidade suburbana. Soares (2006) afirma que o Guanabara é o supermercado mais conhecido em toda a zona suburbana da cidade. É perceptível que essas diferenças também são acionadas nas dimensões narrativas e subjetivas, que também precisam ser vistas como territórios em disputa.

Na abordagem das RPGs, Henderson *et al.* (2011, p.160) sugerem ser comum que firmas pequenas e médias antecedam firmas líderes no estabelecimento de operações. Logo, ao mesmo tempo em que essa seletividade chama a atenção, é válido considerar e notar nuances na interação de diferentes agentes econômicos do varejo e como e em que medida a expansão de redes menores levará em perspectiva a vinda de redes maiores e corporações, pelo menos no que diz respeito a algumas dessas localidades – possivelmente as que exerçam maior condição de centralidade. É possível, a depender de perspectivas para essas regiões, que em sequência dessa expansão mais pulverizada das pequenas, as maiores virão também, após serem minimamente estruturadas, abocanhando aquilo que desponta como mais estratégico. Em redes sociais e eventos remotos do setor, tem-se destacado a possibilidade de que, nos próximos anos, haja um novo ciclo de compras e novas fusões. Por outro lado, ao mesmo tempo, caberá analisar se a localização de novas grandes redes em lugares específicos atrairá para ali novas supermercadistas de porte menor, em uma lógica de concentração de atividades semelhantes numa mesma centralidade.

¹⁰⁷ Para isso, seria necessário um trabalho menos focado no “olhar panorâmico” e mais focalizado em casos, sejam estes casos de redes ou regiões específicas.

Abaixo, exploraram-se esses e outros pontos por AP, atenta aos elementos em comum nestas regiões, mas também às desconexões em termos de fluxos e objetos existentes ali. Longe de se caracterizar completamente cada área da cidade – entendo que não é este o objetivo da pesquisa –, levanto, dentre os seus principais aspectos, aqueles que sejam relevantes para a análise das dinâmicas de varejo alimentar, especialmente dos supermercados. Considerando-se que a escala escolhida é aquela que melhor permite observar determinado fenômeno, optei por partir das AP, mas seguir aprofundando a análise em alguns casos por RP, RA e bairros, para compreender as diferenças entre elas. Dada a escolha municipal como recorte para análise, não é possível elencar especificidades relativas a todos os bairros da cidade. Analisar toda a capital fluminense traz riquezas em termos de comparação na cidade, mas também me fez perder especificidades. Algumas, as que me chegaram a partir do estudo empírico – combinando visita *in loco* e análise cartográfica – e que julguei relevantes, apresentei no decorrer de cada sessão. Ao longo da exposição, exponho informações que podem servir de referenciais para localidades semelhantes.

4.1.1 De nó da rede para “espaço vazio” de equipamentos de varejo – a Área de Planejamento 1

Como salientado no terceiro capítulo, a região central do município, integrante da AP1, era no princípio aquela com maior ocupação e ponto principal para os fluxos de comercialização, inclusive de alimentos. Esta característica se relacionava com o processo histórico de ocupação do território que hoje é a capital fluminense, e o papel que cumpria a navegação para os fluxos comerciais à época. Havia, do ponto de vista espacial, uma notável concentração do comércio atacadista no centro da cidade, especialmente na zona portuária. Tanto Lavinas e Nabuco (1992, p. 13) como Honorato e Mantuano (2015) trazem dados sobre armazéns e trapiches das regiões do centro, reforçando o papel estratégico dessa região nos fluxos de provisão de alimentos. O relato da Fundação Abras (2002) cita uma fala do Arthur Sendas, bem emblemático nesse sentido, pois nesta o empresário descreve, a partir de sua experiência, a função que esta região cumpria, centralizando os fluxos comerciais da época:

A Rua do Acre, na verdade, era, aparentemente, rua como outra qualquer. Para os supermercadistas cariocas, mas não só, que começaram a atuar nos anos 50, no entanto, é referência fundamental. Era lá que se concentravam os grandes atacadistas e onde esses pioneiros aprenderam a difícil arte de negociar – ou, em outros termos, aprender a comprar barato para vender barato, o grande segredo desse ramo de negócios. [...] “(...) Lá chegávamos às sete da manhã, tomávamos café, de dois sanduíches fazíamos quatro, nos reuníamos, trocávamos ideias, e aprendíamos uns com os outros a fazer boas compras” (FUNDAÇÃO ABRAS, 2002, p.157).

O crescimento da cidade transformou significativamente esse elemento, e a região central se tornou aquela com menor percentual populacional, uma transformação bem característica das grandes cidades de países como o Brasil, onde muitas regiões centrais deixam de ter como função principal o local de moradia ao se transformarem em centros empresariais e comerciais. Atividades como as que exerciam os mercados e os armazéns e trapiches tornaram-se formas pretéritas para funções pretéritas, frente às novas funções que o centro passava a assumir. Em decorrência desse e de outros fatores, há também mudanças nos fluxos de alimentos que ali existiam e deixam de existir. O bairro Centro caracteriza-se, na atualidade, pela hegemonia de atividades financeiras, de gestão e de serviços, inclusive os públicos. Da mesma forma, muda-se o principal modo de chegada dos alimentos, não mais pelo modal hidroviário, e sim primordialmente pelo rodoviário.

A AP1 concentra atualmente a menor população e a menor disposição de supermercados (como também de feiras livres), considerando-se as redes analisadas. Os bairros que compõem a AP1 são: Saúde, Gamboa, Santo Cristo, Caju (I RA); Centro e Lapa (II RA), Catumbi, Rio Comprido, Cidade Nova e Estácio (III RA), São Cristóvão, Mangueira, Benfica e Vasco da Gama (VII RA), Paquetá (XXI RA) e Santa Teresa (XXIII RA). Os bairros Saúde, Caju, Cidade Nova, Mangueira, Vasco da Gama e Ilha de Paquetá não possuem unidades dos supermercados aqui analisados. Alguns desses bairros, caracterizam-se pelo baixo número populacional, o que em parte justifica a pequena prevalência de equipamentos; outros possuem características do que define o IBGE como aglomerados subnormais, ou favelas, que tanto nesta AP como nas demais apresentam, em trabalho de campo, dinâmicas próprias de abastecimento de alimentos frescos, a partir de pequenos mercados e bancas de ruas, dinâmica que se aproxima das ideias de circuitos inferiores e superiores.

Em ambos os casos, na prática, pode-se inferir que a aquisição de alimentos pela população residente em algumas localidades desta AP pode ficar comprometida pela baixa disponibilidade de equipamentos de varejo, tanto privados como públicos. A tabela abaixo

apresenta a distribuição de lojas por bairros, bem como de feiras. A inclusão da localização das feiras nos bairros da AP1 tem como objetivo mostrar que se trata de uma área com carência de equipamentos supermercadistas, assim como de feiras livres, mesmo sendo uma região cuja ocupação população remete a longas datas.

Tabela 20 – Distribuição por RA de feiras livres e redes de supermercados na AP1

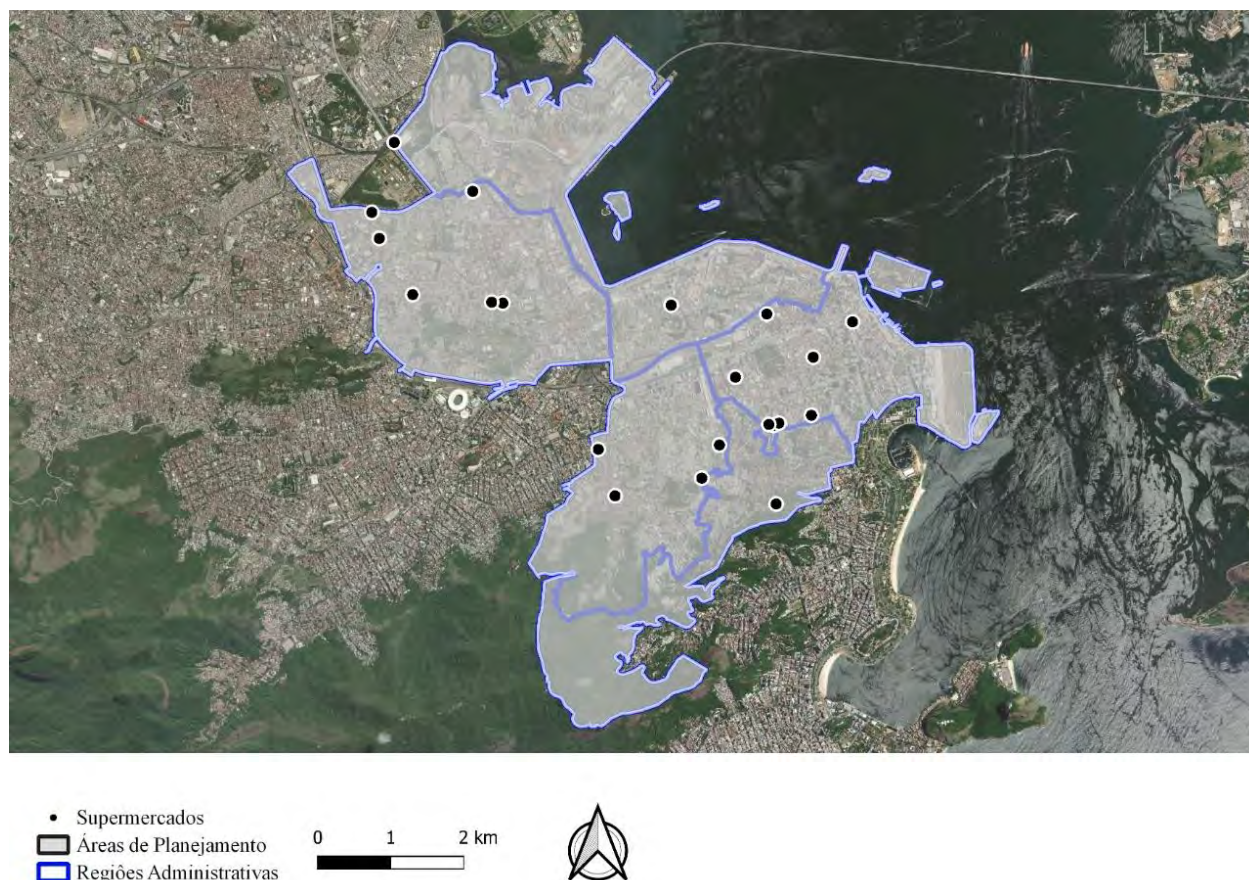
RAs AP1	Estimativa populacional (2020)	Bairros AP1	Número de lojas de supermercados	Número de feiras livres
I - Portuária	47.837	Saúde		1
		Gamboa	1	
		Santo Cristo	1	
		Caju		1
II - Centro	43.019	Centro	5	
		Lapa	2 ¹⁰⁸	2
III – Rio Comprido	79.786	Catumbi	2	1
		Rio Comprido	1	2
		Cidade Nova		1
		Estácio	1	1
VII – São Cristóvão	84.622	São Cristóvão	1	2
		Mangueira		
		Benfica	4	
		Vasco da Gama		
XXI – Ilha de Paquetá	3.868	Paquetá		
XXIII – Santa Teresa	40.682			
		Santa Teresa	1	1
Total	299.814		21	12

Fonte: elaboração própria.

No mapa abaixo, há a localização das lojas, distribuídas entre as RA da AP1. Embora nosso foco seja o varejo alimentar é importante notar que, se por um lado, a região perde a condição de nó e se torna um espaço ausente de supermercados e feiras livres, por outro há uma ampla oferta de alimentos para pronto consumo, em alguns de seus bairros, notadamente no Centro da cidade.

¹⁰⁸ Nota-se uma imprecisão no que se refere à identificação da localização por bairros, especialmente na delimitação do bairro “Centro”. Optou-se por utilizar a informação disponível nos sítios eletrônicos das lojas, porém, a partir de pesquisa empírica, sabe-se que algumas lojas classificadas como Centro, em verdade, localizam-se no bairro Lapa.

Mapa 6 – Distribuição das redes de supermercados por RA - AP1 (2021)

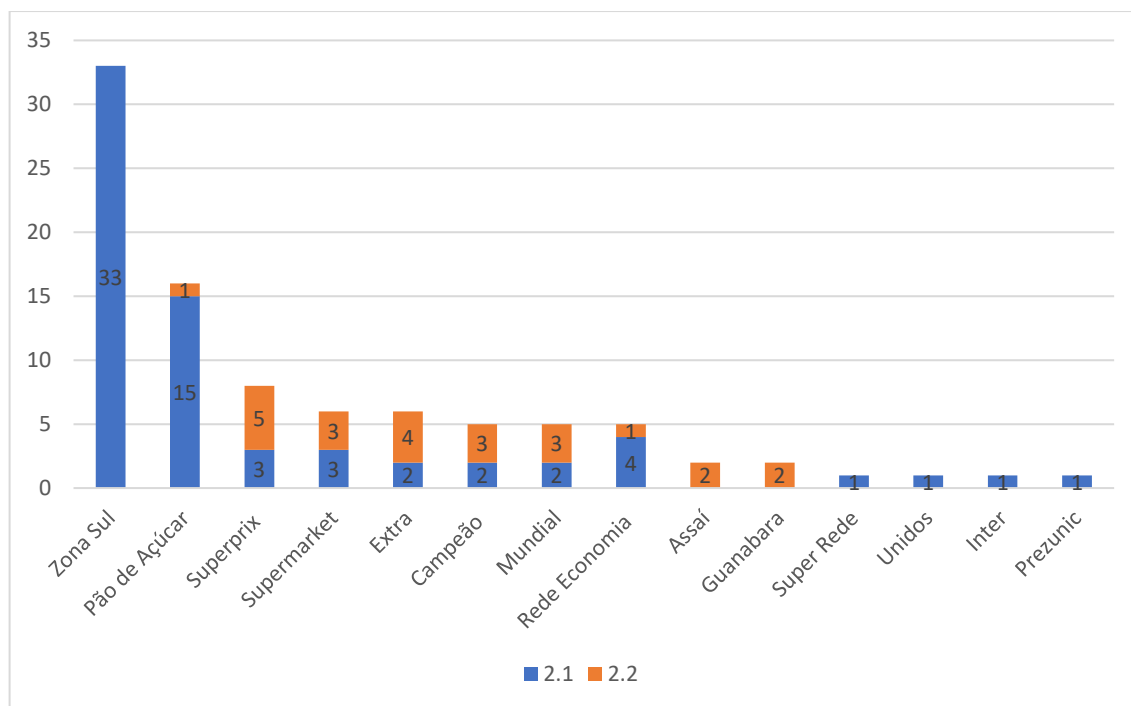


Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

4.1.2 A Área de Planejamento 2 como vitrine do “bom” e “moderno” varejo alimentar

Conforme apresentado no terceiro capítulo, foram nos bairros que integram a AP2 que os primeiros supermercados do Rio de Janeiro surgiram (CYRILLO, 1987; LAVINAS; NABUCO, 1992; CHIODO, 2010). Desde seu início, quando eram, nesta região, mais frequentes e muito mais dispersos (BECKER, 1966, p. 55), e sobretudo atualmente, os supermercados desta AP caracterizam-se por serem supermercados de área de venda não muito extensa, já que estes são bairros densamente povoados cujo solo urbano possui um alto valor, especialmente em se tratando da AP2.1, que abrange a Zona Sul da cidade. Já na RP 2.2, temos a presença de supermercados que apresentam maiores superfícies, como o Supermercado Extra, o Guanabara e o próprio atacarejo Assaí. Comparando-se as duas Regiões de Planejamento dessa AP, a maior prevalência de lojas é na R.P 2.1. As duas redes com maior presença nessa AP são Zona Sul (33) e Pão de Açúcar (16), ambas localizadas basicamente na RP 2.1.

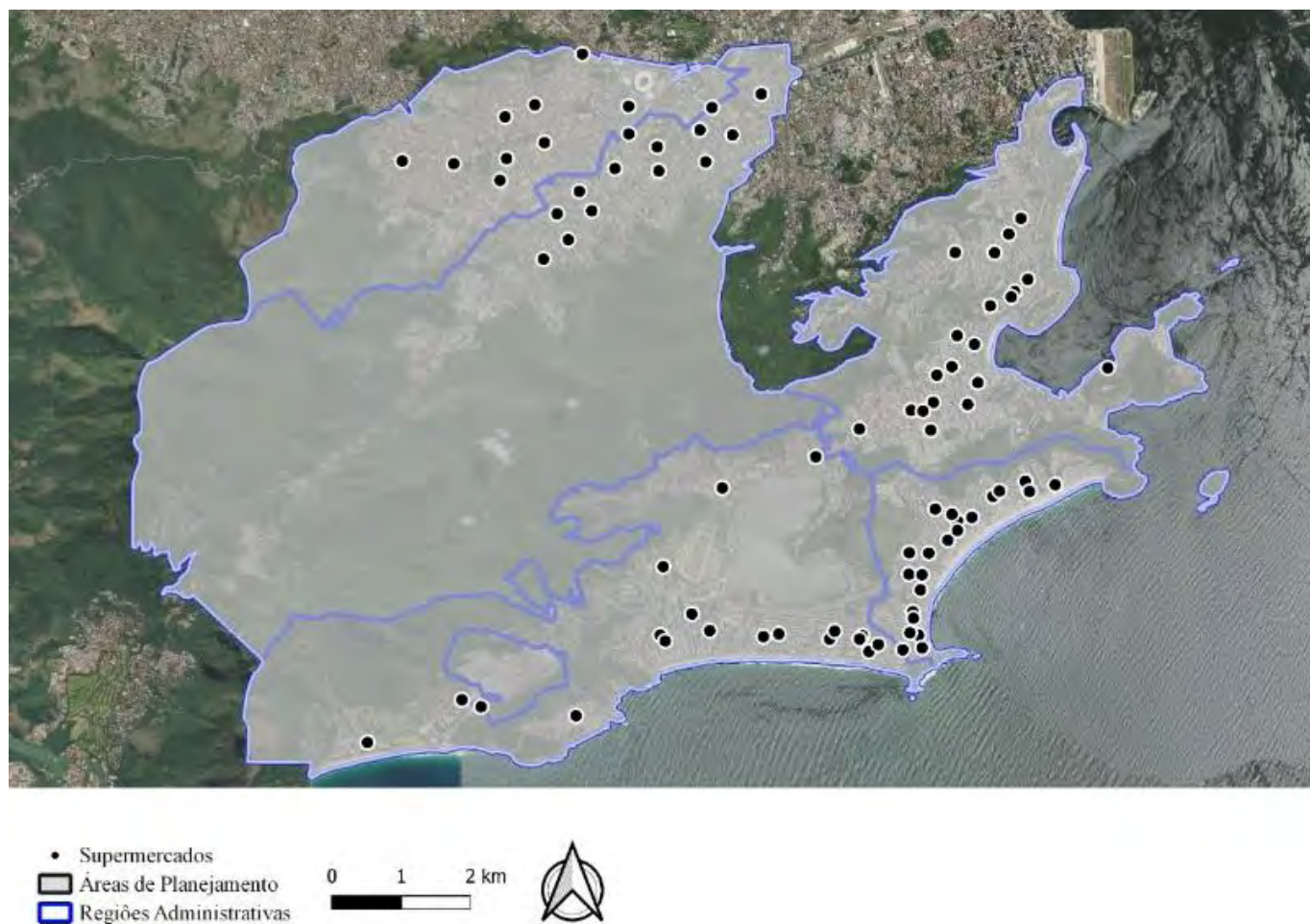
Gráfico 32 - Presença das redes analisadas na AP2



Fonte: elaboração própria.

O mapa abaixo mostra a localização das lojas analisadas por RA da AP1. Na tabela abaixo também é possível identificar o número de lojas por bairro, e há uma significativa concentração de lojas, especialmente nos bairros Copacabana, Botafogo e Tijuca. Através do mapa, percebem-se regiões de moradia próximas às áreas verdes ausentes de lojas em ambas as RP, indicando ausência de estabelecimentos supermercadistas em áreas de favela. Conforme já indicado, são exceções as lojas da Rocinha e do Vidigal.

Mapa 7 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP2 (2021)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Tabela 21 – Distribuição por RA de feiras livres e redes de supermercados na AP2

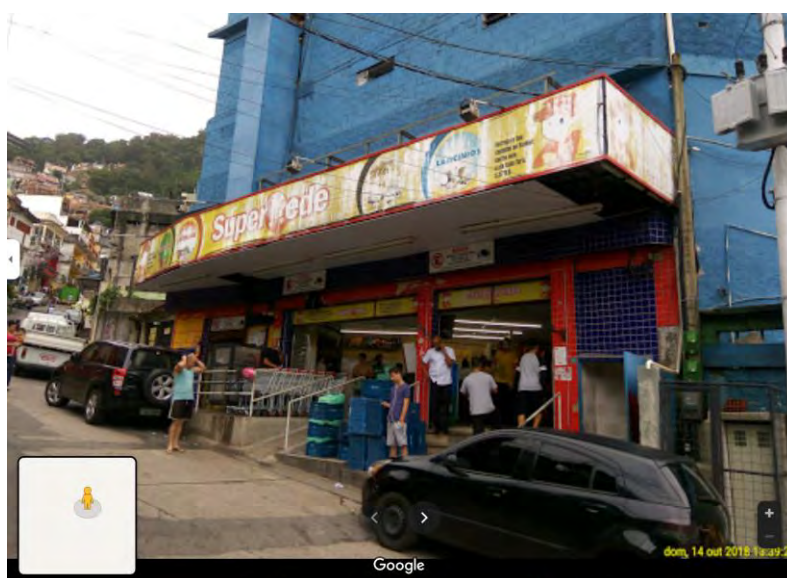
RAs AP2	Estimativa populacional (2020)	Bairros AP1	Número de lojas de supermercados	Número de feiras livres
IV - Botafogo	255.992	Botafogo	12	5
		Flamengo	4	1
		Glória		1
		Laranjeiras	3	2
		Catete	2	
		Cosme Velho		
		Humaitá	1	1
V - Copacabana	178.424	Urca	1	1
		Leme	1	1
		Copacabana	22	3
VI - Lagoa	181.334	Ipanema	8	3
		Leblon	5	1
		Lagoa		1
		Jardim Botânico	3	1
		Gávea	1	1
		Vidigal	1	
		São Conrado	3	
XXVII - Rocinha	64.869	Rocinha	1	
VIII - Tijuca	195.746	Praça da Bandeira	1	1
		Tijuca	15	6
		Alto da Boa Vista		
IX – Vila Isabel	197.793	Maracanã	1	2
		Vila Isabel	3	2
		Andaraí	3	2
		Grajaú	1	3
Total	1.074.158		92	38

Fonte: Elaboração própria.

Ao analisar a distribuição das lojas por RA e bairros, a RA de Botafogo é a primeira da AP2. Em seu trabalho, Lavinias e Nabuco (1992, p. 34) já afirmavam que Botafogo se destacava já antigamente como bairro com muita diversidade de supermercados. Embora a RP 2.1 seja a região da cidade mais rica e com maior prevalência de população branca, à luz da ideia das regiões com “buracos”, sabe-se que há ali favelas distribuídas por vários de seus bairros e que, com certeza, trazem implicações para se pensar o varejo. Apesar do predomínio de redes como Zona Sul e Pão de Açúcar, explicitamente dirigidas para público A e B, encontram-se também unidades de

mercados como o Mundial e outros como o Campeão. É também comum que haja comércio informal de alimentos nas principais entradas (“partes baixas”) das localidades de favelas. Reforçando-se a dimensão de segregação da cidade, um destaque da sócio-espacialização das redes nesta região é a presença de alguns mercados cuja orientação notadamente não se destina às classes de maior rendimento justamente em favelas, como a Super Rede, no Vidigal, e o Unidos e Supermarket na Rocinha. Nota-se a ausência do Guanabara, supermercado de grande notoriedade na cidade, na RP 2.1.

Imagem 20 – Imagem retirada do *Google Maps* da unidade do Super Rede no Vidigal



Fonte: *Google Maps*.

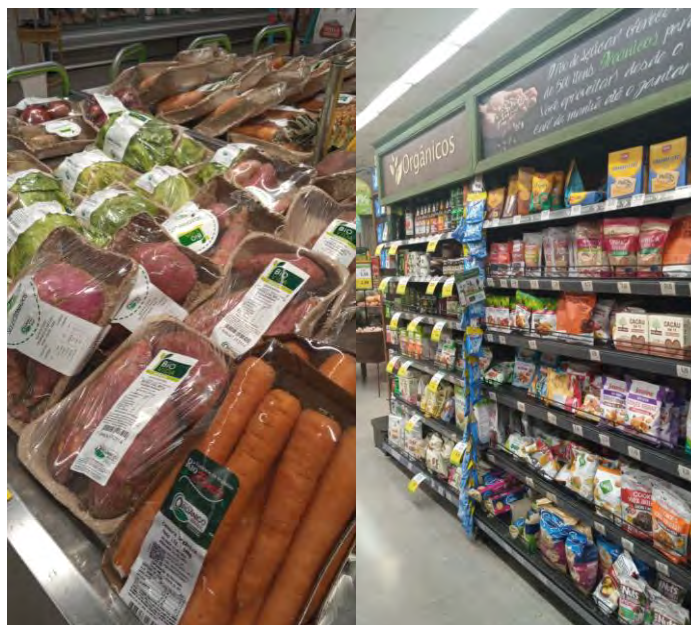
Há também casos nos quais uma rede de perfil “mais popular” expande sua área de atuação, mas, ao expandir para bairros de população com maior rendimento, também faz mudanças estéticas e de estratégias de comercialização. É o caso, por exemplo, da rede Supermarket. Das seis lojas identificadas do Supermarket na AP2, três estão localizadas na Tijuca, duas em São Conrado, sendo uma recentemente inaugurada em agosto de 2021 (TUPI, 2021) e uma em Botafogo, também inaugurada em outubro do mesmo ano. A chegada do Supermarket nesta RA, onde até recentemente não havia ainda unidades, é marcada pela construção de uma loja temática de cinema, homenageando a história do local, marcada por muitos cinemas que ali existiram (REVISTA SUPER NEGÓCIOS, 2021h, p.16). Nitidamente, sua unidade em Botafogo se aproxima do modelo

varejista das lojas como Zona Sul e Pão de Açúcar, distanciando-se do perfil de suas lojas localizadas em outras regiões da cidade.

Numa mesma AP da cidade, diferentes estratégias locacionais evidenciam-se. Ao analisar a RP 2.2 – que compreende a tradicional região que abarca os bairros Tijuca, Maracanã, Vila Isabel, Grajaú, Praça da Bandeira e Alto da Boa Vista –, nota-se a prevalência de outras redes que não as de principal presença na RP 2.1, como os mercados Assaí, Guanabara e SuperPrix. Não há nenhuma unidade do Supermercado Zona Sul na RP 2.2, e apenas uma do Pão de Açúcar.

Em visita às unidades, é possível identificar, especialmente nas unidades das redes Pão de Açúcar e Zona Sul, características pouco presentes em outras redes e regiões, como uma grande diversidade de FLVs de alta qualidade e alimentos e produtos orgânicos frescos e processados, do tipo com baixa caloria, sem glúten e de proteína à base de planta (*plant based*). Em muitos casos, a comercialização desses projetos na loja mobiliza as dimensões de responsabilidade ambiental e de sustentabilidade, aproximando-se do que vimos no trabalho de MicMichael e Friedman (2007). Ribeiro e Assis (2019, p.20), ao analisar a estratégia que a rede Pão de Açúcar desenvolve para a comercialização de FLVs orgânicos, sugere que a empresa tem conseguido construir um posicionamento “mais verde” quando comparado com concorrentes. Notam, porém, que essa estratégia de posicionamento se relaciona com o seu público-alvo, pessoas das classes A e B.

Imagem 21 – Gôndolas com produtos orgânicos em unidades dos Supermercados Zona Sul e Pão de Açúcar na AP2



Fonte: ilustração da autora.

É também especialmente na RP 2.1 onde encontramos uma quantidade não desprezível de supermercados “diferenciados”. Alguns exemplos são o Farinha Pura, localizado na Cobal do bairro Humaitá, uma loja da Korin¹⁰⁹ e a loja A Colheita¹¹⁰. Outra loja que tem despontado como opção para alimentos saudáveis é a La Fruteria, associada da Asserj, que tem uma loja em Ipanema e duas na Barra da Tijuca. Em entrevista com um representante de uma loja de autosserviço orientada para a comercialização de “comida de verdade”, conforme o próprio entrevistado define, afirma-se que os sócios da loja se inspiraram nas mudanças que vinham ocorrendo no varejo norte-americano. O entrevistado também salientou muito desafios para manutenção do empreendimento:

[...] numa viagem lá nos Estados Unidos a gente começou a se empolgar com essa ideia o modelo do supermercado tá falido, tá fracassado para as demandas assim do século XXI, não existe comida de verdade no supermercado moderno, outra coisa que é muito importante para a gente o produtor, o fornecedor é invisível, é invisível no sistema alimentar atual [...] a gente sempre olhou Botafogo vários pontos de Botafogo mas a gente nem pensou se vale a pena abrir uma outra loja menor em Ipanema, Jardim Botânico [...] a renda é altíssima Ipanema, Leblon, Barra por ai vai, mais a gente não tem braço, não braço, não tem dinheiro [...] (Entrevista com representante de uma loja de autosserviço).

¹⁰⁹ Marca reconhecida pela sua linha de carne e derivados de frangos criados livres de antibióticos e anticoccidianos, tendo como base o bem-estar animal.

¹¹⁰ Mercado com hortifruti 100% orgânico que comercializa, segundo a própria marca, comida de verdade. Encerrou suas atividades em agosto de 2021.

O Pão de Açúcar, Zona Sul e esses últimos mercados, embora estejam atentos a questões que não perpassam a prática supermercadista de algumas empresas, poderiam ser elencados como exemplos do que Motta (2021) chama de *class-divided*. É um privilégio de classe no tocante ao acesso a alimentos saudáveis, também exposto na análise de McMichael e Friedmann (2007) sobre o papel das grandes varejistas na comercialização de alimentos orgânicos e a segmentação no regime atual, entre comida para ricos e comida para pobres.

Por fim, vale destacar a abundância de feiras nesta região e analisar como estas se diferem. Tijuca e Botafogo concentram o maior número de feiras livres, seis e cinco, respectivamente. Dentre o total de bairros da AP2, poucos não dispõem de uma feira livre: Catete, Cosme Velho, Vidigal e São Conrado, Rocinha e Alto da Boa Vista. Nos dois primeiros casos, vale destacar que, embora não haja registro de feiras no recorte desses bairros, há feiras próximas em bairros vizinhos. Chama a atenção que justamente os únicos bairros que equivalem a regiões de favela – Vidigal e Rocinha – não dispõem de feiras livres (apesar de haver uma expressiva quantidade de comércio de rua).

Assim como há produtos diferenciados em lojas da Zona Sul, é possível ver situação semelhante em feiras ali localizadas. Em entrevista com um gestor público que atua na área, há um destaque quanto à diferença em termos de tipos de produtos encontrados em feiras que ocorrem em distintas localidades da cidade. Isso remete, uma vez mais, à ideia de divisão em termos de classe, referente à qualidade dos alimentos acessados pela população, não apenas no varejo supermercadista, como também em equipamentos passíveis de uma maior intervenção estratégica sob o ponto de vista da política pública.

[...] você não vai encontrar em Irajá ou em Santa Cruz o cara vendendo queijo canastra, um cara vendendo [queijo] capa preta e você não encontra, você encontra lá um cara vendendo o padrão, queijo minas, um queijo mais baratinho. Mas, assim, na Zona Sul, na Tijuca, na Barra se encontra já produtos mais diferenciados, prova de poder aquisitivo para conhecimento do produto que para você valorizar aquele produto é diferente (Entrevista com gestor público).

4.1.3 O supermercadismo no tradicional subúrbio carioca – A Área de Planejamento 3

Vigário Geral, Lucas, Cordovil, Brás de Pina, Penha Circular, Estação da Penha, Olaria, Ramos, Bom Sucesso, Carlos Chagas, Triagem, Mauá. Trem sujo da Leopoldina, correndo, correndo, parece dizer: tem

gente com fome, tem gente, com fome, tem gente com fome (*Tem gente com fome* – Solano Trindade).

Segundo apontado no Capítulo 3, a AP3 é a região que concentra a maior população do município, assim como o maior percentual de população residindo em áreas de favela. A constituição de núcleos urbanos e mesmo de centralidades ao longo da AP3, como em Madureira, relaciona-se em grande medida com a construção da linha férrea, e este fator também fora relevante para compreender a constituição de alguns dos primeiros mercados ali. Becker (1966, p. 55), por exemplo, diz que cerca oito estabelecimentos de comércio de alimentos se encontravam próximos à estrada de ferro, em Madureira.

Se os primeiros supermercados que se originaram na Zona Sul demoraram para operar nesta região, estabelecimentos da própria região foram aderindo ao autosserviço, o que ficou evidenciado no capítulo anterior, nos casos, por exemplo, do Rainha, Três Poderes e Leão. Além destes, a bibliografia cita também o supermercado Nelson que, segundo a Fundação Abras (2002), teria sido o primeiro supermercado a aparecer no subúrbio carioca. Pela escassez de referências a este supermercado, inclusive nos materiais jornalísticos, não fora explorado no capítulo anterior. Na literatura, rendimento da população e densidade demográfica eram as justificativas para que inicialmente não se expandissem para ali as redes.

À medida que nos afastamos do centro para a Zona Norte, dado o menor poder aquisitivo da população, as formas novas de varejo são mais recentes, em menor número, e altamente concentradas nos subcentros. No subcentro de Madureira, próximo à estrada de ferro, concentram-se a pequena distância um do outro, cerca de oito desses estabelecimentos e nos subcentros dos subúrbios periféricos começam eles agora a surgir, como se verifica em Nova Iguaçu, onde a Supre foi inaugurada há apenas um ano, a Senda há uns seis meses e a Avelino Tôrres inaugurar-se-á em breve (BECKER, 1966, p. 55).

Além de ser a maior área em quantitativo populacional, é também a AP que apresenta historicamente o maior número de feiras livres que, segundo Becker (1966, p. 55), ocorriam semanalmente, muitas aos domingos, pois o pagamento de salários era realizado semanalmente. Ainda hoje, a Zona Norte apresenta um número significativo de feiras denotando uma prática integrada ao cotidiano da vida social nesta região. Essa presença significativa do comércio de rua num contexto de expansão dos supermercados na região fora explorada em algumas matérias de

jornais, que indagavam em que medida esta prática tradicional da região seria um impeditivo para o avanço do supermercadismo ali:

A Zona Norte, na opinião de Henrique Ferreira, já aceita bem os modernismos introduzidos nos supermercados e somente este ano o Mar e Terra estará inaugurando mais quatro auto-serviços, todos na Zona Norte. Defensor da feira livre para a venda de hortigranjeiros e frutas, Henrique Ferreira acha que as distâncias entre as várias lojas de uma cadeia de supermercados e os problemas de estacionamento não permitem que verduras esteja, no supermercado, sempre tão frescas quanto na feira livre, e que nos Estados Unidos o cuidado dedicado pela indústria às embalagens dos produtos é um fato de sucesso absoluto (JORNAL DO BRASIL, 1971b, p. 7).

Além da feira livre, a tradição de comprar em varejos como armazéns era vista como um obstáculo para o avanço do modelo nesta região da cidade. Uma reportagem vincula a expansão do varejo para a Zona Norte com o milagre econômico vivido nos anos 1970, no Brasil.

Para que pudessem crescer e se transformarem em organizações e depois em redes de supermercados, os pequenos empórios de subúrbios usaram de todos os artifícios comerciais: de homens com pernas-de-pau até liquidações de produtos. [...] Essa experiência de venda no varejo, entretanto, fez com que as redes de armazéns demorassem mais em se transformar em supermercados, o que só veio realmente a ocorrer por volta de 1968/69, quando o consumidor carioca tornou-se mais exigente em termos de conforto no atendimento. [...] As lojas foram sendo modificadas aos poucos. Geralmente as novas filiais eram abertas como auto-serviços e as antigas reformadas ou desativadas. A diferença básica entre o varejo tradicional (armazém) e o auto-serviço é o tamanho das lojas, muito maiores no último caso. O processo de transformação foi lento. Durou de 1968 até 1975, mas enquanto se desenvolvia, o setor passava por uma nova fase de expansão, que coincidiu com o período do chamado milagre econômico [...] nessa época, os antigos armazéns – então denominados “lojas de conveniência” – transformam-se em modernas redes de auto-serviços, apesar de continuarem mantendo várias filiais nos subúrbios no esquema antigo de comercialização. Os empresários saem de suas áreas tradicionais de atuação e ganham a Zona Sul, onde o poder aquisitivo é mais elevado. As lojas, por sua vez, tornam-se mais confortáveis e passam a oferecer alguns atrativos extras para os clientes: água gelada, cafezinho, sacolas, entregas a domicílio [...]. As grandes redes varejistas tinham uma outra vantagem que sem querer fez com que provocassem a morte dos antigos armazéns de bairro: o grande poder de barganha. [...] Paralelamente, um novo fenômeno começa a ocorrer: a absorção de grandes cadeias de supermercados por outras redes. O primeiro caso foi o das Mercarias Nacionais (Merci), adquiridas ainda em 1975 pelas Casas da Banha, hoje grupo CB. Depois, seguiram-se o Ideal e o Ensa (de Petrópolis), pela Banha, e o Mar e Terra pelas Sendas (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28).

Na análise dos registros de jornais, foram diversas as reportagens e matérias que comparavam o perfil populacional das Zonas Sul e Norte, muitas de forma pejorativa em relação a esta última. Em uma dessas reportagens (JORNAL DO BRASIL, 1980e, p. 24), comenta-se que um gerente do Supermercado Rainha afirmou que o cliente da Zona Norte é mais fácil de lidar:

“Se um freguês entra com um cachorro, a gente logo enxota os dois para não ter amolação. Na Zona Sul, não. Tem de achar tudo bonitinho, se não, já viu, né? Pode até ser processado”. Outra reportagem (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28) mencionou que o grau de informação dos consumidores da Zona Sul era maior, por isso eles aderiram mais rapidamente ao autosserviço:

[...] os clientes não estavam preparados para aquela novidade. Eles entravam, pegavam os carrinhos, enchiam de mercadorias e saíam sem pagar. [...] os produtos empacotados, [...] eles furavam os sacos para conferir se a mercadoria era mesmo a que estava escrita. Por isso, a loja só funcionou um dia e depois foi reaberta como armazém tradicional (JORNAL DO BRASIL, 1986c, p. 28).

Apesar dessas diferenças, pode-se dizer, desigualdades entre as populações dessas duas regiões da cidade, fato é que o supermercadismo foi se expandindo e se consolidando ali, o que, para um representante do supermercado Mar e Terra, era um indicativo de que “dentro do supermercado, não há diferenças sociais”:

Na opinião dos empresários do setor, a sofisticação não implica em elitização. Muito pelo contrário, a tendência de sofisticação é acompanhada por uma tendência das redes de supermercados se dirigirem para a Zona Norte, onde o poder aquisitivo é mais baixo, apesar do auto-seviço ter começado na Zona Sul. “Antes havia certo preconceito em entrar em supermercado, tanto por parte das pessoas das classes sociais mais altas como das mais baixas. Hoje, isso já acabou: **dentro do supermercado, não há diferenças sociais**” – é ponto de vista do Sr. Henrique Ferreira. “Não há motivos para o consumidor de poder aquisitivo mais baixo não ir aos supermercados, pois se lá as mercadorias são mais baratas” – diz Sr. Climério Veloso. Apesar do local ideal para a instalação de supermercados ser a Zona Sul, onde a população tem um poder aquisitivo mais alto e, consequentemente, poder adquirir os chamados artigos de luxo (que não são tabelados e dão mais lucro à empresa) há uma tendência generalizada das lojas de auto serviço **se espalharem pela Zona Norte e rural**. A explicação dada para isso pelos empresários do setor é que os terrenos da Zona Sul são muito caros e raros e, que no final não compensa construir lojas nesses bairros. “Nossos melhores supermercados estão na Zona Norte, especialmente no realengo; lá os moradores não têm alto poder aquisitivo, mas também não compram apenas arroz com feijão”, diz o Sr. Henrique Ferreira, do Mar e Terra” (JORNAL DO BRASIL, 1974a, p.16, grifo nosso).

Em um anúncio do *Correio da Manhã* (1967, p. 5) que anunciava as lojas que aderiam aos preços Cadep, já era possível identificar uma presença importante de lojas na região da AP3. O anúncio indicava lojas nos bairros Abolição, Bonsucesso, Campo Grande, Bangu, Engenho de Dentro, Irajá, Vigário Geral, Ramos, Parada de Lucas e Madureira. Ao mesmo tempo, mostrava a existência de redes de supermercados nestas localidades e um número bastante expressivo de mercearias. As principais destas são: Mercearias Nacionais, Organizações Magalhães e Mercearias

Vista Alegre (JORNAL DO BRASIL, 1967, p. 5). Da mesma forma, nos dados de lojas dispostas em *Jornal do Brasil* (1978e), das 228 lojas, 85 localizavam-se onde hoje é a AP3.

Embora não se tenha analisado em termos mais quantitativos, fica notório, pelas matérias de jornais, uma prevalência de matérias relatando casos de furtos e afins em lojas na Zona Norte ou em seu entorno. As narrativas jornalistas reforçam a distinção classista feita em algumas reportagens, segundo a qual o público da Zona Sul, sofisticado, estaria mais afeito e adaptado ao modelo do varejo dito moderno. Numa reportagem acima citada que entrevistou um gerente do supermercado Rainha (JORNAL DO BRASIL, 1980e, p. 24), ele afirma que, na Zona Norte, as mercadorias geralmente são entregues de dia, devido aos assaltos: “Os gerentes da Zona Norte reclamam geralmente dos furtos e da quantidade de pessoas que ‘pedem coisas’ [...]. Na Casas Sendas do Leblon, o Sr. Capetini, gerente, afirmou que ‘os clientes da Zona Sul querem qualidade, enquanto os da Zona Norte querem preços baixos’”.

Outro caso que ganhou notoriedade, ocorrido em 1962, foi uma sequência de saques a estabelecimentos de varejo alimentar que, iniciados na Zona Norte, se alastraram por toda a cidade, chegando até a alguns municípios vizinhos. Vários supermercados foram atingidos, como o Sendas e o São João. Abras (2002, p. 64) também cita outro caso de saques na região da Zona Norte: “Os comícios, concentrações e greves eram formas usuais de manifestação, embora tenham se verificado outras, mais incisivas, que denunciavam a insatisfação sentida pela maioria da população urbana”. Este trecho encontrado em Abras (2002, p. 43) explora um desses casos de assaltos e furtos.

Era 1956. O supermercadismo chegava festivamente em Cascadura. Razão social do estabelecimento: Supermercado Nelson. A loja, de propriedade de Nelson Rocha de Deus, tinha tamanho descomunal para os padrões da época – 1.200 metros quadrados de área de vendas. A inauguração agitou a comunidade, que se roía de expectativas diante da novidade, anunciada até mesmo por Abelardo Chacrinha Barbosa em programas de rádio. Dizia-se à larga, que geladeiras e outros eletrodomésticos seriam vendidos a preço de custo. [...]. Cheios de curiosidade, os cascadorenses congestionaram o trânsito nas adjacências da loja. [...] Após tempestade tropical de dimensões catastróficas, em que funcionários inexperientes e consumidores vorazes se digladiaram a socos e pontapés, a terrível constatação: a loja havia sofrido pilhagem generalizada, não ficara nada sobre nada, prejuízo total. Epílogo: esse pioneiro do supermercadismo, justissimamente alarmado, desistiu do auto-serviço e reabriu a loja meses depois no sistema tradicional” (ABRAS, 2002, p. 43).

Atualmente, a AP3 é uma região que tem uma presença expressiva e importante de redes supermercadistas e, embora não tenda sido a região pioneira na instalação do varejo de autosserviço,

logo nas primeiras décadas de seu desenvolvimento foi onde o setor começou a se expandir. Da mesma maneira que na AP4 e AP5, já há supermercados de maior porte, inclusive hipermercados e atacarejos. Com exceção de Zona Sul e Pão de Açúcar, todos os demais, dentre os analisados, estão presentes na AP3. Na tabela abaixo, vê-se, por supermercadista, o número de lojas na AP3, onde se pode ver que Supermarket e Rede Economia são as redes com maior presença ali, seguidas de Campeão, Inter e Exta. Vale lembrar que, embora se estejam analisando em separado as redes Rede Economia e Campeão, houve recentemente a aquisição da segunda pela primeira, o que a tornaria a primeira da lista, com 30 unidades. Dos atacarejos, o destaque vai para o Assaí, com cinco unidades. Guanabara e Mundial possuem, respectivamente, oito e seis lojas.

Tabela 22 – Número de lojas dentre as redes pesquisadas na AP3

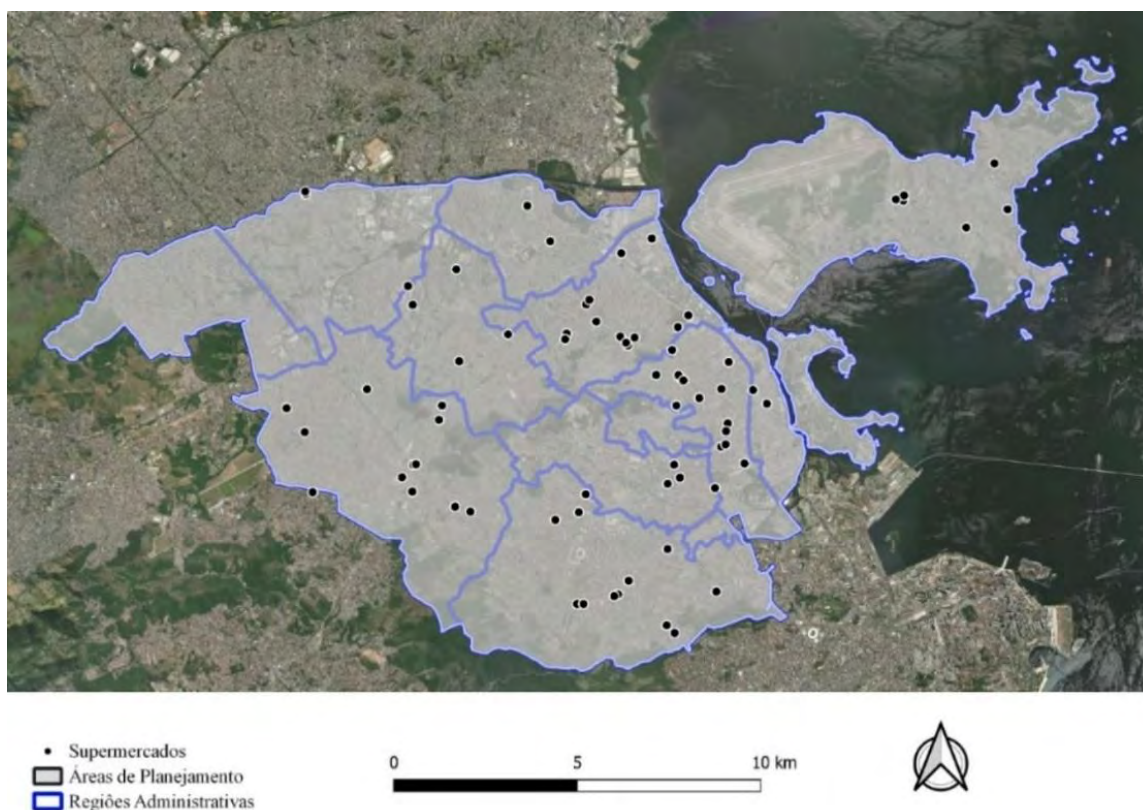
Supermarket	19
Rede Economia	19
Campeão	11
Inter	10
Extra	10
Prezunic	9
Guanabara	8
Multi Market	8
Mundial	6
Assaí	5
Super Compras	5
SuperPrix	4
Unidos	4
Atacadão	3
Super Rede	2
Carrefour	1
Mega Box	1

Fonte: Elaboração da autora.

No mapa abaixo, há distribuição das lojas analisadas por Região Administrativa, sendo a RA XIII aquela com maior número de lojas, 25 lojas. Esta região compreende um conjunto de bairros: Jacaré, São Francisco Xavier, Rocha, Riachuelo, Sampaio, Engenho Novo, Lins de Vasconcelos, Méier, Todos os Santos, Cachambi, Engenho de Dentro, Água Santa, Encantado, Piedade, Abolição e Pilares. Na sequência é a RA XV, Madureira, e a RA XIV, Irajá, que apresentam o maior número de lojas, com 20 e 17 lojas, respectivamente. A RA com menor número

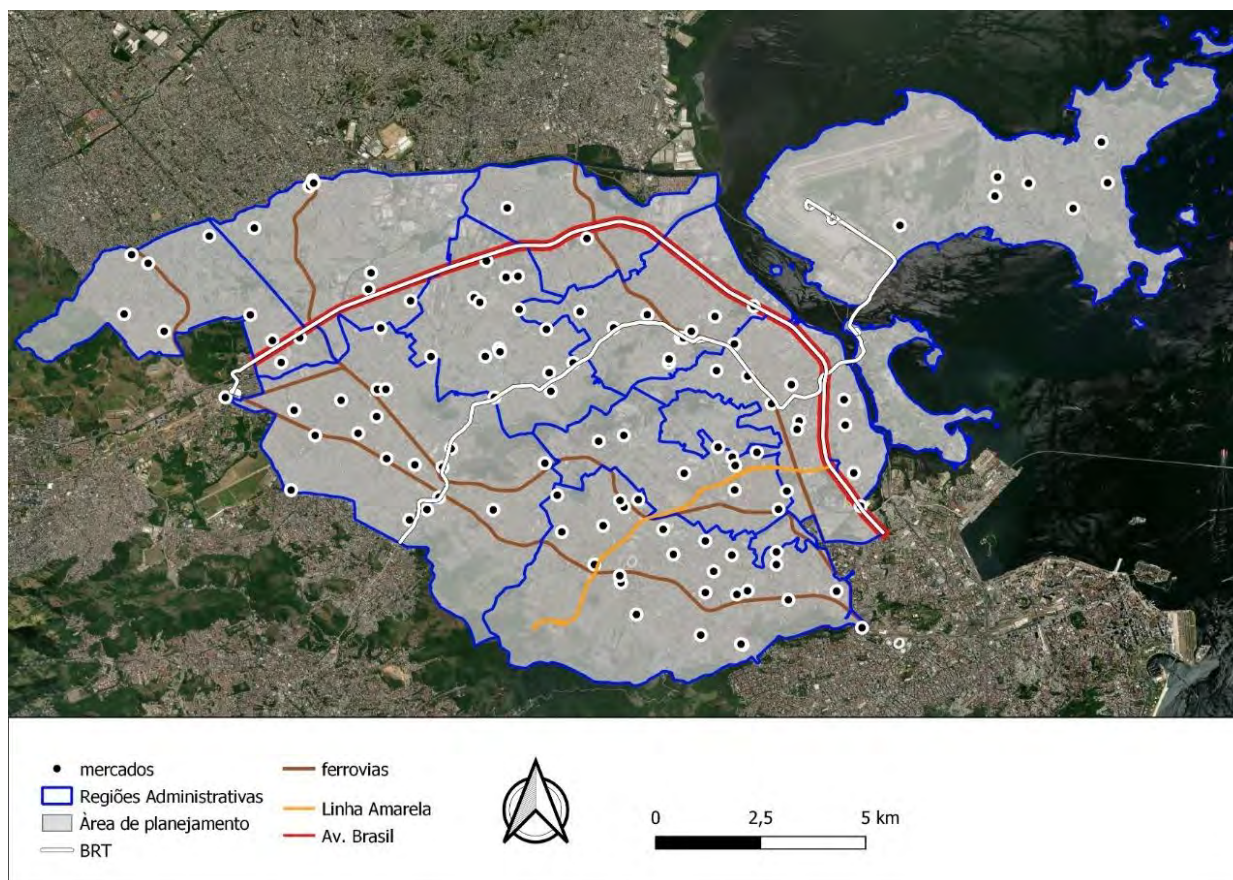
de lojas é a XXVIII, Jacarezinho, com apenas uma loja da rede Multi Market. Depois, são as RA XX, Maré e a RA XXXI, Vigário Geral, que apresentam o menor número de lojas, três e quatro no total, respectivamente. Na Maré, há duas lojas da rede Supermarket e uma da Unidos. Já na RA Vigário Geral são um Campeão, um Super Rede, um Inter e um Rede Economia, que se distribuem, porém, entre os bairros Jardim América, Parada de Lucas e Cordovil. No bairro em si, do Vigário Geral, não foi registrada qualquer loja, dentre as pesquisadas.

Mapa 8 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP3 (1978)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Mapa 9 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP3 (2021)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Comparando-se o mapa atual com a distribuição das lojas identificadas em 1978, é expressiva a expansão territorial do varejo supermercadista nesta AP. A RA de Anchieta, por exemplo (XXII), não apresentava nenhuma loja, ao passo que hoje contabiliza nove lojas, dentre elas uma unidade da Rede Economia, localizada no Shopping Guadalupe, que fica às margens da Avenida Brasil. A RA Pavuna também tinha uma presença quase inexpressiva, e hoje conta com oito lojas, dentre as redes aqui analisadas. É expressivo o número de pontos comerciais em regiões subcentrais, como nos bairros Meier, Cascadura, Madureira, dentre outros. Muitas vezes próximo a estações de trem, metrô e BRT¹¹¹, tem-se a instalação tanto de lojas supermercadistas como também de comércio informal.

¹¹¹ Do inglês, *Bus Rapid Transit*, é um sistema de transporte público que opera com uma faixa de rodagem exclusiva que atende várias regiões da Zona Oeste e Norte (inclusive, conectando-as, desde a Barra da Tijuca até A Ilha do Governador, através da RA Jacarepaguá).

Imagem 22 – Lojas de supermercado próxima à estação de trem Osvaldo Cruz



Fonte: ilustração própria

Além das feiras, atores econômicos de menor porte e um varejo informal são muito presentes nas ruas da Zona Norte, especialmente nos territórios de favelas e seu entorno, conformando dinâmicas locais de abastecimento, embora a ideia de local aqui esteja distante da verificada em bibliografia anterior. A ausência de registro de lojas dentre as redes aqui pesquisadas não significa ausência de (super)mercados e comércio de alimentos. Por exemplo, na Maré, há um conjunto de lojas de uma mesma marca distribuídas em toda a favela, conforme destaca em entrevista uma ativista pela agricultura e pela alimentação que conhece a região. Da mesma forma, tem-se uma variedade de comércio de lojas e ruas de alimentos, indo desde alimentos frescos, com destaque para o pescado, como alimentos ultra-processados e alimentos preparados, como doces e empadas. O relato evidencia um dinâmico comércio que se encaixa em alguns aspectos na definição do “circuito inferior” da economia, e chama atenção para uma rede de abastecimento que poderia se chamar em alguns aspectos “alternativa”, embora o conceito aqui não necessariamente se encaixa na concepção que Goodman et al. (2012). Na perspectiva dos sistemas multiescalares (MALUF, 2021), o relato chama a atenção para a possível diversidade de sistemas alimentares existentes em sub-regiões do município:

Nunca vou no Atacadão pois é contramão e tem que ter carro, o custo não justifica (...). Temos feira, que não é orgânica nem agroecológica, no sábado, e temos sacolões, hortifrutis. Temos um mercadinho que se chama Pechinxete que tem em todas as 16 Marés e muitas vezes mais de um, que é o mais barato. Quando não compramos nele, vamos ao Guanabara, mas como tem que pegar transporte depende da quantidade para valer à pena. (...) Tem muitos quiosques de comida pronta aqui. As peixarias são barraquinhas na rua todos os dias. Os pescadores vêm de alto-mar, dividem o peixe entre si, e também passam vendendo no carrinho de mão ou na caixa de venda. Eles passam na porta dizendo, por exemplo, “dez peixes por dez reais”. Eu sempre compro para a família (...) é tudo muito fresco. (...) Nos sacolões todo dia chega produto (...) até queijo ele trás de Minas [Gerais] (entrevista com ativista pela agricultura e a alimentação).

É bastante comum em alguns importantes pontos de ônibus, trem ou metrô o comércio informal de alimentos de todos os tipos. Embora, em muitos casos, a prevalência seja de ultraprocessados, são significativos os números de pontos comerciais de alimento para pronto consumo (por exemplo, sanduíches, cafês, tapiocas) e alimentos frescos. Ou seja, esses pontos importantes na circulação de pessoas tornam-se referência para o comércio de alimentos, seja formal ou informal. Em trabalho de campo nas imediações na estação de metrô no bairro Coelho Neto – ponto estratégico de ligação da zona norte com a zona oeste e outros municípios da baixada fluminense – há uma unidade varejista e também um comércio extensivo de alimentos. A loja, hoje da rede Inter, antigamente era Supermercado Rainha; próximo a ela, duas das barracas que vendiam frescos são pontos comerciais de longa data: um senhor, de origem maranhense, trabalha ali vendendo legumes há 20 anos, o outro, comercializa frutas há cerca de sete. Ambos moram próximo ao local. Por ser um ponto central de circulação de trabalhadores, as barracas de rua funcionam 24 horas. Quando perguntado se o supermercado atrapalhava as vendas deles, respondeu rindo: “Não, nem eu as dele”.

Imagem 23 – Loja Inter e comércio de alimentos na altura da estação Metro Colho Neto



Fonte: ilustração própria

4.1.4 Do Joá ao Grumari: desigualdades e distintas experiências de consumo na Área de Planejamento 4

A AP4 é a região da cidade com maior crescimento populacional nas últimas décadas. Essa vertente sul do Maciço da Pedra Branca sofreu significativas transformações nas últimas décadas. A primeira inferência necessária é destacar a diversidade e as desigualdades significativas que existem entre as RP e RA desta área da cidade. A AP4 talvez seja a AP que menos deve ser vista como um bloco monolítico, por isso, também aqui, como foi feito na AP2, RP e RA serão analisadas separadamente.

Início pela RP4.2, chamada Barra da Tijuca e engloba Joá, Itanhangá, a própria Barra da Tijuca, Camorim, Vargem Pequena, Vargem Grande, Recreio dos Bandeirantes e Grumari. Parte dessa área da cidade viveu uma forte expansão urbana a partir dos anos 1990, calcada na expansão do capital imobiliário. Marcadas pela presença de espaços residenciais fechados (SPOSITO, 2013, p. 68), estas regiões geraram formas particulares de segregação sócio-espacial denominada por muitos autores como autosegregação, trazendo complexidades à análise dos processos de estruturação urbana (SPOSITO, 2013; SOUZA, 2013). Souza (2013, p. 135) as classifica como: “espaço por excelência da autosegregação em terras cariocas”. Mais recentemente, essas

localidades foram substancialmente modificadas sócio-espacialmente no processo de transformação do Rio, no contexto dos megaeventos (COSENTINO, 2015).

Este modelo é o que vai gerar o que Sposito chama de espaços privados de uso coletivo, expressão que utilizo como referência para descrever o modelo de aquisição de alimentos através dos supermercados. Sposito (2013, p.69) define essa expressão enquanto a negação do sentido do espaço público, o que me pareceu bastante adequado para ser utilizado como definidor do formato supermercado como equipamento de aquisição de alimentos. Em termos de bairro, Barra da Tijuca apresenta o maior número de lojas (21), seguido de Taquara (14), Jacarepaguá (7) e Recreio (7). Sob o ponto de vista imobiliário, incorporaram-se sobretudo as populações de classes média e médio-alta. Grande parte dos hipermercados se instalou nos bairros Barra da Tijuca e Recreio, devido a suas características espaciais, como os hipermercados das lojas Disco e Pão de Açúcar.

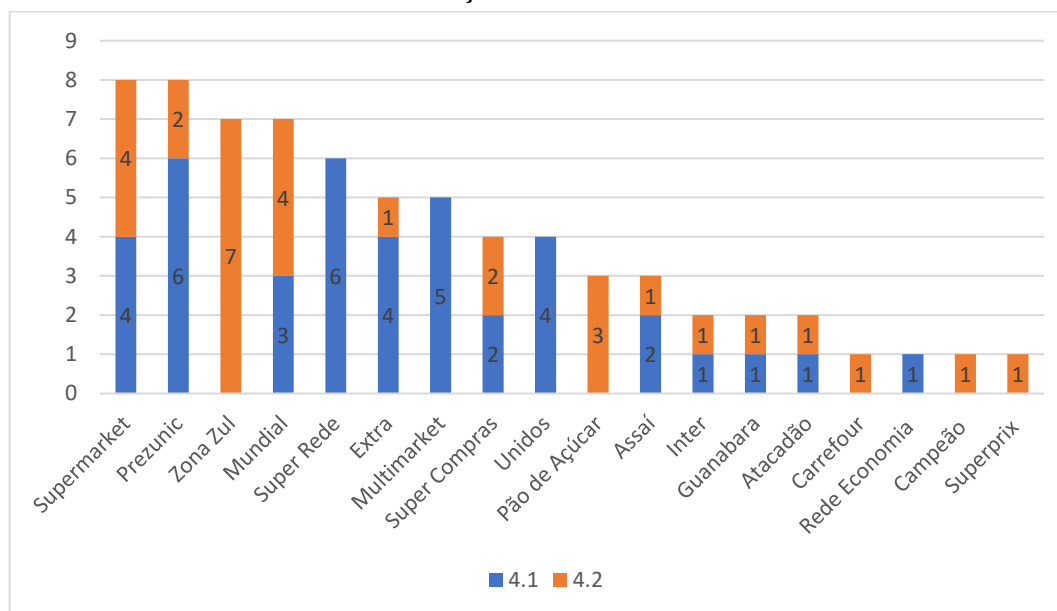
Essa forma urbana calcada na segregação e autosegregação também se manifesta de alguma forma nas expressões do varejo supermercadista ali localizadas. Dois exemplos extremos são uma loja da Zona Sul, dentro de um condomínio, e outra dentro de um shopping, o Barra Square, ou seja, lojas em duas formas urbanas consideradas na literatura como exemplos de segregação e autosegregação: condomínios fechados e shoppings. É lá também, especialmente nesses espaços “autosegregados”, que a adoção de algumas das mais recentes tecnologias tem sido verificada. Por exemplo, o uso do reconhecimento facial para o pagamento de compras será primeiramente experimentado pelo Supermercado Zona Sul, em uma de suas unidades da Barra, que se localiza dentro de um condomínio, o Santa Mônica: “Para que o cliente leve suas compras sem precisar sacar a carteira ou o celular, deve fazer o cadastro num aplicativo que grava a imagem de seu rosto e armazena o número de cartão de crédito no qual será cobrado o valor gasto” (O GLOBO, 2021b). A tecnologia foi desenvolvida pelo supermercado em parceria com uma *startup*. Em seguida, a previsão é de adoção em lojas nos bairros Ipanema e Leblon, ambos na AP2. A loja da Barra da Tijuca também foi precursora na testagem de entregas de compras com drones terrestres (O GLOBO, 2021a), porém, a ação foi suspensa porque os resultados não atenderam o esperado. Outro pioneirismo na região é a instalação da “Spid 35”, uma nova bandeira Cencosud, em formato de *container*. Santos (2008, p. 43), ao analisar a diferenciação entre os circuitos superior e inferior, destaca dois componentes principais: tecnologia e organização. É interessante perceber como isso reverbera na rede supermercadista, pois é ali que se localizam algumas das principais inovações do setor, muitas delas justamente calcadas nesses dois elementos.

Ao mesmo tempo, a mesma RP que contempla a região da Barra e do Recreio é a que engloba bairros como Vargem Grande, Camorim e Vargem e Pequena. Nos dois primeiros ainda não há unidade dentre os supermercados analisados, e o último apenas recentemente recebeu uma loja dentre as redes analisadas, a Rede Super Compras, em fevereiro de 2021. É necessário destacar que, nessas regiões, constam experiências de produção de alimentos, de comercialização informal de alimentos produzidos nestas localidades, de realização de uma feira “da roça” semanalmente e é onde também estão localizados dois quilombos, o do Camorim e o Astrogilda.

Já a RP 4.1, denominada Jacarepaguá, abarca uma ampla região, as XVI RA – Jacarepaguá, Anil, Gardênia Azul, Curicica Freguesia, Pechincha Taquara, Tanque, Praça Seca e Vila Valqueire – e a XXXIV RA – Cidade de Deus. A RA XVI abarca uma extensa porção territorial com presença diversa de lojas. Na RA Cidade de Deus, há um supermercado registrado (Unidos) e duas lojas, do Prezunic e Super Compras, registradas em locais bem próximos à RA Cidade de Deus, embora no sítio eletrônico das lojas estejam consideradas como Taquara. Aqui, também se chama a atenção para a diversidade de sócio-espacialidade. Por um lado, diversas localidades vieram a reproduzir o modelo residencial e de cidade tradicionalmente percebido no eixo Barra-Recreio, podendo identificar algumas similitudes em termos das práticas verificadas. Por exemplo, em novembro de 2021, o Prezunic inaugurou uma loja num novo shopping da região (JORNAL DO BRASIL, 2022).

Nota-se, porém, que as lojas desta região não são as mesmas da R.P. 4.2, conforme gráfico abaixo. A diferenciação entre 4.1 e 4.2 é evidenciada quando se analisam as redes de maior incidência em cada uma dessas RA. Enquanto na 4.2 a rede com maior presença é o Zona Sul (com sete lojas), na 4.1 é a Super Rede e o Prezunic. Supermercados como Unidos, Multi Market, Rede Economia e os atacarejos Assaí e Atacadão aparecem apenas na 4.1. Além do Zona Sul, o Pão de Açúcar e SuperPrix, Carrefour e Campeão, opostamente, aparecem apenas na 4.2. Algumas bandeiras aparecem em ambas as regiões, como do Supermarket, com quatro lojas em cada uma, além de Super Compras, Extra Guanabara, Inter, Mundial e Prezunic.

Gráfico 33 - Presença das redes analisadas na AP4



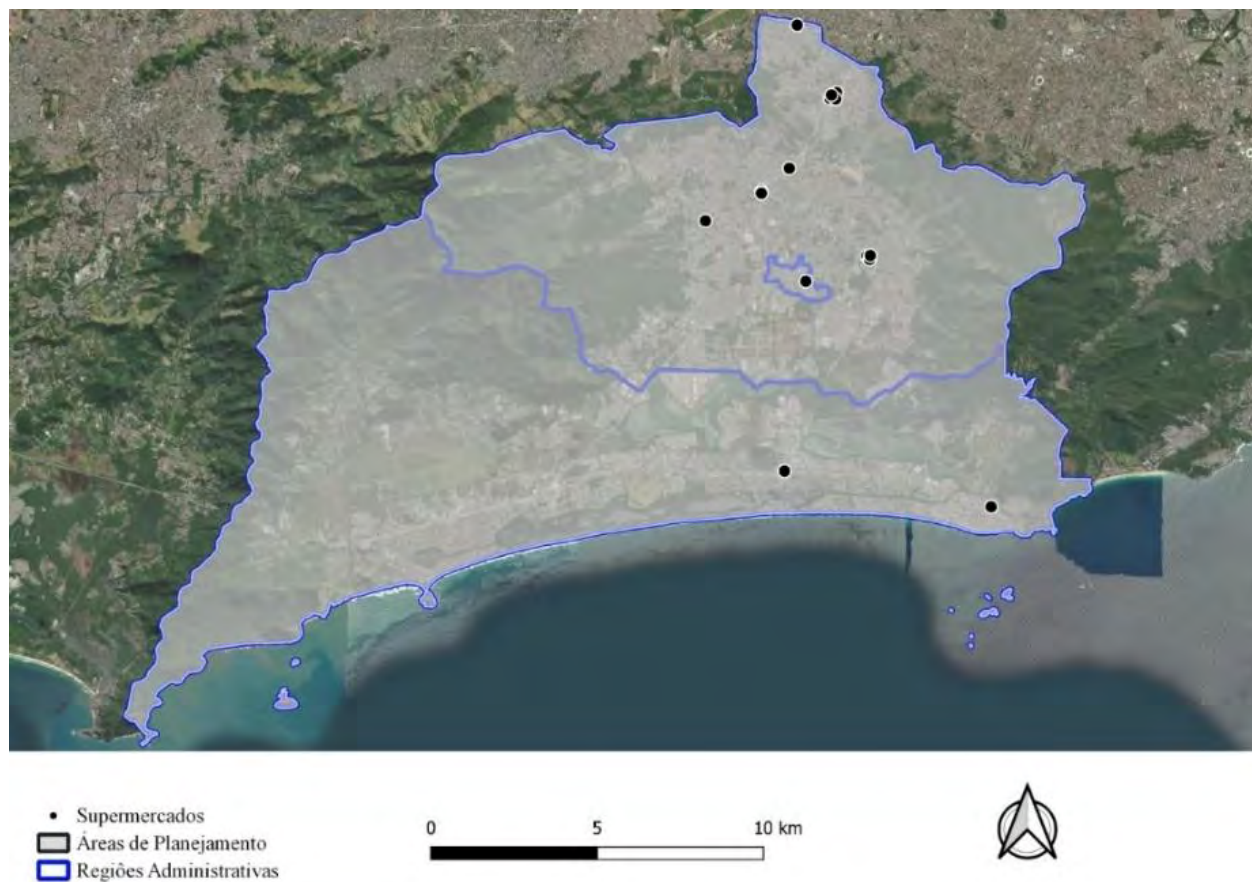
Fonte: Elaboração da autora.

Há diversidade e desigualdade presentes nessa AP4 quando se percebe que praticamente todas as redes dentre as analisadas atuam nesta região, exceto dois atacarejos que possuem, cada um, apenas uma loja (O Bom e Mega Box). Apesar da presença de 18 das 20 redes, é perceptível que muitas se concentram em RA específicas. Por exemplo, o Zona Sul aparece apenas na 4.2, enquanto Super Rede, Multi Market e Unidos apenas na 4.1. Outro destaque é que, assim como na análise da AP2, aqui também são escassas as lojas dessas redes em territórios de favela. A RA XXXIV, por exemplo, referente à Cidade de Deus, possui apenas uma loja, da rede Unidos, mesma rede que possui loja na favela da Rocinha.

Considerando os registros de grupos de milícia atuantes nesta área da cidade, sobre esse ponto, cabe também destacar que, em *O Globo* (2019), um importante colunista do jornal comentou: “Um conhecido supermercado fechará uma filial na Zona Oeste. Os milicianos estavam exigindo uma mesada de R\$ 17 mil”. Mais à frente, em dezembro de 2021 (*O DIA*, 2021), fora noticiada a interrupção da construção de um supermercado numa da AP4. Considerando a dinâmica de poder que esses grupos exercem sob os territórios, incluindo o domínio e controle de atividades econômicas, valeria uma análise mais aprofundada sobre as possíveis interações entre esses grupos, equipamentos e dinâmicas de varejo alimentar existentes nessas localidades.

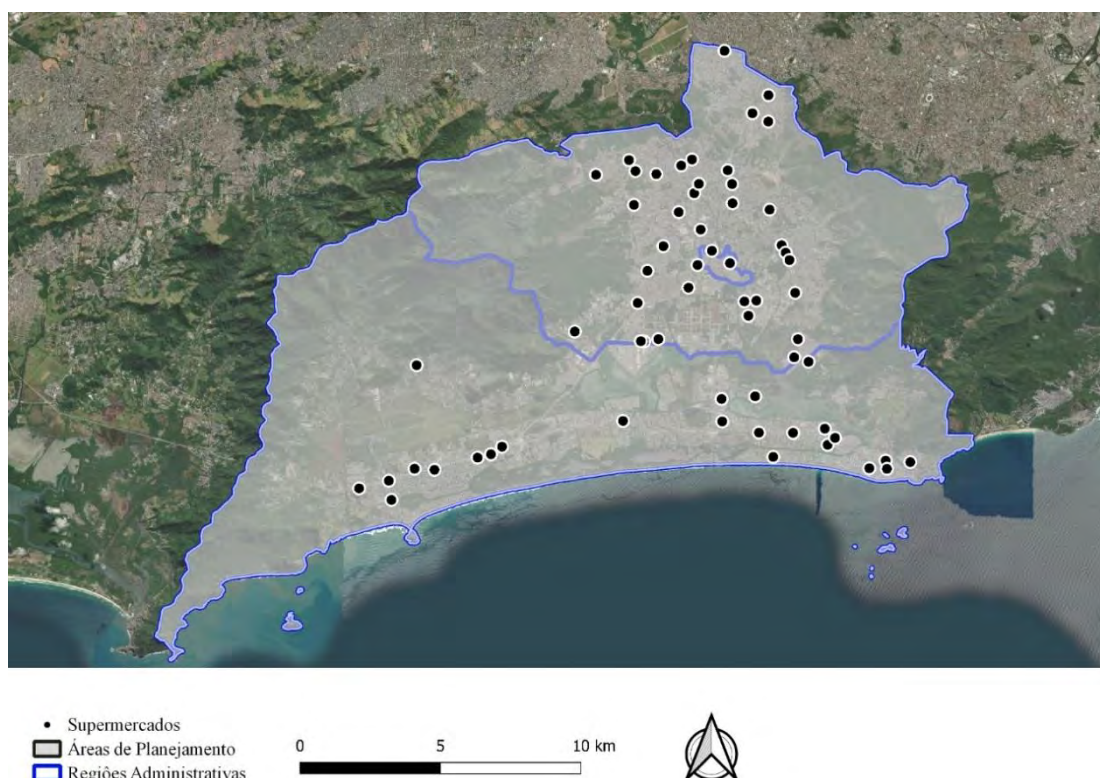
Analisando-se o mapa da localização das lojas em comparação com os dados obtidos de 1978, é notória a expansão territorial que ocorreu nessa AP. Aqui é perceptível como a expansão imobiliária é acompanhada da expansão do varejo supermercadista.

Mapa 10 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP4 (1978)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Mapa 11 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP4 (2021)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Por fim, cabe aqui ressaltar que as regiões das Vargens e da Lagoa de Jacarepaguá cumpriram historicamente um papel de produção de alimentos. Em entrevista com um ativista em torno das agendas da agricultura e da alimentação, tomou-se conhecimento da existência no passado de mercado do produtor na Barra da Tijuca e de uma antiga feira em um posto agrícola na Taquara. Este, mesmo entrevistado, comentou sobre a participação da região na produção de alimentos, destinada a programas de ajuda alimentar:

Eu entrei em 32 comunidades carentes do RJ e da baixada de JPA. Todas essas comunidades de Jacarepaguá, fui em quase todas elas. [Eram] 32 pontos de venda de sacolão volante, eu fui o quarto sacolão volante móvel do Estado do Rio de Janeiro. Abasteceu e foi realmente um programa que atendeu às comunidades porque ela veio na articulação de uma produção dos agricultores que produziam. Na época, quando eu consegui esse ônibus, a concessão dele, foi justamente para escoar a produção dos agricultores que às vezes tem uma safra muito grande e às vezes para você vender essa produção pra Ceasa fica meio difícil, ficava longe, que é a central que você tem de abastecimento (Entrevista com um ativista da agricultura e da alimentação).

Mais recentemente, as práticas agrícolas remanescentes dessa região têm ganho maior visibilidade, assim como resultado da mobilização local dois quilombos da região foram oficialmente reconhecidos. A isto relacionado, no bairro de Vargem Grande, existe uma feira denominada “da roça”, que busca valorizar a agricultura local e a alimentação saudável. Tem-se aqui um exemplo diferente dos verificados nos bairros de alto rendimento, já que, embora haja uma variação no preço dos alimentos, esta feira é composta por produtores locais e explicitamente mobiliza valores como soberania e justiça alimentar.

4.1.5 O modelo supermercadista da Zona Oeste extrema – a Área de Planejamento 5

Dentre as cinco AP, esta talvez seja uma das mais instigantes para fins desta análise e por especificidades que serão expostas, sua análise recebeu maior atenção e detalhamento quando comparadas às demais AP. Não é possível iniciar essa apresentação sem antes resgatar sua origem rural, assim como foi feito no item anterior. Até 1975, a região que se tornou a AP5 da capital era considerada a zona rural do estado da Guanabara. Com a fusão dos dois estados – Rio de Janeiro e Guanabara –, passou a se chamar Zona Oeste. De acordo com o Capítulo 3, no início do século a produção dessa região era escoada pelos tropeiros que levavam a produção das regiões agrícolas para a região portuária. Em alguns casos, dada a proximidade com a Baía de Sepetiba, os produtos eram transportados por mar até a Baía de Guanabara.

Isso fez com que essa região cumprisse a função de produção de alimentos no contexto do abastecimento alimentar da cidade. Por exemplo, Tavares (2011) analisa o papel no abastecimento da cidade da Fazenda Santa Cruz entre 1808 e 1821: “[...] principalmente no que diz respeito ao gado e à agricultura, cana, arroz, café e mandioca [...]” (TAVARES, 2011, p. 269). Lavinhas e Nabuco (1992, p.18) chamaram localidades como Vargem Grande, Santa Cruz, Guaratiba, Campo Grande, Jacarepaguá e Irajá de “enclaves agrícolas”. Uma das obras mais relevantes dessa região fora publicada por Correa (1936), de nome “Sertão Carioca”, expressão que ainda hoje é utilizada por movimentos em torno da agenda da agricultura e da alimentar, para se referenciar ao que hoje integra a AP5. Fernandes (2010, p. 31) aponta a relação virtuosa que existia entre as feiras livres da cidade e a produção agrícola de Ilha de Guaratiba, pois serviam de mercado consumidor para estes produtos. Em entrevista transcrita e apresentada em Fernandes (2010), chama-se a região de Ilha de Guaratiba, de “um grande laranjal”, entre as décadas 1930 e 1940.

No pós-guerra, a laranja aqui produzida deixou de ser exportada passando a ser comercializada apenas no CEASA e nas feiras livres. Nesse interim, muitos laranjais foram sendo substituídos por hortas e pelo cultivo de outros produtos como mamão, legumes e verduras, iniciando assim um processo de diversificação da produção agrícola tendo em vista o comércio interno desses produtos. Nessa época, os bondes saíam daqui lotados de produtos da roça (legumes, verduras e frutas), tudo pra Campo Grandes, ontem era vendido (FERNANDES, 2010, p. 27).

Na atualidade, Mansur (2005) é um dos autores que mais atua nesse resgate histórico, provocando um novo olhar sobre a Zona Oeste para além das problemáticas sociais, econômicas e políticas da atualidade. Ao mesmo tempo, ao fazer isso, questiona como a Zona Oeste se tornou um território atualmente com tantos conflitos e problemáticas socioeconômicas e ambientais, pergunta que só pode ser respondida se entendemos estas transformações à luz do que acontece com a cidade como um todo. Há também importantes teses e dissertações que jogam luz nas dinâmicas regionais e urbanas da Zona Oeste, como os trabalhos de Fernandes (2010; 2015), Silva (2009; 2016) e Oliveira (2014). Estes preenchem um pouco desse espaço vazio em termos de produção acadêmica sobre esta região, estudando especificamente a Ilha de Guaratiba, Santa Cruz e Campo Grande, respectivamente. Mais recentemente, há um conjunto de atores sociais que tem buscado visibilizar e valorizar a atual produção agrícola da região como a Associação de Produtores do Rio da Prata e do Mendaña e a Rede Carioca de Agricultura Urbana.

Sob o ponto de vista da dinâmica urbana e populacional da AP5, há outros três importantes destaques além do já feito. O primeiro é que, em que pese essa origem rural, a expansão da malha urbana vai se sobrepondo às dinâmicas agrícolas. No processo de uso deste território, realça-se a instalação de distritos industriais em Campo Grande, no bairro Palmares (que abrange majoritariamente Paciência), e em Santa Cruz, criados na década de 1970 (SILVA, 2016, p. 45; 68). Outro ponto é que, mais recentemente, em consonância com o crescimento populacional ali verificado sobretudo a partir dos anos 1990, estudos urbanos indicam uma mudança importante do perfil de moradia, de loteamentos irregulares para habitações vinculadas a um capital imobiliário, especialmente no bairro de Campo Grande, que tem apresentado altos índices de construções imobiliárias e residenciais, inclusive (SILVA, 2016, p.74). Uma ativista pela agricultura urbana e pela alimentação comenta em entrevista a expansão urbana sob regiões que eram predominantemente rurais:

Tem uma colônia de japoneses em Santa Cruz (...) uma área bem vasta. Era imenso, principalmente ali na reta que tem oito conjuntos habitacionais da década de 1960. Aquela era uma área rural, agrícola e colocaram oito conjuntos habitacionais ali. Imagina que

conflito. E emenda logo com Itaguaí, é muito próximo dos rios São Francisco e Guandu, (...) com a Zona Industrial vizinha (Entrevista com um ativista da agricultura urbana e da alimentação)

Diferentemente da AP4, a AP5, segunda área com maior crescimento populacional nas últimas décadas, sob o ponto de vista imobiliário, atendeu mais a demanda de uma classe trabalhadora urbano-industrial, apesar de também se ver a emergência de produtos imobiliários condominiais voltados para uma população de maior rendimento (SILVA, 2016, p.139-140). Há, assim, tanto construções mais orientadas para uma classe social de maior rendimento como também diversos conjuntos habitacionais populares. Nesta região, salienta-se o número expressivo de construções vinculadas à política habitacional Minha Casa Minha Vida, um modelo de expansão urbana com potencial de interferir no adensamento populacional da região. Em certa medida, este modelo também contribui na reprodução de uma lógica de condomínios fechados, que leva à tendência de segregação (OLIVEIRA, 2014).

Por fim é importante registrar que, embora a AP5 seja considerada uma região periférica na escala municipal, especialmente o bairro de Campo Grande constitui-se como um importante subcentro, região que exerce uma centralidade em função, inclusive da dinâmica de segregação verificada no município. A constituição destes subcentros se relaciona, de acordo com análises bibliográficas, com a própria distância geográfica bem como com precariedade do serviço de transportes oferecido nessa região:

[...] como a segregação não se aprofunda, apenas, nos espaços residenciais, mas inclui progressivamente outros espaços da vida social, especialmente os relativos ao consumo de bens e serviços, com destaque para os atinentes ao lazer, ela tem associação direta com a redefinição da centralidade, tanto na escala da cidade, como no plano interurbano, porque as possibilidades de mobilidade espacial e de comunicação são bastante diferentes, no caso brasileiro, segundo as condições socioeconômicas de diferentes segmentos sociais. Não por acaso, shoppings centers, hipermercados, centros de evento e negócios, grandes hotéis e outros espaços de oferta de bens e serviços de maior preço no mercado têm estratégias de localização espacial que se orientam por essas possibilidades e reforçam as distâncias sociais. Geram uma cidade em que diminuem os espaços de convívio entre todos e na qual a esfera da vida pública se realiza em grande parte em espaços que não são públicos, embora sejam de uso coletivo (SPOSITO, 2013, p. 82).

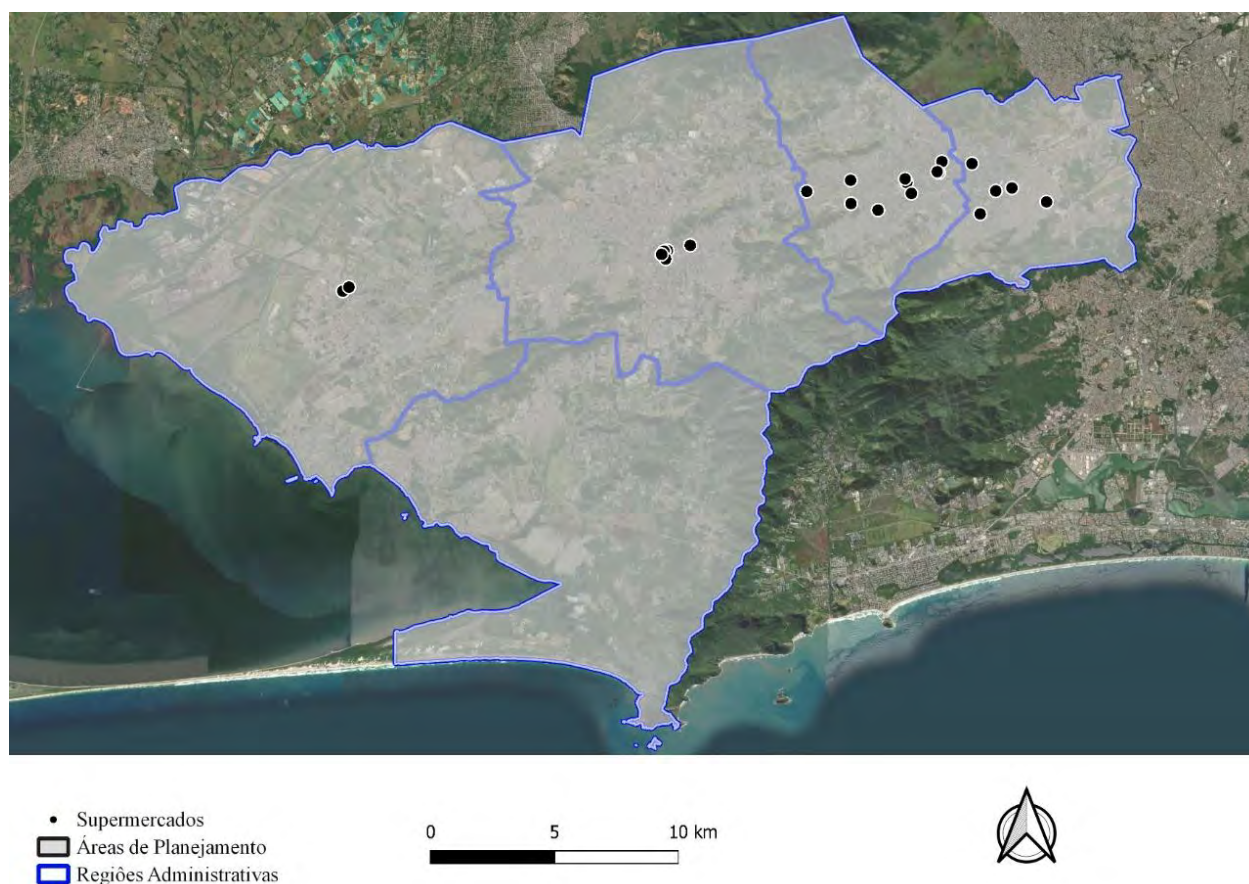
Desse modo, será possível verificar uma expressiva confluência entre elementos destacados na literatura sobre a região, com as dinâmicas verificadas na comercialização de alimentos ali. O que acontece com o setor supermercadista segue a linha de uma “reestruturação imobiliária como transição metropolitana que nega [...] a urbanização tradicional” (PEREIRA, 2015, p.156 *apud*

SILVA, 2016, p.143). Para Fernandes (2010), o que ele chama de “decadência das feiras livres” é resultado do surgimento dos supermercados e contribuiu para a alteração na paisagem, na configuração espacial e nos modos de vida da população. Fernandes refere-se especificamente à localidade de Ilha de Guaratiba, mas se pode estender esse raciocínio a outras localidades da AP5. Esta envolve não apenas impactos negativos para o formato de varejo em feiras livres, mas também para os mercados populares (ainda que a ideia de “decadência das feiras” deva ser relativizada, visto que, se, por um lado, não há seu aumento como avaliado que deveria, estas, como outras modalidades de varejo informal, ainda hoje existem). Em entrevista com uma trabalhadora de uma loja de supermercado na AP5, falou-se da antiga dinâmica de abastecimento e do papel que cumpria um dos principais mercados daquela região, o São Braz, localizado no centro de Campo Grande. Quando perguntada sobre comércio de alimentos frescos na região, afirma que:

Quem vendia aqui era o Seu Jair. Ele ia lá e pegava a sobra do São Brás, o mercado São Brás, lá em Campo Grande e saía vendendo. Ele pegava a sobra, botava na bicicleta e saía vendendo. Era tipo a sobra, resto. Não queria usar essa palavra, mas é isso. A gente não comprava, comprava quem realmente necessitava. A gente ficava com medo de comer e passar mal. Não tinha muito mercado por aqui, agora que começaram esses comércios grandes (Entrevista com trabalhadora de uma loja de supermercado na AP5).

Em outra entrevista, um ativista da agricultura e da alimentação comentou sobre a importância dos mercados de produtores. Segundo ele, porém, resta apenas um entreposto no Mendanha, Campo Grande, em um posto que funciona como base da Emater. Sob o ponto de vista do varejo alimentar e da presença de supermercados, o retrato conseguido no final dos anos 1970 mostra a presença das primeiras lojas na AP5. Nos dados do *Jornal do Brasil* (1978e), os supermercados Leão e Guanabara eram os mais presentes ali, respectivamente com oito e sete lojas. No mapa abaixo, há a localização das lojas identificadas para este ano, e a imagem mostra a presença especialmente nos bairros Realengo e Bangu. Já em Campo Grande e Santa Cruz, há uma significativa ausência de lojas, exceto nas localidades que já ali exerciam algum grau de centralidade em seu entorno. Em Guaratiba, bairro analisado por Fernandes (2010; 2015), não há lojas.

Mapa 12 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP5 (1978)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

Na pesquisa em jornais, chama a atenção a forma como o varejo na AP5 aparece em notícias, quase sempre relacionado a registros de casos de violência, assim como na AP3. Ademais, muitas notícias evidenciam o acesso desigual aos alimentos nessas localidades, visto que, em muitos casos, a culminância de um confronto com seguranças ou policiais derivava de filas e dificuldades de compra de itens de primeira necessidade. Um dos casos de maior destaque aparece em reportagens de setembro e outubro de 1980, relatando um “clima de guerra” em torno da comercialização do feijão. Estas reportagens citam principalmente eventos em lojas dos supermercados Leão e Três Poderes. Numa reportagem de título “PM organiza fila de feijão com tiros e gás”, a matéria descreve que:

Gás lacrimogêneo, tiros para o alto e cassetetes, além da prisão de um menor, foram necessários – segundo moradores – para organizar a fila do feijão no Supermercado Leão, em Vila Kennedy, ontem de manhã. Os policiais do 14º BPM, apesar das armas na mão, negaram tudo, mas caíram em contradições. Contam os moradores que a fila começou a

se organizar anteontem, por volta de meia-noite. Quanto o supermercado iniciou a venda do feijão uma radiopatrulha, como de hábito, estava na porta para impedir tumultos. Tudo começou quando um soldado tirou uma mulher da fila, porque estava na frente da patrulhinha. A mulher reagiu – e “estava no seu direito”, comentavam as testemunhas – e começou a ser agredida pelo policial. Ficou muito machucada e desapareceu. Ninguém no local sabia informar quem era e onde morava. Iniciada a confusão, reforços foram solicitados. [...]. Para espalhar a multidão que se imprensava na porta do supermercado, foram jogadas duas bombas de gás lacrimogêneo e disparados tiros para o alto. O povo reagiu. “Começaram a dar uns tecos (pedradas) nuns guardas”, disse um garoto (JORNAL DO BRASIL, 1980a, p. 8).

Segundo outra reportagem, os locais com maior incidência de “distúrbios” não se limitavam a bairros das periferias. A reportagem cita os bairros Pilares, Vila Isabel, Tijuca, São Gonçalo, Madureira, Praça Seca (em Jacarepaguá), Niterói (no Centro), Anchieta, Senador Camará, Padre Miguel, Vila Kennedy, Bonsucesso, Copacabana, Campo Grande e Duque de Caxias (JORNAL DO BRASIL, 1980c, p. 7). Em outra matéria, intitulada “Tumulto da fila do feijão fere 5 pessoas em Campo Grande”, de 1980, há uma descrição das condições precárias e da violência sofrida pela população desta localidade para comprar alimentos:

Temos feijão. O cartaz de papelão afixado de madrugada diante do Supermercado Leão em Campo Grande, para a venda de 24 mil quilos de feijão provocou por 13 horas tumulto na Rua Augusto Vasconcelos, o fechamento de várias lojas comerciais, três tentativa de invasão do supermercado. Vinte pessoas desmaiaram e, ainda nas primeiras horas da manhã, cinco foram levadas feridas para o Hospital Rocha Faria [...] nunca vi tal cena em minha vida – disse às 17h o sargento [...] que mobilizou 60 homens para guarnecer a rua e evitou lançar bomba de gás lacrimogêneo (...) (JORNAL DO BRASIL, 1980b, p. 7).

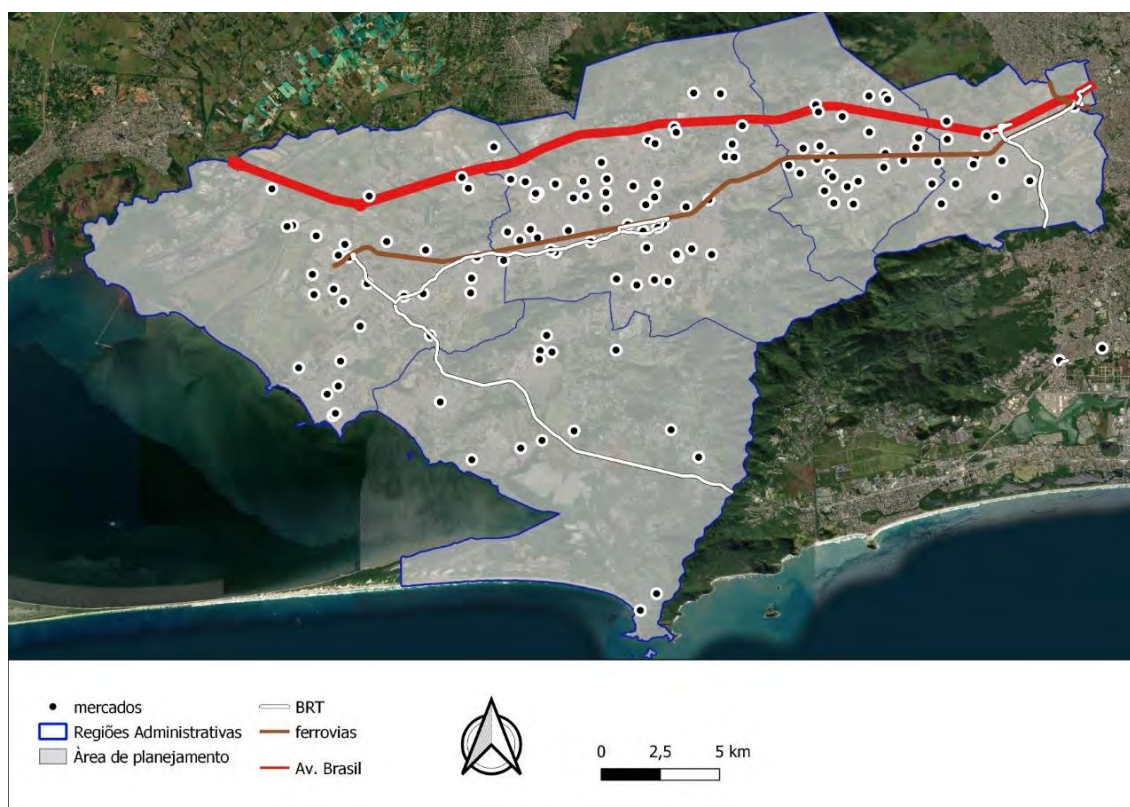
Ainda sobre esse episódio, uma crônica escrita em tom de ironia evidencia que a escassez desse produto básico não se dava de forma uniforme na cidade, mas apenas em algumas de suas localidades. A peça publicada no *Jornal do Brasil* compara a “guerra do feijão” com a guerra entre Irã e Iraque: “A guerra do feijão preto já se arrasta por dois meses com as lutas se intensificando em diversos pontos dos subúrbios do Rio de Janeiro”, e afirma: “A Guerra do Feijão – que vista da Zona Sul parece tão distante quanto a do Oriente Médio – continua fazendo vítimas” (JORNAL DO BRASIL, 1980d, p. 7). Alguns anos depois, uma reportagem de 1983 narra saques ocorridos em cinco pontos diferentes da cidade, todos na AP5:

Tiros para o ar, bombas de gás, pedradas e xingamentos. Foi mais uma etapa dos distúrbios que vêm ocorrendo nos últimos dias, na área de Bangu, entre quase 1 mil pessoas e tropa de choque [...]. Com os slogans “estamos com fome” e “queremos comida”, a multidão se concentrou [...] logo depois, partiu para a invasão. Quando os primeiros soldados chegaram à Vila Kennedy, um grupo, usando ferramentas, tentava arrombar a porta do Supermercado Leão (JORNAL DO BRASIL, 1983, p. 4).

Nas últimas décadas, a AP5 é a segunda área da cidade que registrou maior crescimento populacional. Embora hoje a AP5 apresente um considerável quantitativo populacional, há, ainda, um baixo adensamento quando comparado a outras regiões da capital. Em trabalho recente, Castro Junior (2018) analisa a densidade de estabelecimentos que comercializam alimentos (por tipo predominante de alimentos) nas RA dos municípios. A partir dos dados levantados pelo autor, tem-se defendido que a AP5 e parte da AP4 constituem-se desertos alimentares. Sobre esta categoria, aprofundarei mais ao final deste capítulo. Mas, desde já, acho válido ressaltar que uma análise comparada com mapas elaborados por Castro Junior (2018) indica, na verdade, uma ausência de estabelecimentos formais, registrados no CNAE. O maior registro foi o número de estabelecimentos denominados “padrão mistos”, categoria na qual se inserem os supermercados e os restaurantes. Considerando-se a alta informalidade do município, não surpreenderia que sua prevalência se dá em bairros que registram um baixo rendimento nominal, como no caso, justamente, da AP5.

Ainda sobre a análise da Área de Planejamento, no caso dos dados coletados nesta pesquisa, chama a atenção o crescimento do setor em termos do número de lojas. Levando-se em conta as redes aqui analisadas, a RA de Campo Grande é a que apresenta o maior número de lojas, seguido de Jacarepaguá e Santa Cruz. Inclusive, nestas três RA, houve um crescimento significativo no número de lojas, especialmente quando comparadas aos dados de 2020 e 2021: Campo Grande passou de 50 para 57 lojas, Jacarepaguá de 34 para 39, e Santa Cruz de 28 para 36. Bangu, Guaratiba e Realengo (RA que junto de Campo Grande e Santa Cruz compõem a AP5) também contam com número considerável de lojas: 24, 14 e 12, respectivamente. O crescimento é perceptível quando se analisa no mapa abaixo a distribuição espacial das lojas analisadas.

Mapa 13 – Distribuição das redes de supermercados por RA – AP5 (2021)



Fonte: elaboração própria e de Lucas Carvalho; IBGE.

No tocante à distribuição das redes entre as Regiões de Planejamento, tem-se que a RP XVIII, Campo Grande, concentra parte significativa de lojas da Super Rede e Super. As demais lojas distribuem-se pelas RP de forma um pouco mais homogêneo, excetuando o fato de que na região de Guaratiba, conforme já destacado, há uma presença marginal das supermercadistas analisadas.

Tabela 23 – Distribuição das redes na AP5, por RP

	5.1	5.2	5.3	5.4	Total	
	XVII	XXXIII	XVIII	XIX	XXVI	
Super Rede	8	4	14	9	7	42
Super Compras	2		17	14	3	36
Multi Market	5	1	5	5		16
Supermarket	2	1	5	2	2	12
Rede Economia		1	5	1	1	8
Guanabara	2	2	2	2		8
Prezunic	2	1	1	1		5
Assaí	1		2	1		4
Inter	1	1	1			3
Atacadão		1	1	1		3
Carrefour		1	1			2
Unidos			2			2
Campeão			1	1		2
Obom Atacadão					1	1
Total Geral	23	13	57	37	14	144

Fonte: elaboração própria.

No caso particular da AP5, considerando-se que as regiões de planejamento (tanto as AP como as RP, RA e bairros) são bastante extensas, nem mesmo utilizando recortes de bairros é possível apreender essas especificidades. Por exemplo, quando analisada a distribuição das redes por RP e RA, tem-se uma distribuição relativamente homogênea. Em trabalho de campo, nota-se maior presença de: lojas de grande superfície, como atacarejos e hipermercados nas principais vias desta AP, e lojas um pouco menores em ruas secundárias e supermercados pequenos, como mercados com formato “de bairro” “dentro” de bairros e de comunidades. Para cada formato e localização, tenderá o predomínio de um conjunto de redes.

Tabela 24 – Distribuição por RA de feiras livres e redes de supermercados na AP5

AP	RAs AP1	Estimativa populacional (2020)	Bairros AP2	Número de lojas de supermercados	Número de feiras livres
5.1	XVII - Bangu	422.886	Padre Miguel	3	1
			Bangu	11	5
			Senador Camará	8	1
			Gericinó		
			Vila Kennedy	1	
			Jabour		

			Deodoro	1	
			Vila Militar		
	XXXIII -	242.536	Campo dos Afonsos		1
	Realengo		Jardim Sulacap	1	
			Magalhães Bastos	1	2
			Realengo	10	4
			Santíssimo	7	
			Campo Grande	35	2
5.2	XVIII –	524.191	Senador		
	Campo		Vasconcelos	1	
	Grande		Inhoaíba	5	
			Cosmos	9	
5.3	XIX –	359.240	Paciência	8	
	Santa		Santa Cruz	23	1
	Cruz		Sepetiba	6	1
			Guaratiba	8	
5.4	XXVI -	119.747	Barra de Guaratiba	2	
	Guaratiba		Pedra de Guaratiba	3	
			Ilha de Guaratiba	1	
Total		1.668.600			

Fonte: Elaboração própria.

É preciso, então, fazer aqui dois destaques. O primeiro é que é preciso, então, aproximar análises populacionais e de expansão do setor para ver similitudes. Por exemplo, se, por um lado, é atribuída à AP5 uma condição de periferia, é inegável que especialmente algumas de suas regiões funcionam como subcentros (e neste contexto, verifica-se a expansão dos supermercados também nesta direção), evidenciando, de forma dual, também uma condição de centralidade (OLIVEIRA, 2014). Da mesma forma, é possível perceber a presença de lojas em locais de maior adensamento populacional, como no caso das localidades onde há conjuntos residenciais como aqueles mencionados do MCMV; na própria AP5, há regiões com mais e outras com menos presença de supermercados. Outro exemplo que marca contraditoriedade e a não homogeneidade das formas e dos processos é a instalação do primeiro *container* da Onii, marca de um modelo de minimercado automatizado exclusivo para condomínios¹¹² no bairro Jardim Sulacap, localizado na RP 5.1, RA de Realengo.

¹¹²Disponível em: <https://newtrade.com.br/varejo/rio-ganha-primeiro-minimercado-automatizado-exclusivo-para-condominios/>

A segunda é que há uma presença diferenciada no tocante à oferta de produtos. Se por um lado, é possível identificar lojas em regiões mais centrais com oferta diversificada de alimentos frescos, o mesmo não se verifica especialmente nos supermercados localizados nas localidades mais periféricas dessa região. Em entrevista com uma trabalhadora de um supermercado da AP5 de uma das principais redes desta área, em uma região menos central, a entrevista relata algumas características dos produtos frescos comercializados na loja:

Os produtos chegam da Ceasa, tem o caminhão próprio da rede que vai e busca na Ceasa. Tem motorista particular. Acho que as coisas começaram a vir mais em conta porque vem em grande quantidade”. Nos outros maiores tem mais variedade de produtos, de hortifruti. No mercado grande você encontra pimentão vermelho, amarelo. Aqui você já não encontra. Só os básicos. Alface, coentro, salsa, batata cenoura. [...] (Entrevista com trabalhadora de um supermercado).

Imagem 24 - FLVs em uma unidade do Rede Economia, na Estrada do Pedregoso.



Fonte: Ilustração da autora.

Conforme já ressaltado, é crítica a ausência de feiras em vários espaços da cidade, especialmente em localidades que expressaram significativo crescimento entre 2000 e 2020.

Praticamente todo o eixo da Zona Oeste dispõe de poucas feiras, ainda que se possa afirmar que AP4 e AP5 tenham justificativas distintas para isso. Na AP5, tem-se também uma carência significativa de serviços públicos e outras problemáticas sociais e ambientais. A feira livre, vista pela administração municipal não como uma política de abastecimento, mas apenas como uma tarefa de ordenamento territorial, acaba por reproduzir as mesmas disparidades que se vê no comércio supermercadista: há uma oferta diferenciada de produtos no tocante à qualidade. Ao mesmo tempo, um relato importante de um gestor municipal mostra a existência, ainda que residual, de comercialização de alimentos produzidos nestas localidades:

Quando você vai por exemplo para a Zona Oeste, Campo Grande, Santa Cruz, Setetiba, Guaratiba ali você encontra sim alguns produtos de produtores, os caras que têm no seu quintal de casa sua produção e vão à feira, mas hoje isso é muito pequeno. [...] Você também tem, você vê uma fruta por exemplo na Zona Sul linda, maravilhosa já na Zona Norte no bairro da Zona Oeste você não vê aquela mesma fruta, mas por exemplo, (...) numa feira em Paciência onde eu nunca vi verduras tão bonitas quanto elas, eu cheguei ver couve flor imensas quase 2 kg vem da produção das pessoas, as verduras naquela região são lindíssimas, são grandes, vivas (Entrevista com gestor público).

Para o caso da AP5, porém, é importante salientar a existência de formatos informais – e muitos deles tradicionais de varejo. Segundo uma entrevista com ativista pela agricultura urbana e alimentação, ainda é bastante feito um comércio informal, de rua, porta a porta por produtores da cidade, em localidades específicas desta região. Há também um número expressivos de “camelôs” em algumas regiões dos bairros, normalmente onde há uma concentração comercial. Casos emblemáticos são nas imediações das estações de trem de Campo Grande e de Bangu. Nesta última, o local próximo à estação concentra dois grandes supermercados (Assaí e Guanabara) e, ao longo de duas amplas ruas (tanto a saída à direita como à esquerda da estação de trem) o mercado popular do bairro dispõe de uma quantidade significativa de barracas vendendo uma variedade de FLVs.

Imagem 25 – Alimentos comercializados no mercado popular de Bangu, próximo à estação de trem e a uma grande varejista



Fonte: Ilustração da autora

Assim, há de se ter cuidado para que, ao afirmar essas mudanças, não se inviabilize o movimento ainda existente tanto do varejo informal – mais próximo à definição de circuito inferior do que de redes alternativas - como de valorização das práticas agrícolas. Mesmo com muitas mudanças, não se pode perder de vista que esta é a região que produz e apresenta potencial produtivo; inclusive, conforme o Capítulo 3, a intenção é construir um mercado municipal em Campo Grande, de acordo com o planejamento do município. É importante registrar também que atores da agricultura nessas regiões têm, há anos, se engajado na defesa de um espaço de abastecimento para organização de agricultores localizados no denominado Casarão de Campo Grande. Uma ativista pela agricultura urbana e pela alimentação, num evento remoto, aponta que:

A região de Campo Grande e Guaratiba conta com três associações de agricultores e agricultoras, dois sistemas participativo de garantia (SPG-ABIO) e três feiras. Não podemos deixar de tratar dessa agricultura e das pessoas que ainda fazem agricultura nesse lugar, num maciço que não é simples [...]. A gente resiste e dá um novo significado agora com uma atuação mais comunitárias nesse trabalho. Vimos uma saída pro nosso sustento via a veia comunitária (fala em evento remoto “A Cidade Também Planta”).

Em entrevista com uma trabalhadora de uma loja de supermercado na AP5, elementos próprios dessa região aparecem. Por exemplo, comenta-se que, em um dos mercados concorrentes

daquele onde ela trabalha, alguns produtos têm preço mais barato, pois são oriundos da plantação do próprio dono: “Ele vende mais barato que esse aqui, a plantação é dele, ele tem um sítio”, afirma. Assim, em que pese o avanço do modelo supermercadista dito “moderno”, é interessante perceber a permanência de práticas do local. Se, por um lado, a entrevistadora comenta que preferia trabalhar numa rede maior por esta oferecer benefícios aos funcionários e funcionárias, por outro destaca o bom relacionamento entre loja e moradores: “No Carrefour eu não trabalharia, por causa daquela história do cachorro, não trabalho lá de jeito nenhum. [...] Aqui a gente bota água, bota comida pros animais de rua. Aqui, os clientes, a maioria, é amigo nosso. Eu moro aqui há um tempão. É bom por esse lado [...]” (Entrevista com trabalhadora de um supermercado).

4.2 Dinâmicas territoriais e desigualdades sociais, raciais e alimentares

Após analisar os dados levantados ao longo da pesquisa, elaborando-se uma espécie de retrato do varejo alimentar supermercadista, ainda que incompleto, e sugerir algumas análises, se avançou neste último capítulo, com reflexões que me parecem ser a síntese deste trabalho e que espero que contribuam para o debate sobre o abastecimento alimentar carioca. Avalio que a pesquisa levantou elementos inéditos que ajudam a entender as especificidades do município do Rio de Janeiro, no tocante à organização e às dinâmicas de varejo alimentar, e a perceber a conexão entre elas e a sócio-espacialidade da cidade. Viu-se, também, a validade de alguns aspectos teóricos levantados no segundo capítulo, ao serem aplicados na análise empírica, como também suas insuficiências. Após analisar a distribuição dos supermercados enquanto agentes econômicos, analiso a relação entre essa distribuição com a sócio-espacialização do município carioca, sobretudo nas repercussões do varejo alimentar na configuração urbana da cidade e na configuração das desigualdades, em especial as alimentares.

4.2.1 “Dentro do supermercado não há diferenças sociais”?

Essa afirmação se encontra em uma reportagem de 1974 (JORNAL DO BRASIL, 1974a, p.16), elaborada por um representante do Supermercado Mar e Terra ao comentar a expansão de lojas para a Zona Norte do município. Seria essa premissa verdadeira? Ao pensar a interrelação entre questão alimentar e desenvolvimento, Maluf (1998, p. 5) afirma que a equidade social tem

repercussões no acesso aos alimentos, ao mesmo tempo em que é ela própria afetada pela forma de produzir, distribuir e consumir alimentos, ou seja, pela forma como o sistema alimentar se organiza sob o ponto de vista social. O autor também mostra o consumo como um dos elementos que compõe essa dimensão pelo peso que sua realização pode ter em outras dinâmicas econômicas (MALUF, 1988, p. 9). Parto de premissa semelhante por igualmente acreditar que existe de uma inter-relação entre questão alimentar e desenvolvimento. E, se o desenvolvimento se expressa espacialmente, há também uma interpelação entre questão alimentar e desigualdades sócio-espaciais.

Se, por um longo período, a discussão em torno da disponibilidade predominou na literatura, desde fins da década de 1970, observou-se a inclusão do acesso aos alimentos como questão central na análise, indo além da ênfase no aumento da produção. Para Sen (1981), referência nesta discussão, o acesso aos alimentos é compreendido como uma situação determinada por quão bem as pessoas podem converter seus vários ativos (financeiros, políticos e outros) numa cesta de bens, com destaque aos alimentos, sejam eles produzidos ou comprados. Essa percepção explica a desigualdade na distribuição e alocação de alimentos, com base na renda e no poder político e social. Especialmente a partir do crescimento das áreas urbanas, onde cada vez menos as pessoas produziam seus alimentos, crescia-se a relevância de uma visão de segurança alimentar que enfatizasse o acesso e a renda (SONNINO, 2014; ERICKSEN, 2008, p. 236).

Mais recentemente, alguns documentos têm iluminado uma discussão em torno da ideia de agência, para além das questões de disponibilidade e acesso. Agência, aqui, significa a capacidade de indivíduos ou grupos tomarem suas próprias decisões sobre quais alimentos consomem e produzem, como eles são produzidos, processados e distribuídos, e a capacidade de se envolver em processos que moldam as políticas e a governança do sistema alimentar (HLPE, 2020, p. XV). Tanto CFS (2021) como HLPE (2020) falam sobre a agência enquanto o poder de realizar escolhas em torno das dietas alimentares. Chamo aqui a atenção da importância dessa discussão que ocorre em foro mais institucional para a construção conceitual da ideia de sistemas alimentares e conceitos e categorias a eles correlatos. Para HLPE (2020), o conceito de segurança alimentar pressupõe reconhecer a centralidade da agência, assim como da sustentabilidade, disponibilidade, do acesso, da utilização e estabilidade. Avalio que essa definição aproxima a ideia de segurança alimentar à de soberania alimentar, cuja primeira definição remete ao Fórum Mundial sobre Soberania Alimentar, ocorrido em Havana (em 2001), ainda que não utilize esta expressão propriamente. Se

pessoas mais pobres possuem essa “agência” comprometida, vale perceber, em análise, que esses grupos de pessoas com a agência fragilizada se encontram próximos sob o ponto de vista sócio-espacial.

Especificamente na realidade brasileira, ao longo dos anos 1990, foi proeminente a necessária discussão sobre fome e desigualdades, problemas que persistem. No Brasil, como em outros países, destaco a histórica existência de uma parcela processualmente incluída no consumo, que se configurou, ao longo do tempo, como um “mercado potencial”. As transformações que ocorreram nos anos 2000, conforme o Capítulo 1, colocaram o direito à alimentação na constituição brasileira. Houve, ainda, mudanças significativas no acesso aos alimentos e no combate à fome, através de políticas públicas de acesso à renda, para a agricultura familiar e para a segurança alimentar e nutricional.

A conjuntura em questão fora marcada pelo maior acesso aos alimentos especialmente pela renda, já que houve um crescimento da economia acompanhado de aumento da renda média da população, via políticas de transferência e principalmente aumento do salário-mínimo. Com admiráveis avanços, problemáticas no tocante à realização do direito à alimentação e à segurança alimentar permaneceram, expressas de formas variadas. Acompanhando-se a inflexão política e econômica vivida no país, desde 2016, e, especialmente, desde 2018, os dados relativos à fome e à insegurança alimentar recrudesceram (REDE PENSSAN, 2021).

Partiu-se do pressuposto de que a questão das desigualdades constituintes do país se relaciona e se expressa na forma como a população se alimenta, incorporando-se na análise do varejo supermercadista e na sua sócio-espacialidade o conceito de desigualdades alimentares. Abordagens recentes sobre as desigualdades relacionadas com os alimentos têm incluído contribuições das teorias feministas, negras e interseccionais (MOTTA, 2021; REESE, 2019) e, também, a perspectiva multiescalar, multiespacial e relacional na análise das desigualdades globais e das dinâmicas de transformação e reprodução das lutas sociais (MOTTA; JELIN; COSTA, 2017). A ideia de interseccionalidade, advinda do feminismo negro, vem buscando compreender essa encruzilhada de marcadores sociais e como múltiplas camadas de opressão operam nos corpos e na sociedade.

Desse modo, seguindo Motta (2021), Motta, Jelin e Costa (2017), compreende-se que desigualdades preexistentes refletem o acesso desigual aos alimentos, condição que também será, por sua vez, um elemento estruturante na construção das desigualdades existentes. A análise destas

desigualdades deve compreender aspectos multidimensionais, multiescalares, interseccionais e dinâmicos. As desigualdades alimentares existem, tendo como um de seus marcadores a questão de classe: há múltiplos sistemas alimentares, e diferentes classes sociais podem interagir com um conjunto próprio de sistemas de produção, abastecimento e consumo de alimentos.

Além da dimensão de classe, à luz de uma abordagem interseccional, componentes como raça e gênero também informam a situação das desigualdades alimentares (MOTTA, 2021). Portanto, as desigualdades alimentares relacionam-se com uma encruzilhada multidimensional de desigualdades socioeconômicas, políticas, ambientais, raciais, culturais e espaciais. Sob o ponto de vista teórico, se, por um lado, a teoria dos regimes alimentares, ancorada na compreensão do capitalismo como relação social, dá pistas para a análise das desigualdades alimentares, ao trazer apenas o marcador de classe como um elemento dos regimes alimentares, sobretudo do contemporâneo, faltam mais elementos para análise, como a incorporação de uma abordagem multiescalar, que permita, ainda considerando o macro, incorporar a manifestação das desigualdades noutras escalas.

Nessa encruzilhada, a escala é um dos elementos que Motta (2021) aponta como elementos que informam a análise. Não surpreendentemente, classe e raça convergem no espaço geográfico. Interesse-me, sobretudo, pela dimensão multiescalar destacada pela autora como componente das desigualdades alimentares e como desigualdades alimentares, que também repercutem no conjunto de desigualdades prévias, incluindo as sócio-espaciais e vice-versa. Compreendo que as dinâmicas de disponibilidade, acesso e agência, referentes ao provisionamento de alimentos e da alimentação, são atravessadas por dinâmicas sócio-espaciais que expressam desigualdades sociais e geram, consequentemente, desigualdades alimentares.

Ao trazer a interseccionalidade e a sócio-espacialidade, deixa-se de lado uma ideia abstrata de sujeito. Pessoas são diferentemente afetadas pela desigualdade alimentar e comem alimentos saudáveis com frequência mais adequada do que outras. Destarte, se configura uma inter-relação de desigualdades presentes e sócio-espacializadas, expressas em indicadores como IDH das localidades, assim como renda, que acompanham e são acompanhadas de um acesso limitado ao direito humano e à alimentação adequada e saudável (NEXO JORNAL, 2021).

Sobre a distribuição dos supermercados, trabalhos prévios já relacionavam a notória desigualdade do município do Rio de Janeiro com dinâmicas relativas ao abastecimento alimentar (BECKER, 1966). Nesta análise, tomou-se como referência as informações disponibilizadas pelas

próprias empresas em suas redes sociais e analisou-se sua distribuição entre as AP, RP e bairros. A partir destas, confirmou-se a manutenção de um cenário marcado pela desigualdade no tocante à distribuição das lojas, não apenas sob a perspectiva do quantitativo de lojas presentes, como também sobre o tipo de lojas e equipamentos disponíveis em distintas regiões. Ao relacionar a distribuição das lojas com a sócio-espacialização da população carioca, proponho quatro inferências sobre a situação do varejo alimentar no município.

A primeira é de que é possível identificar o predomínio de espaços privados de uso coletivo (SPOSITO, 2013, p. 69) em detrimento do uso coletivo do espaço público na experiência de aquisição de alimentos, especialmente nas regiões de crescimento populacional mais recentes. Sem dúvida, esse predomínio tem implicações sob o ponto de vista do acesso ao alimento, por um lado, e da realização do direito à cidade, por outro. Um traço da operação urbana é a existência de espaços públicos ou espaços que cumprem função pública sob a mão da iniciativa privada. Do ponto de vista da prática espacial, o que se vê, especialmente nas regiões de expansão e crescimento da população mais recente, é a conversão do supermercado no principal local de compra, o que leva a uma mudança significativa nas práticas sociais e alimentares. Há ainda o crescimento de casos nos quais a loja se encontra em espaços de uso ainda mais privativo, como no caso de shoppings e condomínios fechados, onde o público ainda mais seletivo terá acesso a estes alimentos. Nesta conformação, estimula-se a aquisição de alimentos para consumo no que se pode chamar de espaço privado de uso coletivo.

Seguindo a mesma direção de análises relativas à incompletude do acesso a direitos no contexto urbano quando há funções públicas sob a égide da iniciativa privada, como no caso da moradia, aqui também direitos não são assegurados, e desigualdades não são endereçadas. Isso ocorre na medida em que a realização dessa expansão dos equipamentos de varejo não se dá calcada num planejamento público, mas sim tendo como base interesses estratégicos do capital privado. No supermercado, então, manifesta-se uma contradição ao se colocar o alimento como um bem, uma mercadoria a ser adquirida por intermédio do dinheiro, sendo ele algo indispensável para a sobrevivência humana.

Isso tem feito do supermercado, historicamente e ainda hoje, um lugar onde a violência do não acesso aos alimentos se materializa. É ali um lugar onde essa contradição se materializa e, por isso, é também no supermercado que são presenciados diversos casos de violência frente a populações que, sem recursos para a aquisição dos alimentos, buscam, de outras formas, obtê-

los¹¹³. Aqui, a lógica privada desses espaços entra como elemento que justifica e historicamente justificou os casos de violência aos furtos famélicos.

Em um dos registros encontrados sobre o tema, nos anos 1980, a reportagem comentava que a população protestava em frente aos supermercados sob os gritos da palavra “fome”. Também não à toa, em dezembro de 2021, uma manifestação nacional ocupou diversos supermercados, denunciando-se a fome e a alta dos alimentos (BRASIL DE FATO, 2021). Por isso também que, neste mesmo ano, um projeto de lei, PL 4540/2021¹¹⁴, fora apresentado prevendo-se o fim de prisões para quem, em situação de pobreza, furtasse comida para saciar a fome.

Além do predomínio do supermercadismo, vale destacar as transformações no que tange aos mercados públicos, no sentido de sua revitalização – noção que pressupõe que um dado espaço está degenerado e, para tanto, caberão intervenções que desconsiderem “valores internos ao lugar” (SOUZA, 2013, p.132). Souza (2013, p.131) chama de neoliberalismo urbano um resultado das agendas neoliberais de desregulação e privatizações, marcado por um estilo de gestão e de planejamento que ficou conhecido como “empresarialista” ou “empreendedorista”. Essa visão também vem sendo aplicada em equipamentos públicos, como visto nas estratégias de revitalização de mercados públicos. Outra expressão utilizada na literatura é a “urbanização corporativa” e interessa aqui fazer a conexão desta expressão com a noção de regime corporativo, obtendo-se a lógica corporativa como organizadora.

Um segundo ponto importante de se realçar é perceber que a existência já mencionada e analisada da seletividade espacial na organização do varejo alimentar supermercadista, que leva a um espaço seletivo e fracionado (SANTOS, 1994, p. 79), se relaciona de forma a refletir a segregação espacial e racial que estrutura a cidade do Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, esta organização retroalimenta a forma e a paisagem da segregação do espaço. No Rio de Janeiro (como também no Brasil), falar dessa segregação social no espaço é também falar da segregação racial, já que é notória a maior prevalência de população preta em regiões geograficamente distantes do núcleo central da cidade. Como já mencionado, Gomes-Ribeiro e Queiroz-Ribeiro (2021, p. 42) mostram que, quanto maior a proporção de pessoas de cor ou raça preta, menor é o nível de obtenção de renda no mercado de trabalho, segundo estimativa média feita pelos autores.

¹¹³ Em embora não seja possível assegurar que todos os casos registrados envolvam pessoas em situação de fome e insegurança alimentar é razoável presumir que muitos desses furtos derivam desta condição, haja vista o recrudescimento da fome.

¹¹⁴ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2313222>.

Se faz necessário entender as implicações dessas estratégias, especialmente em relação à disponibilidade de alimentos adequados e saudáveis, no sentido de reforçar distâncias sociais, ou seja, desigualdades (SPOSITO, 2013, p. 82). Reconhecer essa seletividade espacial ratifica a ideia de Milton Santos sobre dinâmicas da globalização (que, no fundo, se referem a dinâmicas próprias da espacialidade do capitalismo), nas quais “os atores mais poderosos se reservam os melhores pedaços do território e deixam o resto para os outros” (SANTOS, 2008, p. 79). Os processos hegemônicos não se espraíam de forma homogênea, nem na história e nem na geografia dos lugares.

Também se pode estabelecer uma conexão entre esses dois pontos que enfatizam a dualidade público-privado e reforçam desigualdades com a leitura de Vivero Pol (2017) sobre a dualização entre alimentos, como um “comum”, *versus* alimentos como *commodity*/mercadoria. E, embora cada vez mais o alimento como mercadoria tenha buscado acionar estrategicamente outras dimensões e sentidos dos alimentos e da comida, isso não o torna menos alimento-mercadoria. Pelo contrário, em muitos casos sua aquisição é cara e limitada a uma parcela da população. As supermercadistas enquanto equipamento do varejo têm assimilado diferentemente essa estratégia de explorar a comercialização de alimentos que se pode chamar de diferenciados, que acabam sendo mais presentes em redes cuja presença é maior em locais de população com alto rendimento.

Analisando-se comparativamente alimentos comercializados por uma mesma rede em regiões distintas da cidade, tem-se, por exemplo, a presença de alimentos orgânicos disponíveis apenas nas lojas localizadas em regiões nobres, excetuando o caso da rede Zona Sul, na qual mesmo em sua loja de atacarejo na AP3, há um sortimento semelhante quando comparada às suas demais lojas. O mesmo não ocorre no caso da rede Assaí. Mesmo uma loja de atacarejo, considerada na literatura como um canal orientado para consumo mais popular, quando localizada numa região de classes com alto rendimento, incorporará estratégias que atendam as demandas daquela localidade. Esta estratégia, mencionada em Goodman *et al.* (2012) e em Friedmann e McMichael (2007), reforça a visão crítica de que a construção do que pode ser visto como alternativo tem como ponto de partida um corte evidente de classe.

Imagens 26 e 27 – Produtos orgânicos comercializados em uma loja de atacarejo em região nobre da AP4



Fonte: Ilustração da autora.

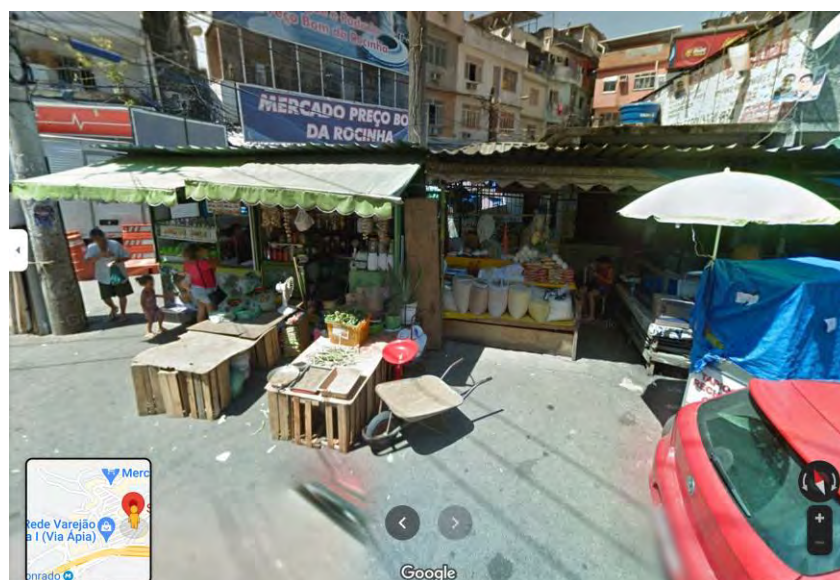
Sem dúvida, seria inocente afirmar que o supermercado tem um papel determinante na lógica de segregação sócio-espacial presente no Rio, mas é também inegável que há paralelos entre esses dois pontos e que a forma como os alimentos são comercializados deve ser vista como um elemento dentro o conjunto de instrumentos existente na construção do espaço urbano “corporativo”. Os atores econômicos interferem nas dinâmicas sócio-espaciais, inclusive nesses processos de segregação. Vê-se que isso também pode ser tomado como ponto de análise para o varejo alimentar, sendo a espacialidade vital no capitalismo. O capitalismo é uma relação social desigual. Logo, sua espacialização será desigual, e isso refletirá em todos os lugares, como no Rio de Janeiro. A espacialização – desigual – das formas de comprar alimentos produz e reproduzirá desigualdades prévias. Em síntese, tem-se a seletividade como agência das empresas e segregação como forma social.

A dinâmica de segregação e seu reflexo na organização do varejo ocorrem tanto pela presença diferenciada das redes como também pela sua ausência em determinadas partes da cidade. Desta forma, este ponto também se relaciona com a manifestação de comércio varejista de alimentos informal. Na existência de uma lógica de segregação, que impacta o acesso aos alimentos, abrem-se espaços para a construção de dinâmicas populares, que remetem ao conceito de circuito inferior

da economia. Para esse cenário, há um desafio de elaboração de análise mais quantitativa, visto os dados formais terem um enorme desafio de captar e quantificar a economia informal. Entende-se que essas expressões se relacionam significativamente com o que Reese (2019, p.7) vai chamar reflexo racista da distribuição geográfica dos alimentos, por um lado, e das autoestratégias da população negra para garantir seu acesso a alimentos, por outro. Destacaria que igualmente se trata de estratégias para a garantia de renda.

Também é importante notar que Milton Santos prevê como possibilidade, ao analisar os dois circuitos da economia, que lojas varejistas venham a funcionar como pontos de atração, e não de repulsão de comércios do dito “circuito inferior”. Além de sua presença em locais desprovidos de varejistas de alimentos, é comum identificar o comércio de rua se estabelecendo no entorno das lojas. Essa interessante situação, um aparente paradoxo, foi identificada em todas as AP, porém, em lojas de locais mais nobres nos bairros, isso é mais difícil de observar. Da mesma forma, mesmo em lojas de regiões cuja população não possui alto rendimento, em muitos casos este comércio de rua não ocorre no entorno das lojas, podendo esta questão eventualmente justificar-se por outras relações de poder territoriais relacionada aos ilegalismos presentes na capital fluminense. Embora possa parecer menos provável a existência desse comércio em lojas cujo acesso se dá por grandes rodovias, como no caso do atacarejos, também neste caso foram registrados em pesquisa de campo a convergência de comércio de alimentos formal e informal.

Imagem 28 – Entorno do Supermercados Unidos na Rocinha (AP2)



Fonte: *Google Maps*.

Imagem 29 – Comércio informal de alimentos em frente a um supermercado na AP1



Fonte: Ilustração da autora.

Outra inferência extraída da análise é que o varejo alimentar, enquanto um segmento importante do setor de serviços, incorpora, em sua estratégia de expansão, a dimensão de multicentralidades, enquanto movimento que dinamiza economias em outros subcentros de uma cidade, pautadas em atividades formais e informais, sendo este o terceiro ponto que destaco. Um dos casos mais emblemáticos é o de Campo Grande, não sendo este, porém, o único. Por um lado, apresenta uma condição sócio-espacial segregada, ao mesmo tempo em que exerce posição central em parte significativa da AP5 e mesmo na região metropolitana, com um amplo centro de comércio e serviços (OLIVEIRA, 2014) e, na atualidade, presença significativa de redes de supermercados.

Ao mesmo tempo, os supermercados também funcionam como polo que atrai atividades, igualmente repercutindo em dinâmicas prévias de centralidade de áreas da cidade. Além da situação já mencionada da aproximação entre comércio informal de alimentos e a localização das supermercadistas, há também casos em que há um supermercado como atividade principal, em espécies de galerias, onde outras lojas de estabelecem (por exemplo, de alimentos de pronto consumo, farmácias, dentre outros).

Imagens 30, 31 e 32 – Lojas de supermercados localizadas em “galerias” (AP 2, 3 e 5)



Fonte: Ilustração da autora.

A instalação de uma loja reverbera na sócio-espacialidade do local em que se instala. Silva (2010, p. 58) diz que a instalação de supermercados num contexto de ausência de planejamento urbano pode levar a impactos negativos como, por exemplo, na mobilidade, acarretando congestionamentos. É possível identificar situações como esta em locais densamente ocupados ou em locais de intenso tráfego. Isso ocorre nas imediações das lojas dos Supermercados Mundial, nas Ruas Voluntários da Pátria e Riachuelo, respectivamente.

Por fim, o quarto ponto é que essa distribuição também repercute na diferenciação da paisagem e da paisagem alimentar, pois assume-se que desigualdades sócio-espacializadas também imprimem paisagens alimentares desiguais. Uma definição de paisagem encontra-se em Saquet (2013), que diz que: “[...] a paisagem é o nível visível e percebido deste processo” (SAQUET, 2013, p.142) e relaciona-o com o conceito de território, afirmando que ambos são “[...] processos inerentes ao mesmo movimento de apropriação e produção socioespacial [...]” (SAQUET, 2013, p.145-146). Já pela categoria paisagens alimentares, do inglês, *foodscapes*, temos a relação entre comida e lugares, pessoas, significados e processos materiais, o que remete aos lugares e espaços onde se compra, prepara e fala sobre comida (MACKENDRICH, 2014, p.16). Assim, a ideia de paisagem alimentar remete-se a qualquer ambiente alimentar e se estende inclusive aos espaços on-line, acessados por consumidores. Alguns tipos de paisagens desiguais são aquelas verificadas no interior das lojas, em seu entorno, e também as distintas paisagens alimentares produzidas pelas redes em seu conteúdo remoto, como nas redes sociais.

4.2.2 Repensando a categoria desertos alimentares a partir das noções de desenvolvimento geográfico desigual e da existência de multicentralidades

Eu não estava (...) no lado oeste de Chicago pensando que certamente ficaria feliz quando o Walmart viesse construir uma loja lá. Esse não foi o meu pensamento ainda que houvesse pessoas lá com fome, La Donna Redmond em TEDX MANHATTAN (2013) [tradução da autora].

Os sistemas alimentares nas múltiplas etapas que os compõem participam da estruturação do espaço geográfico. Embora nem sempre levada para este uso, é possível, a partir do estudo dos sistemas alimentares, também discutir o espaço geográfico. Uma categoria presente na literatura, originária do campo da nutrição, que permite dialogar com a discussão das desigualdades e alimentação/segurança alimentar e nutricional, ancorada num olhar espacial, é a dos desertos alimentares. Desertos alimentares são ambientes que, carentes de alimentos saudáveis, paradoxalmente, podem favorecer o consumo excessivo de calorias e, por isso, constam em trabalhos que analisam a prevalência de obesidade na população (BORGES *et al.*, 2018, p. 2). Em interlocução entre nutrição e saúde pública, esta categoria – que parte dos estudos dos ambientes alimentares – surgiu pela primeira vez em um relatório no Reino Unido, na década de 1990, para descrever áreas de baixa renda que não tinham acesso a alimentos saudáveis e acessíveis (REESE, 2019, p. 5). Em trabalhos como de Beaulac, Kristjansson, Cummins (2009), Ghosh-Dastidar *et al.* (2014), Borges, Cabral-Miranda e Jaime (2018), analisa-se a disponibilidade de equipamentos de varejo alimentar, especialmente em periferias urbanas, e de impactos da falta de acesso físico a alimentos na alimentação e na saúde da população.

Wrigley (2002; 2003) e Lowe e Wrigley (2000) também colaboram com elementos específicos sobre a abordagem dos desertos alimentares, que, para os autores, evidenciam a relação entre capital varejista e a privação em contextos urbanos e a importância, portanto, do papel da regulação na expansão urbana (LOWE; WRIGLEY, 2000, p.644). Wrigley e Wood (2018, p. 13). Eles também exploram a relação entre essas empresas e os marcos regulatórios dos países nos quais se estabelecem e afirmam que varejistas não apenas assimilam regras, mas são agentes ativos em sua construção. A incorporação dessa referência nos debates brasileiros resultou, inclusive, em sua apropriação pela Caisan, que definiu os desertos alimentares como:

[...] áreas nas quais a população encontra barreiras para acessar alimentos frescos e saudáveis, como frutas, verduras e legumes. Quando os locais que vendem esses alimentos não estão disponíveis, as compras são realizadas em mercados distantes, o que aumenta o custo em função dos gastos com transporte, ou em lojas de conveniência, onde esses alimentos são mais difíceis de encontrar e os preços são mais altos. Nos centros urbanos, os desertos alimentares são encontrados principalmente em bairros mais pobres [...] (CAISAN, 2014, p.7).

A análise dos desertos alimentares não se limita a estudar a forma supermercado como local de compra de alimentos, mas considera, também, outros tipos de lojas e formas de varejo alimentar (incluindo estabelecimentos de compra de comida para pronto consumo). Em algumas dessas abordagens, o supermercado se constitui como um local de compra que oferta, em algum grau, alimentos frescos, *in natura*, diferentemente de outras modalidades de varejo tradicional que se restringem à oferta de alimentos (ultra)processados. Aparentemente, em algumas abordagens, se assume que seria o supermercado o equipamento que ocuparia esse “vazio”, como no trabalho de Ghosh-Dastidasr *et al.* (2014, p. 587), que afirmam que bairros afro-americanos, com baixo rendimento, tendem a ter menos acesso a supermercados, quando comparados com bairros de alto rendimento. Essa distância relativa entre os locais de moradia e os supermercados é avaliada como uma causa da incidência de obesidades e outras disparidades alimentares.

Da mesma forma, Borges *et al.* (2018) analisam fontes de alimentos em áreas urbanas usando a classificação do Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL, 2014). Elas buscam identificar desigualdades na distribuição geográfica de varejistas de alimentos que comercializam alimentos saudáveis ou não, e como a maior oferta de alimentos não processados em ambientes como supermercados e feiras livres influencia o consumo de alimentos. Esses locais foram considerados importantes para a adoção de práticas saudáveis em estabelecimentos, como: supermercados, hipermercados, atacadistas, lojas de médio porte, mercearias, mercados particulares de frutas e verduras, mercados centrais de frutas e verduras, peixarias e mercados municipais de frutas e verduras, além de locais onde haja disponibilidade de alimentos não processados em grande quantidade e onde haja frutas e verduras frescas localizadas próximo à entrada da loja (BORGES *et al.*, 2018, p.10).

Outros trabalhos, além da dimensão do acesso, enfatizam a renda como fator determinante do problema. Sonnino (2014), por exemplo, sugere que trabalhos prévios apontavam a dimensão física e espacial como fundamental na discussão de segurança alimentar (discussão essa expressa no conceito de desertos alimentares). Contudo, no decorrer do desenvolvimento dos trabalhos,

questões espaciais se tornaram menos relevantes para abordar a nova geografia da segurança alimentar. Esta é moldada principalmente por problemas de acesso financeiro a alimentos nutritivos, ou seja, trata-se da questão de as famílias possuírem dinheiro para comprar seus alimentos. Ghosh-Dastiar *et al.* (2014, p. 593) também averiguaram que lojas de alto preço comercializam ativamente alimentos saudáveis, enquanto lojas que praticam baixos preços comercializam comidas denominadas em inglês como *junk food*.

Embora originárias da nutrição, ambas as categorias, desertos alimentares e ambientes alimentares, trazem consigo uma dimensão de espacialidade ainda que não seja explorada significativamente no campo de conhecimento da Geografia, nem textos orientados por uma abordagem geográfica apareçam com frequência como referências teóricas dos trabalhos. Mesmo não definindo, em princípio, que essa discussão seria um “ponto de chegada” do meu trabalho, isto acabou acontecendo, já que, mais recentemente, uma literatura brasileira tem buscado replicar estudos organizados a partir dessa categoria, aproximando-se do que fora realizado aqui.

No tocante a essa discussão, um destaque válido é perceber que a dimensão da espacialidade muitas vezes é explorada apenas como um sinônimo de distância, semelhante às abordagens das teorias teórico-quantitativas, bastante criticadas há algum tempo na ciência geográfica (GOMES, 2011). Sócio-espacialidade deve ser compreendida como muito mais do que uma análise locacional. Então, se, por um lado, os estudos inovam trazendo um elemento geográfico para analisar temas da agenda da nutrição, nem sempre exploram, em sua totalidade, a dimensão espacial (ou sócio-espacial). Inclusive, estudos que analisam uma relação automática entre distância e obesidade não necessariamente compravam a existência dessa relação (GHOSH-DASTIDAR *et al.*, 2014).

Isto não significa dizer que a distância não seja relevante – se você tem um supermercado longe, onde não consegue comprar sempre, é possível que você tenderá a comprar alimentos mais perecíveis, por exemplo. Porém, vários outros elementos interferem, tais como outras formas de varejo para além do supermercado, que tipo de supermercado e tipo de alimentos ali se vende e, inclusive, a forma como produtos são expostos numa loja. Ou seja, é preciso não apenas abordar a questão da disponibilidade, mas também incorporar questões como acesso e agência dentro desta análise sócio-espacial. E, aqui, entende-se que a discussão em torno da necessidade de garantir a agência na provisão de alimentos vai ao encontro da percepção idealista de reflexividade de todos e todas as consumidoras de alimentos (GOODMAN *et al.*, 2002).

Há uma relação estreita entre os supermercados, o acesso a alimentos por eles ofertados e escolhas alimentares. Por um lado, o equipamento permite o acesso a alimentos frescos, por outro, torna disponível o acesso a uma ampla gama de alimentos (ultra)processados, muitas vezes externos às práticas e hábitos das localidades em que se inserem (PULKER, 2017; HAWKES, 2008). É possível fazer, a partir dessa leitura, uma contraposição aos trabalhos que entendem os supermercados como provedores de alimentos saudáveis. Para Hawkes (2008), o supermercado teria um impacto negativo nas escolhas alimentares, pois fomenta o consumo de alimentos baixos em nutrientes e restringe a gama de alimentos saudáveis para pessoas pobres. Assim, o supermercado não pode ser visto como uma plataforma neutra, e, historicamente, sua relação sempre se deu com a indústria alimentar. O comércio de FLVs foi processualmente sendo incorporado, tendo inclusive impactos na eliminação de produtores, dado seu poder de organizar regras e padrões (BEZERRA, 2017). Olhar a oferta de alimentos *in natura* é uma forma de explorar as desigualdades existentes em distintas lojas: o pátio de alimentos frescos ofertados por lojas como Zona Sul e Pão de Açúcar está longe de ser o predominante no setor.

Outro ponto que merece destaque é que parte dessa literatura vê nos supermercados uma “ocupação” dos desertos, potencialmente solucionando o problema identificado. E, justamente, um dos dados que mais me chamou a atenção na pesquisa foi mostrar a expansão de supermercados para novas áreas, especialmente as consideradas periféricas. Os trabalhos na área da geografia urbana, especialmente, na sua vertente associada ao campo marxista, remontam aos anos 1960 e 1970. As contribuições de Mandel, Lefebvre e Smith, autores que aportam uma dimensão espacializada à noção de desigualdades no marco do capitalismo, desaguam no conceito de desenvolvimento geográfico desigual, entendido como parte essencial do capitalismo, que permite aplicar à interpretação materialista histórica a ontologia espacializada (MANDEL, 1976, p. 43 *apud* SOJA, 1993, p. 103). Como afirma o trabalho originário de Mandel e muitos outros que se seguiram, é preciso assumir o desenvolvimento regional e geograficamente desigual como uma chave de análise imprescindível da reprodução ampliada do capital (SOJA, 1993, p.128). Embora pouco explorada em algumas das abordagens teóricas vistas aqui, essa dimensão desigual da reprodução do capital em múltiplas escalas faz-se necessária nessa análise.

Ao trazer aqui a dimensão do desenvolvimento geográfico desigual, que possui força explicativa para a morfologia urbana na capital fluminense, quero dizer que é preciso perceber as distintas e desiguais formas nas quais o setor supermercadista avança territorialmente; o capital

varejista avança sob territórios, mas o faz de forma diferenciada. Também merece destaque como esse avanço leva a transformações na paisagem a partir da destruição de velhas formas e suplantação de novas – movimento que integra a dinâmica de desenvolvimento geográfico desigual. Soja (1993, p.133-134) ressalta que, no desenvolvimento geográfico desigual, há uma dinâmica contraditória de diferenciação e igualação espaciais. Pode-se dizer que as regiões consideradas periféricas reproduzem um padrão de varejo alimentar supermercadista, mas com suas diferenciações que dizem sobre as desigualdades.

Analisando-se a distribuição diferenciada das redes e verificando-se em campo diferenças entre elas, no tocante a formatos e tipos de alimentos providos, é possível inferir que não há apenas um modelo supermercadista, nem mesmo nas localidades ditas periféricas, como no exemplo citado sobre Santíssimo/Campo Grande, na AP5. Caberá analisar, então, como esse movimento de expansão repercute em formatos prévios que existiam anteriormente à instalação dessas empresas hegemônicas. Em certo sentido, essa tendência também se alinha ao fato de que, embora seja possível falar da condição de desenvolvimento desigual da capital fluminense e de uma relação centro-periferia, o município do Rio apresenta múltiplas centralidades, como um conjunto de qualidades atribuídas a um lugar (SPOSITO, 2013).

Em interação com movimentos de desenvolvimento capitalista de dispersão de atividades econômicas e expansão demográfica, houve o avanço do modelo supermercadista. Ao mesmo tempo, é importante notar como regiões que poderiam ser denominadas de “periferias das regiões periféricas” seguem não sendo locais de instalação das principais lojas, mantendo-se nestes locais, outras dinâmicas de abastecimento alimentar que se aproximam da ideia de circuito inferior, de Santos. São poucas, dentre as redes analisadas, as lojas localizadas em favela, e as existentes ficam em suas “entradas”. As lojas se expandem para regiões de “periferia” da urbe carioca, mas, na medida em que, numa escala menor, ali também é possível identificar uma lógica de centro e periferia, é provável que a loja se instale numa localidade mais central dentro da região “periférica” e com maior fluxo de pessoas e serviços. Aquelas que se instalam em lugares que não exercem função de centralidade são normalmente pequenas e com sortimento ainda mais limitado de alimentos saudáveis. Isso não significa, porém, a ausência nesta região de dinâmicas comerciais de alimentos.

Assim, a distribuição sócio-espacial é reflexo e reproduz desigualdades. A questão, porém, é entender que a desigualdade não se expressa espacialmente apenas sob a análise da distância e

também apenas pela ausência do equipamento. A narrativa do vazio soa como um convite para ser ocupado pelo capital que está em constate expansão, numa conjuntura da cidade empresarialista. Como era de se esperar na lógica expansiva do capital, as redes em algum momento se expandiriam para outras fronteiras da cidade, mas fazem isso na sua forma periférica e não reproduzem o modelo tal qual verificado em regiões como a Zona Sul. Ao se expandirem, podem ter impactos negativos na manutenção de formas de varejo alimentar previamente existentes naquelas regiões. Ou regiões, permanentes fora do que podemos denominar circuito superior do abastecimento alimentar, mas constrói outros circuitos de abastecimento e consumo.

Da mesma forma que não há uma dualização radical entre centro-periferia, sendo nítida a existência de regiões que exercem uma função de centralidade, mesmo em regiões distantes geograficamente no núcleo central da capital, será possível identificar lojas varejistas cujas características se aproximam daquelas verificadas nas regiões onde a população apresenta maior rendimento, porém, nunca são iguais. Da mesma forma, dado o processo de favelização, também se encontram próximas geograficamente de núcleos cuja população é de alto rendimento, lojas com perfil expressivamente “popular”.

Assim, a ideia dos desertos alimentares tem sua pertinência analítica, mas é igualmente válido um olhar mais atento e cuidadoso. Neste olhar é importante que se considerem características pretéritas dos locais. Afinal, um deserto alimentar nasce deserto ou se torna? Conforme já destacado, Castro Junior (2018), ao analisar a densidade de estabelecimentos que comercializam alimentos (por tipo predominante de alimentos), mostra a ausência significativa de estabelecimentos que comercializam alimentos *in natura* nas AP 5 e parte da AP4. Um elemento instigante – que emerge em entrevista com atores das localidades e que parece central – é considerar que localidades que integram especialmente estas áreas possuem uma importante história de produção e abastecimento de alimentos.

A primeira feira orgânica do município localiza-se justamente no bairro de Campo Grande. Os relatos informam sobre a existência antigamente de mercados do produtor em Campo Grande, Bangu, Barra da Tijuca e na região do Mendanha (também em Campo Grande). Este último ainda existe, assim como o Mercado de Madureira que, embora também conte com lojas que comercializam outros artigos, é também um espaço de comercialização de alimentos, especialmente alimentos e itens relativos às religiões afro-brasileiras.

No centro de Campo Grande, o Mercado São Bráz, hoje um *shopping* de rua no conhecido Calçadão de Campo Grande, era um importante entreposto de produtos agrícolas da região. No início dos anos 1990, a criação do Programa de Sacolões Volantes na cidade apareceu em alguns relatos como fator de desestruturação de feiras preexistentes e, em outros, como importante canal de escoamento da produção existente do município à época. É importante considerar estas formas pretéritas de sistemas alimentares ainda hoje que, em algum grau, estão expressas nas dinâmicas sócio-espaciais e de produção e aprovisionamento de alimentos dessas localidades.

Essas características particulares dessas regiões não devem ser vistas apenas como pretéritas, pois também repercutem em situações do presente. O perigo aqui é o risco de, ao se identificar uma região como um deserto alimentar, ignorar fluxos de provisão de alimentos não reconhecidos na economia formal, já que dados do campo e os relatos de ativistas chamam a atenção para uma economia popular nestas localidades. O olhar centrado nas dinâmicas formais da economia tem como prejuízo a subestimação de expressões dos seus circuitos inferiores. Num município com uma alta taxa de informalidade, onde segue pulsando um circuito inferior da economia (SANTOS, 2004), mais do que invisibilizar a existência de fluxos e formas herdeiras do pretérito “Sertão Carioca” é importante visibilizá-las e fortalecê-las, com potencial de construir dinâmicas endêmicas que vão na contramão das desigualdades alimentares. Conforme um relato supracitado, alimentos de qualidade são ofertados em feiras livres da Zona Oeste normalmente quando justamente se trata de alimentos produzidos localmente.

De toda forma, não se pode aproximar a ideia de deserto à noção de “vazios” a serem ocupados, que foi tão cara ao longo da história ao reforçar um projeto modernizador-conservador em escala nacional, que ignorava a existência de outros meios de vida e, inclusive, de produção de alimentos e de alimentação. É comum que a narrativa sobre “espaços vazios” seja utilizada como instrumentos que tragam para estas localidades dinâmicas, exógenas a elas, como prerrogativa para dinamizar um desenvolvimento. A construção e o fortalecimento de equipamentos descentralizados de varejo alimentar precisam, mais do que exportar um modelo varejista que agrega fluxos de distintas escalas, fortalecer características endêmicas dos territórios que permitem a construção de circuitos virtuosos de produção de alimentos e alimentação. Se é necessário trazer a discussão política e de relações de poder para o estudo dos alimentos e da alimentação (LEACH *et al.* 2020), é preciso igualmente fazer esse giro teórico acompanhado da materialidade que lhe dá vida. Espaço e território não são apenas conceitos de um campo disciplinar, mas sobretudo concepções

epistêmicas indispensáveis na análise dos processos e no jogo político dos atores relativos aos alimentos e à alimentação.

Para isso, é preciso romper com ideias que associam o varejo supermercadista ao moderno ou novo e o restante ao tradicional ou atrasado, assim como Santos (1979) que propõe uma outra categorização ao analisar os circuitos espaciais da economia, a partir da ideia dos circuitos superiores e inferiores, captando justamente a coexistência ou sobreposição de fluxos econômicos, muitas vezes numa mesma fração de espaço. A proposta de fazer uso das palavras superior e inferior é uma forma de o autor não cair num binarismo moderno/tradicional, pois, para ele, o circuito inferior é em alguns casos um produto do superior. Ambos os circuitos são amplos fenômenos econômicos que não possuem delimitação geográfica, e tanto a favela como o circuito inferior, por exemplo, são eles próprios “criadores de atividades”. Para Hirata e Grillo (2019), o crescente desemprego e a queda no poder de compra da população produz alterações no mercado e relaciona-se com o crescente furto de mercadorias que alimenta alguns mercados informais, inclusive de alimentos. Ao analisar este ponto, retoma-se Francisco de Oliveira (1972) que, assim como Santos, não compreende este elemento como “tradicional” ou “pré-moderno” mas sim como condição para instalação do capitalismo.

Reese (2017; 2018; 2019) é uma das autoras contemporâneas que, como acadêmica e ativista, critica a ideia dos desertos alimentares tanto do ponto de vista descritivo como analítico. Ela aponta que os estudos agroalimentares críticos problematizam esta abordagem focada na localização de lojas, por deixar questões centrais de fora como, por exemplo, as populações que se locomovem no espaço, preferências por marcas, dentre outros. Ainda, segundo a autora, o problema dessa abordagem consiste em focar exclusivamente na disponibilidade de mercearias e em identificar pessoas que vivem em comunidades com pouco acesso, como agentes passivos em suas próprias comunidades. Este olhar “miope” ignora práticas cotidianas nas quais moradores buscam mudanças em suas comunidades.

Uma crescente tendência entre os estudos críticos de alimentos envolve uma análise político-econômica do acesso aos alimentos, prestando atenção especial às relações de poder, raça e classe. Com poucas exceções, estudiosos críticos de alimentos criticam o uso do termo deserto alimentar, argumentando que ele obscurece as desigualdades sistemáticas que historicamente moldaram o acesso aos alimentos. O termo, mais frequentemente aplicado a comunidades urbana de cor, concentra-se no que os bairros carecem e que às vezes é confundido com indivíduos. Em alguns casos, em vez de focar nas desigualdades espaciais e sua influência o termo deserto alimentar é usado como pano de fundo para críticas de como as pessoas comem (REESE, 2018, p. 202, grifo nosso) [tradução da autora].

Partindo do suposto da existência de um *anti-black food system*, que será traduzido por um sistema alimentar racista, valendo-se da categoria desigualdades alimentares, Reese analisa as condições estruturais que levam a esse contexto. A principal porta de entrada de sua obra é a geografia da autorresiliência, ou autossuficiência, negra (tradução nossa), que analisa como o cotidiano racista produz desigualdades alimentares e molda a vida das populações negras. Mas, também, como essas populações têm resistido ao desigual acesso aos alimentos e construído alternativas a isso, como seus próprios *foodways*, “caminhos fora do caminho” (REESE, 2019, p.5). Para Reese, é importante que as categorias não invisibilizem que, frente à não neutralidade do mercado e aos impactos sociais e raciais das desigualdades alimentares, as comunidades negras – e populares, acrescento – criam seus caminhos. Para tanto, ela propõe duas outras categorias em oposição à dos desertos alimentares: “*supermarket redlining*” (EISENHAUER, 2001; REESE, 2018) e *apartheid* alimentar. *Redlining* é um termo criado por John Mcknight, ativista do final dos anos 1960, e refere-se a uma “linha vermelha” marcada para chamar atenção para locais onde bancos não investiam. Em paralelo, por *redlining* dos supermercados, entende-se a prática de negar ou cobrar mais por serviços em determinadas regiões.

“Deserto alimentar” é uma expressão que captura a imaginação. Quando as pessoas ouvem o termo, muitos imaginam um lugar árido e vazio. É precisamente por isso que o termo é inadequado quando aplicado à compreensão do acesso aos alimentos. O foco no que está faltando em um bairro é central para as definições de deserto alimentar e muitas vezes se manifesta em um **foco estreito em supermercados** [grifo nosso]. [...], as análises geralmente excluem outras formas de varejo de alimentos ou meios de aquisição de alimentos, resultando em pouca compreensão dos processos – macro ou micro – que moldam o acesso [...] Alguns recorrem ao termo “redlining de supermercado” como uma alternativa ao “deserto alimentar”. [...] a prática de mercearias evitando conscientemente áreas de baixa renda [...]. O termo “redlining de supermercado” é anterior ao deserto alimentar, mas tem muito menos tração na literatura acadêmica ou no uso público [...] Se o redlining do supermercado nomeia as ações dos supermercados, então o apartheid alimentar nomeia as condições estruturais que afirmam e normalizam tais práticas. Talvez sem surpresa, o termo “apartheid alimentar” é muito menos prevalente na linguagem popular e na literatura acadêmica, embora plataformas como o do *Movement for Black Lives* (M4BL) o usem em seu trabalho pela libertação negra. [...] Karen Washington propõe “apartheid alimentar” como uma alternativa ao “deserto alimentar” porque ela olha para todo o sistema alimentar, juntamente com raça, geografia, fé e economia. Você diz ‘apartheid alimentar’ e chega à causa raiz de alguns dos problemas em torno do sistema alimentar (REESE, 2019, p. 5-7) [tradução da autora].

Em síntese, é possível afirmar que existe uma relação entre a distribuição sócio-espacial do varejo alimentar aqui analisado com o desenvolvimento desigual da cidade do Rio de Janeiro. Mesmo sob a complexa condição de constituição de centralidades em localidades periféricas e do processo de favelização, segue expressando uma forma segregada sócio-espacialmente,

incorporando essas especificidades da morfologia urbana carioca. A conformação do “ambiente” ou paisagem alimentar tem “determinação” prévia, ainda que nela incida.

Chama ainda a atenção o fato de que a direção de expansão das redes de supermercado se deu em consonância com as localidades onde o capital imobiliário se expandiu na cidade do Rio de Janeiro. A este movimento, associou-se, na literatura, a discussão sobre acumulação por espoliação. Tem-se, assim, a periferia como fronteira (SMITH, 2007 *apud* SILVA, 2016), um fenômeno da urbanização capitalista e também do setor supermercadista. Pode-se enxergar o cenário do varejo alimentar em consonância com outros elementos da questão urbana.

A lógica da segregação urbana ganha importantes contornos no Brasil a partir dos anos 1980, e, com a consolidação de uma classe média em áreas periféricas, essas franjas da urbe são palco para a expansão do mercado empresarial e de serviços (SILVA, 2009, p. 4-5). Novas áreas deixam de ser espaços vazios, sob a lógica do capital, e vão, progressivamente, por este sendo ocupados, em seu eterno avanço de fronteira para a necessária reprodução de si. Essa noção mais multidimensional da desigualdade ajuda a entender os limites de uma destituição de ambientes alimentares classificados como “desertos” pela via apenas do mercado, que ignora elementos de diferenciação dentro do próprio setor e a existência de práticas informais construídas pelas próprias localidades.

Mas, se é verdade que a condição de centro e periferia se reproduz nas mais variadas escalas, também procede a constatação de que, dentro das regiões mais periféricas da cidade, a chegada de serviços também pode centralizar-se em regiões mais centrais destas, os subcentros, fazendo confluir duas dinâmicas urbanas de segregação e de centralização e descentralização (SILVA, 2009). Ou seja, é preciso considerar que os processos de segregação, centralização e descentralização não são excludentes entre si e podem ser verificados numa mesma localidade (CORRÊA, 2005, p. 56).

Mas essa ocupação tem uma forma-conteúdo própria, sobretudo a partir dos atacarejos, à beira das grandes vias e a partir da expansão das redes regionais no interior das regiões. Entender esse movimento faz ainda mais sentido quando este é analisado sob a ótica do desenvolvimento geográfico desigual e das teorias que estudam o deslocamento geográfico do capitalismo para garantia da sua reprodução. Se o cenário mudou e hoje as camadas mais populares que não tinham acesso aos equipamentos supermercadistas passaram a ter, por outro lado, mesmo tendo sido originalmente pensado para classes de alto poder aquisitivo, não significa que as classes populares

não tenham se tornado um nicho. A Fundação Abras (2002), ao comentar a crise que viveu o país nos anos 1980, afirma: “Na luta pelo consumidor descapitalizado que ameaça sumir dos supermercados, as grandes redes investiram maciçamente em publicidade, concertos musicais em estacionamentos de lojas, corridas de bicicletas, gincanas e outros eventos esportivos” (ABRAS, 2002, p. 75). E, como todo processo de expansão, é possível que, num momento menos propício economicamente, um novo ciclo de movimentações ocorra, com quebras e incorporações. Isso inclusive já vem sendo sugestionado em algumas matérias de jornais dedicados ao setor. Ocupar e produzir espaço é uma forma de atenuar as contradições do capital (SOJA, 1993, p.121), sobretudo em contextos de crise.

Por fim, seria impossível, no contexto brasileiro, pelo menos, não finalizar abordando o tema da violência, elemento estruturante nos estudos sobre espoliação de territórios. A violência é estruturante da sociedade brasileira, e a fome deve ser vista como expressão bem cruel dessa violência. Uma forma mais sutil, mas ao mesmo tempo bastante concreta de se pensar a interação entre esse movimento e a violência, é considerar que, da forma como se tem hoje a ideia de espoliação em territórios, pode-se retomar as dimensões de corpo-território. Além disso, pode-se defender a ideia de que o avanço de um modelo varejista à luz de um desenvolvimento desigual e combinado, que intersecciona elementos de raça e classe, espolia os corpos periféricos, em sua maioria negros. A categoria *nutricídio* (AFRIKA, 2000) que vem sendo construída por intelectuais negras e negros traduz de forma precisa esta questão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

*Troco coca cola pela cana
E fujo das ciladas da cidade (...)
Alan Bernardes e Borá Ribeiro – Coco Ralado*

Este trabalho analisou a interação entre a sócio-espacialidade, em constante transformação, e um componente específico das nossas vidas: equipamentos de varejo alimentar, especialmente as redes de supermercados, por assumir que os equipamentos responsáveis pela provisão de alimentos são elementos das dinâmicas sócio-espaciais e territoriais e compõem a paisagem urbana. Para isso, realizei um duplo movimento, à luz do entendimento da espacialidade como essa encruzilhada de trajetórias. Por um lado, apresento o histórico do supermercadismo no Brasil e no Rio de Janeiro, apontando as principais tendências atuais do setor. Por outro, estudo e apreendendo a capital fluminense em sua sócio-espacialidade, pois quando entendemos as suas dinâmicas prévias, elencamos elementos que nos ajudam a entender a atual sócio-espacialização das empresas. O estudo aponta que a dinâmica do setor em sua sócio-espacialidade, ao tornar-se elemento do espaço, passa a integrar a paisagem urbana de tal forma que a análise do varejo alimentar, simultaneamente, também nos ajuda a compreender o espaço urbano.

Na capital do estado do Rio de Janeiro, diferenças sócio-espaciais são cotidianamente (re)produzidas. E refletem assimetrias de poder e assimetrias territoriais. Essa máxima se aplica ao estudo do varejo alimentar e das dinâmicas do setor supermercadista, caracterizado atualmente por um ciclo de expansão que dialoga com dinâmicas da morfologia urbana carioca: sua dimensão de centro-periferia, a existência de favelas e de multicentralidades. Atravessado pela dimensão de desenvolvimento geográfico desigual, os supermercados das regiões periféricas estão longe de se caracterizar pelos mesmos atores e processos de áreas consolidadas da cidade. Esse segmento vai se desenvolvendo a partir de especificidades próprias, configurando e reconfigurando dinâmicas territoriais de comercialização de alimentos que por sua vez repercutem nas práticas alimentares. A disponibilidade de alimentos existente em todo o município do Rio de Janeiro é diferenciada a depender de onde você está. O que nos permite afirmar que existe uma sócio-espacialização desigual do varejo alimentar sob a centralidade do supermercadismo. Lojas de perfil mais popular estabelecem-se em regiões de alto rendimento apenas nas localidades mais populares, como nas proximidades de favelas, assim como há também lojas orientadas para um perfil de maior

rendimento em regiões subcentrais da capital, marcadas por um perfil de rendimento menor do que em localidades onde originalmente o supermercado se instala na capital.

A expansão dos supermercados para médias e pequenas cidades, mas, sobretudo, para as periferias urbanas tem sido verificada, tanto nas estratégias de redes regionais e locais como nas redes internacionais, neste caso, mais comumente via o canal atacarejo, complexificando a análise dos ditos desertos alimentares. Porém, se por um lado, essa expansão aumenta o número de equipamentos varejistas acessíveis a essas populações, nem sempre a presença destes equipamentos garante um igual acesso a alimentos adequados e saudáveis. A seletividade espacial e as diferentes práticas presentes na expansão sócio-espacial dos atores privados do varejo alimentar dito moderno têm impactos na oferta de alimentos, tanto os *in natura*, especialmente do tipo orgânico, como também os minimamente e ultra processados.

Esse ciclo de expansão é consonante com as tendências verificadas em outros pontos chaves da lógica urbana: não se expandem em regiões mais recentemente adensadas equipamentos estimulados ou construídos pela ação pública, mas sim, majoritariamente, pela iniciativa privada. A forma como os alimentos são comercializados deve ser entendida como mais um elemento – e instrumento – da privatização do espaço urbano e da consolidação dessa cidade “empresarialista” que Souza (2013) fala. Mas, se não há expansão sob a mão do ordenamento urbano público, continua havendo dinâmicas de comercialização de alimentos numa perspectiva de economia informal, o que podemos chamar de práticas auto-resilientes da população, majoritariamente negra, seguindo a proposta de Reese (2018; 2019), e não tanto sob a ótica do alternativo e ético, ao menos não como a maior parte da literatura entende este conceito (GOODMAN et al., 2012). É fundamental criar mecanismos que considerem nas análises as dinâmicas da economia informal de produção e comercialização de alimentos e a multiescalaridade de diversos sistemas alimentares (MALUF, 2021) incidindo sob uma mesma localidade e compreendê-los à luz de especificidades territoriais da capital fluminense e de grupos com poder político e econômico presentes em muitos dos seus territórios. Neste sentido, sem desconsiderar a validade da noção de desertos alimentares, é importante sua adoção criteriosa que não desconsidere características histórico-geográfica das localidades, suas dinâmicas informais de comercialização de alimentos e, especialmente, as desigualdades presentes no processo de expansão desses equipamentos privados de varejo alimentar supermercadista.

Do ponto de vista teórico, destacamos a validade de trabalhos da literatura internacional no entendimento de elementos do caso analisado. Por um lado, é imprescindível compreender desde uma escala macro a exportação desse modelo de produção e varejo e da atual hegemonia das corporações para entender o supermercadismo (MCMICHAEL; FRIEDMANN, 2007). Assim como as análises críticas que apontam o movimento global das corporações para buscar solucionar problemas apontados no sistema alimentar global também é verificado aqui a busca de adoção de estratégias, nas narrativas e eventualmente em práticas, consideradas sustentáveis, como incorporação de valores em defesa da diversidade, bem como o a intensificação no uso de tecnologias, como de informação e de digitalização de processos. Ao mesmo tempo, também vemos validade analítica nas abordagens que chamam a atenção para a construção de práticas alternativas ao modelo hegemônico, mas consideramos que em grande medida, aquelas que ocorrem em maior escala, muitas vezes esbarram em dilemas no tocante ao acesso, denotando um explícito corte de classe (e também raça) (MOTTA, 2021).

Assim, busquei ao longo da análise dos dados identificar insuficiências teóricas para compreender o varejo alimentar da capital fluminense, entendendo que realidades do Sul Global precisam muitas vezes de conceitos mais próximos de si (HAESBAERT, 2021). Se por um lado, a complexidade do caso nos provoca à análise sob o conceito de território, também problematizo o uso deste conceito como normalmente é aplicado na discussão dos sistemas alimentares, onde, sob o ponto de vista teórico, embasa-se mais numa literatura francesa do que propriamente brasileira. É imprescindível, ao usar a categoria território para a capital fluminense, considerar relações de poder político e econômico nos locais, muitas delas esbarrando em ilegalismos. Ademais, para estudar um sistema alimentar urbano, é preciso munir-se de conceitos e categorias da pesquisa urbana. Afinal, o espaço importa! Aqui, desenvolvimento geográfico desigual, segregação sócio-espacial, favelização e multacentralidades, desigualdade alimentar e apartheid alimentar são categorias que nos ajudam na leitura da realidade carioca. Sob o ponto de vista teórico e analítico, são bem vindas as abordagens recentes sob desigualdades alimentares ancoradas em teorias feministas e negras, com positivo potencial para análise do espaço urbano do Sul Global (MOTTA, 2021; REESE, 2019).

A Teoria dos Regimes Alimentares acerta em associar agricultura e reprodução do capitalismo. Mas faz esta análise priorizando uma única escala e a forma como se espacializa o capital exige um olhar multiescalar. Questões alimentares são, no limite, questões políticas sobre

os alimentos e a análise de relações de poder necessita de uma perspectiva relacional em múltiplas escalas (SOUZA, 2015). A leitura sócio-espacializada nos ajuda a compreender a política dos alimentos e a componente territorial na análise dos sistemas alimentares, para além de uma abordagem que associe a ideia de território à de local. Como destaca Cox, “(...) escala e território são sempre sobre desenvolvimento desigual: sobre proteger e aumentar alguma vantagem local enquanto forçam a desvantagem para outros em outros lugares. Trata-se, em suma, de lutas pela hegemonia local/regional/nacional em espaços mais amplos de circulação” (COX, 2018, p.6) [tradução da autora]. Ou seja, quando falamos de sistema alimentar no plural e na sua multiescalaridade, é imprescindível compreender a desigualdade ali existente. No limite, perceber essas variações nos remete à discussão sobre o setor supermercadista como um oligopólio com franja. E mostra como esses atores “na franja”, muitos longe de serem atores de poder poder econômico e político, reproduzem o modelo original sob suas condições, considerando que estão presentes numa sócio-espacialidade distinta daquela em que as grandes oligopolistas se encontram. São as ciladas da cidade! Todos estes elementos compõem o que denomino no título do trabalho um modelo de “supermercadismo carioca”.

Conforme afirmado no segundo capítulo, acredito haver uma inter-relação entre questão alimentar e desenvolvimento e se o desenvolvimento se expressa espacialmente há também uma interpelação entre questão alimentar e desigualdades sócio-espaciais. Com isso, quero reforçar as componentes escala e sócio-espacialidade como elementos necessários na abordagem sobre as desigualdades alimentares, ademais das demais componente propostas pela perspectiva interseccional que, embora não aqui exploradas à fundo (sobretudo a de gênero), são igualmente relevantes. O olhar sob esta espacialidade, porém, não se limita a associá-lo a uma noção de distâncias, incorporando questões eminentemente políticas na construção social tanto do espaço como da escala (COX, 2013).

Historicamente, o estudo sobre o desenvolvimento desigual do capitalismo na forma espacial urbana levava a conceitos como o de hierarquia urbana cuja validade é bastante relacionada ao olhar do desenvolvimento da urbanização nos países ditos à época subdesenvolvidos. Olhar a urbanização desvendava dinâmicas do desenvolvimento capitalista: a segregação espacial é convergente com a dimensão social das classes. Ao mesmo tempo, olhar o urbano também permitia desenvolver respostas apropriadas aos problemas sociais e do modelo de produção dominante (SOJA, 1993, p.118). Defendo que o modelo do varejo supermercadista,

ademais de se manter, sob o ponto de vista econômico, um oligopólio com franja, só pode ser compreendido se agregamos múltiplas escala de análise. O supermercadismo carioca agrega componentes da análise global – como a presença de corporações – como também questões próprias da dinâmica socioeconômica e espacial brasileira e do território carioca: é um supermercadismo que precisa ser analisado à luz da econômica nacional, é composto por redes de atuação restrita à capital e ao estado e apresenta convergências com características e elementos sócio-espaciais de cada região da cidade: seus grupos políticos territoriais, o comércio de produtos locais, mercados e armazéns, comércio informal de rua, dentre outros.

É também importante ter em mente que quando falamos de uma sócio-espacialidade, falamos de pessoas concretas, “de carne e osso”, com suas respectivas classes sociais, gêneros, raça e etnia. Não segmento os aspectos de classe, de um lado, e os denominados aspectos identitários de outro, entendendo ser a própria classe também uma dimensão que envolve identitarismo (ALMEIDA, 2019). Ou seja, aqui o desenvolvimento é geograficamente desigual sendo negros e pobres mais atingidos. A periferia é vista como fronteira e num processo de destruição criativa, é constantemente marcada por diversas expressões de violência. Nesse sentido, busquei contribuir para um diálogo que parte da ideia dos desertos alimentares, mas amplie numa perspectiva crítica esta discussão, com outros elementos a serem identificados e explorados. E essa relação de centro-periferia se reproduz nas mais diversas escalas, lembrando sempre que não apenas essa dualização tem caráter explicativo para a realidade carioca.

Outros temas mereceriam maior destaque e ficam como indicativos de pesquisas futuras. A começar pelo fato de que, feito esse olhar panorâmico, a pesquisa permite um passo à frente para uma análise mais aprofundada de áreas e regiões específicas da cidade, ou mesmo um estudo comparativo aprofundado entre duas delas. Outra questão que me parece um indicativo de pesquisa futura, seria estudar o varejo alimentar considerando estes resultados mas centrando-se não nos agentes econômicos de grande porte, e sim em como a reprodução da vida coletiva é organizada e garantida, o que certamente inclui as “geografias da auto-suficiência” construídas por localidades populares e negras sobre as quais nos fala Reese. Decerto, se, por um lado, esta autora nos inspira a repensar categorias que traduzam as desigualdades alimentares, sua pesquisa tem foco nas pessoas e na vida cotidiana – como agentes que transformam a paisagem alimentar - e não na ação e organização institucional. Nesse sentido, quero dizer que seu trabalho nos provoca a não assumir a ação do supermercadismo como uma via de mão única na construção das paisagens alimentares

e na definição do acesso aos alimentos. Outros dois elementos que indico como pesquisas futuras referem-se ao tema da governança e de padrões de qualidade e a relação das redes supermercadistas com grupos políticos territoriais e com o campo da política mais institucional, com governos e parlamentares. Brenner (2014) ao analisar temas mais clássicos do urbanismo, como a questão da moraria, ressalta como iniciativas de governos criam condições para a ação de capitais transnacionais.

Caminho, assim, para o encerramento deste trabalho. O continuado processo de expansão urbana segue colocando no centro da discussão sobre soberania e segurança alimentar e nutricional o desafio do abastecimento alimentar nestas regiões. As questões urbanas envolvidas na soberania e segurança alimentar e nutricional foram objeto de debates específicos e é necessário que avancemos numa compreensão da noção de soberania alimentar que abarque experiências e práticas alimentares do espaço urbano. Que significado e implicações para os habitantes da cidade a noção de soberania alimentar, oriunda dos movimentos do campo, aportam? Como avançar rumo à soberania alimentar numa região que apresenta 13 milhões de habitantes, como a metropolitana do Rio de Janeiro? A história recente mostra a incidência da sociedade civil na construção de políticas públicas que atendam grupos “vulneráveis” como as compras institucionais. E essa é de fato uma ação imprescindível. Mas não podemos perder de vista o horizonte da crítica ao modelo que predomina na lógica do abastecimento – o supermercadismo – para construção de um modelo cujo objetivo seja efetivamente contribuir na redução das desigualdades alimentares

Pensar o abastecimento alimentar urbano em suas dimensões, atores, processos, conflitos e profunda desigualdade é uma demanda e desafio concreto da atualidade. Para Milton Santos, a cidade não apenas recebe pobres como os cria, pela maneira como ela é. E essa percepção é importante para entendermos como o sistema de provisão de alimentos, que é parte dos sistemas alimentares, cria eventualmente ou não condições de desigualdade que por sua vez tem relação direta com a fome e a pobreza. Uma discussão propositiva sobre o papel do estado no abastecimento alimentar, embora pareça distante, é necessária. Como destacam Nabuco e Porto (2000, p.210-211):

“(...) cabe ao Estado intervir na cadeia agroalimentar, no sentido de corrigir distorções que o mercado impõe na distribuição e na comercialização dos alimentos (...). Não estamos dizendo que o Poder Público deve operacionalizar diretamente todas as suas ações, mas que pode e deve fazê-lo através de parcerias com produtores rurais, agentes econômicos privados,

entidades representativas da sociedade civil, organizações governamentais e não-governamentais. (NABUCO. PORTO, 2000, p.210-2011).

Findada a análise, reforço que é possível afirmar que há um aumento significativo dos equipamentos privados de uso público para o tema da alimentação e grande fragilidade no tocante à construção e ordenamento de equipamentos e instrumentos públicos de abastecimento. Isto impõe um cenário que intensifica um acesso desigual aos alimentos, especialmente alimentos adequados e saudáveis. É neste sentido que reforçamos a defesa de instrumentos da ação pública mais incisivos para o acesso democrático à alimentação adequada e saudável nas grandes metrópoles e regiões metropolitanas, assegurando o direito humano à alimentação adequada, como a construção e o fortalecimento de equipamentos públicos que estejam sócio-espacialmente distribuídos levando em consideração demandas, características histórias e especificidades das localidades. As dinâmicas das grandes cidades são marcadas por desigualdades profundas. A provisão de alimentos limitada à expansão de atores privados do varejo alimentar dito moderno, reconhecidos aqui como elementos de uma regulação privada do abastecimento alimentar, incide sobre localidades marcadas pela pobreza e desigualdade de tal forma que este espraiamento do modelo privado, desprovido de ações mais estruturantes na redução das desigualdades, neste caso em especial as alimentares, pode levar a um quadro de fortalecimento dessas desigualdades estruturantes presentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAD, Ranking ABAD Nielsen IQ 201. 2021, URL : <https://abad.com.br/wp-content/uploads/2021/05/Apresentacao-evento-Ranking-ABAD-NielsenIQ-2021-V14.pdf>

ABREU, Maurício de Almeida. *A evolução urbana do Rio de Janeiro*. 3. ed. Rio de Janeiro: IPP, 2011.

ABF. *Ranking: as 50 Maiores Franquias do Brasil em 2018*. Portal do Franchising, 2018. Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/maiores-franquias-do-brasil-em-2018>. Acesso em: 23 maio 2011.

ABRAS. Redeeconomia e Campeão juntam forças no varejo. Portal Abras, 2020. Disponível em: <https://www.abras.com.br/clipping/redes-de-supermercados/71302/redeconomia-e-campeao-juntam-forcas-no-varejo>. Acesso em: 22 mar. 2022.

ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. *Pão de Açúcar Fresh chega para brigar com a concorrência de vizinhança nos bairros A/B*. Portal Abras, 2021. Disponível em: <https://www.abras.com.br/clipping/redes-de-supermercados/107112/exclusivo-pao-de-acucar-fresh-chega-para-brigar-com-a-concorrenca-de-vizinhanca-nos-bairros-ab>. Acesso em: 22 maio 2022

ABRAS; RODRIGUES, Marly. *Supermercados: 40 anos de Brasil*. São Paulo: ABRAS, 1993.

ACIL. Associação Comercial e Industrial de Londrina. *Indústria muda relações com varejo*. Portal da Acil, 2009. Disponível em: <http://acil.com.br/noticias/industria-muda-relacoes-com-varejo>. Acesso em: 22 maio 2022

AFRIKA, L. O. *Nutricide: the nutritional destruction of the Black race*. A & B Publishers Group, 2000.

AGNER, Marcelo Ramalho. *A dinâmica geográfica do setor supermercadista no Distrito Federal*. 232p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade de Brasília, Brasília, 2019

AGUIAR, D. R. D. Chapter 3: The Case of Brazil. In: STIEGERT, K. W.; KIM, Dong Hwan (Org.): *Structural Changes in Food Retailing: Six Country Case Studies*. FSRG Publication, 2009.

AGUIAR, D. R. D.; FIGUEIREDO, Adelson Martins. Poder de mercado no varejo alimentar: uma análise usando os preços do estado de São Paulo. RESR, Piracicaba, SP, vol. 49, n. 04, p. 967-990, out-dez 2011.

ALLEN, John *et al.* *Rethinking the region*. Taylor & Francis e-Library, 2002.

ALENTEJANO, Paulo; GONÇALVES, Porto. Geografia agrária da crise dos alimentos. *ALAI - America Latina em Movimiento*. 2009. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/n510xne>.

ALENTEJANO, Paulo Roberto Raposo. *Reforma agrária, território e desenvolvimento no Rio de Janeiro*. Tese (Doutorado) - CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2003.

ALMEIDA, Silvio. Prefácio. In: HAIDER, Asad. *Armadilha da Identidade: Raça e Classe nos dias de hoje*. Veneta: 2019.

AMBROSINI, Larissa Bueno; FILIPPI, Eduardo Ernesto; MIGUEL, Lovois de Andrade. SIAL: análise da produção agroalimentar a partir de um aporte territorialista e multidisciplinar. *Revista IDEAS*, v.2, n.1 p. 6-31, jan-jun 2008.

AMIN, Samir. *Accumulation on a World Scale*. New Your: Monthly Review Press, 1974.

AMIN, Mônica Concha; AGUIAR, Danilo Rolim Dias de. Concentração industrial, fusões e turnover no setor supermercadista brasileiro. *Revista Gestão & Produção*, v. 13, n. 1, p. 45-56. Jan./abr. 2006.

AMIN, Mônica Concha; AGUIAR, D. R. D. Mudança Estrutural no setor supermercadista brasileiro. s/d.

ANTUNES, R. L. C. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2009.

ANTUNES, Ricardo. *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. 2. ed. São Paulo: Boitempo 2020.

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Supermarket promove 12º aniversário a partir de 10 de setembro com descontos de mais de 50%*. Portal Asserj, 2021. Disponível em: <https://asserj.com.br/noticiasdosetor/2021/09/supermarket-promove-12o-aniversario-a-partir-de-10-de-setembro-com-descontos-de-mais-de-50>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Associado Asserj: Conheça a história dos Supermercados Mundial*. Portal Asserj, 2017a . Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2017/08/associado-asserj-conheca-a-historia-do-supermercados-mundial/#:~:text=Atuando%20no%20Rio%20de%20Janeiro,Rua%20do%20Matoso%2C%20na%20Tijuca>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Associado Asserj: Conheça a história dos Supermercados Guanabara*. Portal Asserj, 2017b. Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2017/11/associado-asserj-conheca-a-historia-do-supermercados-guanabara>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Abras e SBVC juntas na NRF em Nova Iorque em 2018*. Portal Asserj, 2017c. Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2017/11/abras-e-sbvc-juntas-na-nrf-em-nova-iorque-em-2018>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Associado Asserj*: Conheça a história do SuperPrix Supermercados. Portal Asserj, 2017d. Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2017/07/associado-asserj-conheca-a-historia-do-superprix-supermercados>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Associado Asserj*: Conheça a história do Inter Supermercados. Portal Asserj, 2017e. Disponível em: <https://asserj.com.br/sem-categoria/2017/08/associado-asserj-conheca-a-historia-do-inter-supermercados>. Acesso em: 22 mar. 2022.

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Associado Asserj*: Conheça a história do Zona Sul. Portal Asserj, 2018. Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2018/01/associado-asserj-conheca-a-historia-do-zona-sul>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Conheça a História do Supermarket*. Portal Asserj, 2018b. Disponível em: <https://asserj.com.br/supermercados/2018/10/conheca-a-historia-do-supermarket>. Acesso em: 22 maio 2022.

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Dados Inéditos*: Pedidos de Delivery em Supermercados mais que dobraram no segundo mês de quarentena no Rio. Portal da Asserj, 2020. Disponível em: <https://asserj.com.br/boletim/2020/05/pedidos-de-delivery-em-supermercados-mais-que-dobraram-no-segundo-mes-de-quarentena-no-rio>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. Em reunião com o Governo do Rio, ASSERJ define estratégias para vacinação nos supermercados. Portal Asserj, 2021a. Disponível em: <<https://asserj.com.br/noticias/2021/01/asserj-define-estrategias-para-vacinacao-nos-supermercados/>>. Acesso em: 22 maio 2022

ASSERJ. Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro. *Pesquisa ASSERJ*: Entenda o comportamento do consumidor na ida às compras. Portal Asserj, 2021b. Disponível em: <https://asserj.com.br/noticiasdosetor/2021/04/consumidor-so-enche-o-carrinho-do-supermercado-uma-vez-no-mes>. Acesso em: 22 maio 2022

ARRIGHI, Giovanni. *O longo século XX*. Rio de Janeiro, Contraponto; São Paulo, UNESP, 1996.

ARRUTI, José Maurício Andion. “Territórios Negros: propriedade ou território?”. Koinonia. *Projeto Egbé – Territórios Negros do Rio de Janeiro*: história, antropologia e alternativas jurídicas. Rio de Janeiro: Koinonia/CEDI, 2001, p. 9-21.

ASHE, Leah. The compromised colonized discourse of alternative food. *Rev. Column. Soc.* v. 41, n. 2, p. 103-121, 2018.

ASHE, Leah. *Towards a dignified Food Security? Discourses of Dignity, Development and Culture in New York City and Bogotá*. Tese (Doutorado em Filosofia) - Cardiff University, 2016.

BAPTISTA, Silva; JOMALINIS, Emília. Terra, água e agricultura urbana: convergência possível nas lutas territoriais da Zona Oeste do Rio de Janeiro. In.: TANAKA, G. et al. *Viva a Vila Autódromo: o plano puplar e a luta conta as remoções*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2018

BARBOSA, Tiago Fernando Gomes. Supermercados e estratégias espaciais de localização: uma análise dos principais eixos de circulação em Fortaleza-CE. *Brazilian Geographical Journal: Geosciences and humanities research médium*. Ituiutaba, v. 9, n. 1, p. 73-88, jan./jun. 2018.

BARRACLOUGH, S. L. *And end to hunger? The social origins of food strategies*. London: Zed Books, 1991.

BEACHAM, Jonathan David. *Spaces of difference, spaces of possibility? An exploration of Alternative Food Networks (AFNs) in the austerity foodscape of the United Kingdom*. Tese (Doutorado em Filosofia da Sociologia) - Lancaster University, 2018.

BEAULAC, J.; KRISTJANSSON, E.; CUMMINS, S. A systematic review of food deserts, 1966-2007. *Preventing chronic disease*, v. 6, n. 3, p. A105. 2009

BECCO, J. E.; NUNES, F. R. M. A logística dos supermercados periféricos: estudo de caso em Fortaleza com aplicação do benchmarking. In: *Encontro Nacional de Engenharia de Produção*. Ouro Preto, ENEGEP, 2003.

BECKER, B. K. O mercado carioca e seu sistema de abastecimento. *Rev. Bras. Geogr.*, v. 28, n. 2, p. 129-156, 1966.

BELIK, Walter. Políticas setoriais para o setor agroalimentar no Brasil: aspectos conceituais e evidências empíricas. In: MALUF, Renato; WILKINSON, John (Orgs.) *Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa*. Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999.

BELIK, Walter. Muito além da porteira: mudanças nas formas de coordenação da cadeia agroalimentar no Brasil. 1999. 146 p. Tese (Livre Docência) - Instituto de Economia da Unicamp - Campinas, SP, 1999.

BELIK, Walter, Mecanismos de coordenação na distribuição de alimentos no Brasil. In: BELIK, W.; MALUF, R. S. (Orgs.). *Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização*. Campinas, SP: IE/Unicamp, 2000.

BELIK, Walter. *Supermercados e produtores: limites, possibilidades e desafios*. [sd], pp. 5-98, 2005.

BELIK, Walter. *Estudo sobre a cadeia de alimentos*. Ibirapitanga: Instituto Clima e Sociedade; Imaflora, 2020.

BELIK, Walter; MALUF, Renato Sérgio. Introdução. *In: BELIK, Walter; MALUF, Renato S. Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização*. Campinas, SP: IE/Unicamp, 2000.

BELIK, Walter; WEGNER, Rubia Cristina. Distribuição de hortifruti no Brasil: papel das centrais de abastecimento e dos supermercados. *Cuad. Desarro. Rural*: Bogotá, v. 9, n. 69, p. 195-220, julio-diciembre 2012.

BENKO, Georges; PECQUEUR, Bernard. Os recursos de territórios e os territórios de recursos. *Geosul*, Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 31-50, jul./dez. 2001.

BERDEGUE, J. A.; BALSEVICH, F.; FLORES, L.; REARDON, T. 2005. Central American supermarkets' private standards of quality and safety in procurement of fresh fruits and vegetables. *Food Policy*, v. 30, n. 3, p. 254-269.

BERNSTEIN, Henry. Food Sovereignty: A skeptical view. *In: Food Sovereignty: A Critical Dialogue Conference Paper #1. International Conference Yale University*, 2013.

BERNSTEIN, Henry. Food sovereignty via the 'peasant way': a skeptical view. *The Journal of Peasant Studies*, 2014.

BERSTEIN, Henry Food regimes and food regime analysis: a selective survey. *Conference Paper n. 1. The Regional Center for Social Science and Sustainable Development: Chiang Mai University*, 2015.

BERNSTEIN, Henry. Agrarian political economy and modern world capitalism: the contributions of Food Regimes analysis. *Journal of Peasant Studies*, v. 43, n. 3, p. 611-647, 2016.

BEZERRA, Juscélino Eudâmidas. Redes de Supermercados e o setor agroalimentar: novas abordagens analíticas para a geografia. *Enanpege*, 2017.

BEZERRA, Juscélino Eudâmidas. Geografia, comércio e consumo: os supermercados como tema geográfico. *Espaço & Geografia*, vol. 23, n.2, p. 143-161, 2020.

BITAR, Nina Pinheiro. "O maior mercado do mundo!": Uma etnografia do Cadeg, o novo Mercado Municipal do Rio de Janeiro. 299 p. Tese (Doutorado) Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

BONANNO, Alessandro. Globalizacion del sector agricola y alimentario. *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentacion*, Madrid (Spain), 1994.

BORGES, C.A.; CABRAL-MIRANDA, W.; JAIME, P. C. Urban Food Sources and the Challenges of Food Availability According to the Brazilian Dietary Guidelines Recommendations. *Sustainability*, 10, 4643, 2-12. 2018.

BORGES, Camila Beraldo Goulart; CUNHA, Altivo Roberto de Almeida. *Quem vende a cesta-básica mais barato?* Um abalo na eficiência das grandes redes supermercadistas. 24 p., 2004.

BOYER, Robert. How and why capitalism differs. *MPIFG Discussion Paper*, v. 5, n. 4, 2005.

BRASIL. *I Plano Nacional de Desenvolvimento*. Brasília, Presidência da República, 1971.

BRASIL. II Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional “A construção da Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional”. RELATÓRIO FINAL, 2004. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/II_Conferencia_2versao.pdf

BRASIL. *Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento* (Coord). Companhia Nacional de Abastecimento. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento. Plano de Modernização das Centrais de Abastecimento – Sugestões das Centrais de Abastecimento Brasileiro. Brasília, 2013, p. 1-19. Disponível em: http://abracen.org.br/wp-content/uploads/2013/11/PNA-2013-ultima-versao-Newton-e-Pechetoll-1-_5_-_1_.pdf

BRASIL. *Exposição de Motivos nº 011* – Consea. Política Nacional de Abastecimento Alimentar. Proposta de Política Nacional de Abastecimento Alimentar elaborada pela Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (Caisan), na forma de uma minuta de Projeto de Lei. 2012. p. 12.

BRASIL. *Ministério da Saúde*. Guia alimentar para a população brasileira. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

BRASIL DE FATO. Manifestantes ocupam supermercados em todo país para denunciar a fome e a alta dos alimentos. Portal Brasil de Fato, 2021. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/12/17/manifestantes-ocupam-supermercados-em-todo-pais-para-denunciar-a-fome-e-a-alta-dos-alimentos>>. Acesso em: 22 maio 2022

BRAUDEL, Fernand. *A dinâmica do Capitalismo*. Rio de Janeiro: Rocco 1987.

BRENNER, Neil. The limits to scale? Methodological reflections on scalar structuration. *Progress in Human Geography*. 25, 4, p.591-614, 2001.

BRENNER, Neli. Teses sobre a urbanização. *Revista Eletrônica e-metropolis*. N. 19, ano 5, 2014

BURCH, David; LAWRENCE, Geoffrey. Towards a third food regime: behind de transformation. *Agric Hum Values*, v. 26, p. 267-279, 2009.

BURLANDY, Luciene *et al*. Saúde e Sustentabilidade: desafios conceituais e alternativas metodológicas para a análise de sistemas locais de segurança alimentar e nutricional. *Tempus: Actas de Saúde Coletiva*, v .9, p. 55-70, 2015.

CADIEUX, K. V.; SLOCUM, R. What does it mean to do food justice? College of Liberal Arts All Faculty Scholarship. *Paper* 3, p. 1-26, 2015. Disponível em: http://digitalcommons.hamline.edu/cla_faculty/3

CÂMARA INTERMINISTERIAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL (CAISAN). *Subsídios da Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional – CAISAN – para a discussão sobre “Segurança Alimentar e Nutricional nos centros urbanos” na XVII Plenária do CONSEA*. 2014

CAMPOS, Andreilino. *Do quilombo à favela: a produção do “espaço criminalizado” no Rio de Janeiro*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CANAL RURAL. Prefeitura do Rio suspende feiras livres para conter pandemia. Portal Canal Rural, 2020. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/noticias/prefeitura-do-rio-suspende-feiras-livres-para-conter-pandemia>. Acesso em: 22 maio 2022

CASTRO, J. *A geografia da fome*. 5. ed. Civilização Brasileira, 2005. 318p.

CASTRO, Josué de. *Geopolítica da Fome*. São Paulo, Livraria-Editôra da Casa Estudante do Brasil, 1953.

CASTRO JUNIOR, Paulo César Pereira de. *Ambiente alimentar comunitário medido e percebido: descrição e associação com o Índice de Massa Corporal de adultos brasileiros*. Tese (Doutorado) - ENSP, Fiocruz, 2018.

CHIODO, Luis. *Supermercados en América Latina: historia del comercio de alimentos, de los autoservicios hasta el império de cinco cadenas multinacionales*. Buenos Aires: Antropofagia, 2010.

CIRAD. *Systèmes agroalimentaires localisés (organisations-innovations et développement local)*. Montpellier (Fr.): CIRAD/SAR, 1996. 27p.

CLAPP, Jennifer; FUCHS, Doris. Agrifood Corporations, Global Governance and Sustainability: A framework for Analysis. In: CLAPP, J.; FUCH, D. (ed). *Corporate Power in global agrifood governance*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2009.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. *O comércio atacadista de Uberlândia (MG): mudanças tecnológicas e estratégias territoriais*. 198p. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual de São Paulo, São Paulo, 1997.

CLEPS, Geisha Daise Gumiero. *Estratégias de reprodução do capital e as novas espacialidades urbanas: o comércio de auto-serviço em Uberlândia (MG)*. 312p. Tese (Doutorado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, Uberlândia, 2005.

CNN BRASIL. *Estudo aponta vantagem do atacarejo sobre hipermercados e supermercados*. Portal CNN Brasil, 2021b. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/estudo-aponta-vantagem-do-atacarejo-sobre-hipermercados-e-supermercados>. Acesso em: 22 maio 2022

CNN BRASIL. *Grupo Pão de Açúcar e iFood fazem parceria para entregar compras de supermercado*. Portal da CNN Brasil, 2021a. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/05/19/grupo-pao-de-acucar-e-ifood-fazem-parceria-para-entregar-compras-de-supermercado>. Acesso em: 22 maio 2022

COE, N. M. The internationalisation/globalisation of retailing: towards an economic-geographical research agenda. *Environment and Planning A*, v. 36, p. 1571-1594, 2004

COE, Neil; HESS, Martin. The internationalization of retailing: implications for supply network restructuring in East Asia and Eastern Europe. *Journal of Economic Geography* 5, p. 449-473, 2005.

COE, N. M.; WRIGLEY, Neil. Host economy impacts of transnational retail: the research agenda. *Journal of Economic Geography*, v. 7, p. 341-371, abr. 2007.

COE, N. M.; DICKEN, Peter; HESS, Martin. Global Production Networks: Realizing the potential. *Journal of Economic Geography*, v. 8, Issue 3, p. 271-295, may 2008.

COLLONA *et al.* Food system. In: ESNOUF, C.; RUSSEL, M.; BRICAS, N. (eds.). *Food system sustainability: insights from DuALIne*. Cambridge (UK): Cambridge University Press, p. 69-100, 2013.

CORREIO DA MANHÃ. *Donas-de-casa: Êstes são os Preços Cadep*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1967. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/089842_07/86642. Acesso em: 22 maio 2022

COMITÊ TÉCNICO DO PLANO DIRETOR (CTPD). Diagnóstico Intersetorial integrado da cidade do Rio de Janeiro. Relatório. Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2018.

COMMITTEE ON WORLD FOOD SECURITY (CFS). The CFS Voluntary Guidelines on Food Security and Nutrition (VGFSyN). Forty-seventh Session - *Making a Difference in Food Security and Nutrition*. 2021

CORRÊA, Magalhães. *O Sertão Carioca*. Instituto Histórico e Geographico Brasileiro. 308p. 1936.

CORRÊA, Roberto Lobato. *O espaço urbano*. 6. impr., 4. ed. São Paulo: Ática, 2005.

COSENTINO, Renato. *Barra da Tijuca e o projeto olímpico: a cidade do capital*. Dissertação (Mestrado) – IPPUR/UFRJ, Rio de Janeiro, 2015.

COSTA, Armando Dalla. A importância da Logística no Varejo Brasileiro: O Caso do Pão de Açúcar. *Cadernos da Escola de Negócios da UniBrasil*, p. 65-84, jan./jun. 2004.

COX, K. R. Territory, Scale, and why capitalism matters. *Territory, Politics, Governance*, v. 1, n. 1, p. 46-61, 2013.

COX, K. R. Scale and territory, and the difference capitalism makes. In: PAASI, Anssi; HARRISON, John; MARTIN, Jones (Ed.). *Handbook on the Geographies of Regions and Territories*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.4337/9781785365805.00013>.

CUNHA, Altivo Roberto Andrade de Almeida. Dimensões estratégicas e dilemas das Centrais de Abastecimento no Brasil. *Revista de Política Agrícola*. Ano XV, nº 4, 2006.

CUNHA, Altivo Roberto Andrade de; BELIK, Walter. A produção agrícola e a atuação das centrais de abastecimentos no Brasil. *Segurança Alimentar e Nutricional*, Campinas, SP, v. 19, n. 1, p. 46-59, 2012a.

CUNHA, Altivo Roberto Andrade de Almeida; BELIK, Walter. Entre o declínio e a reinvenção: atualidade das funções do sistema público atacadista de alimentos no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 50, n. 3, 2012b.

CUNHA, Altivo Roberto Andrade de Almeida; MACHADO, Moisés. *Quem vende a cesta básica mais barato? Um abalo no mito da eficiência das grandes redes supermercadistas*. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2003.

CUNHA, A. R. A. A.; BELIK, W. Abastecimento no Brasil: o desafio de alimentar as cidades e promover o Desenvolvimento Rural. In.: GRISA, C.; SCHNEIDER, S. (org). *Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil*. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

CUSICANQUI, Silvia Rivera. *Temos que produzir pensamento a partir do cotidiano*. Agência de Notícias Anarquistas. Disponível em: <https://noticiasanarquistas.noblogs.org/post/2019/03/08/bolivia-silvia-rivera-cusicanqui-temos-que-produzir-pensamento-a-partir-do-cotidiano/>. 2019.

CYRILLO, Denise Cavallini. *O papel dos supermercados no varejo de alimentos*. São Paulo: Ivo Torres, 1987.

DENECHERE, F.; DURAND, G.; MARECHAL, G. "Systèmes alimentaires territorialisés: les circuits courts comme vecteurs de développement territorial". In: MARECHAL, G. *Les circuits courts alimentaires*. Dijon: Editions Educagri, 2008. p. 161-174.

DIÁRIO DO RIO. *Supermercado Zona Sul do Centro fechou*. Portal Diário do Rio, 2022. Disponível em: <https://diariodorio.com/supermercado-zona-sul-do-centro-vai-fechar>. Acesso em: 22 maio 2022

DIÁRIO DO GRANDE ABC. *Pão de Açúcar não assumirá passivo fiscal do Paes Mendonça*. Portal do Diário do Grande ABC, 1999. Disponível em:

<https://www.dgabc.com.br/Noticia/338311/pao-de-acucar-nao-assumira-passivo-fiscal-do-paes-mendonca>. Acesso em: 22 maio 2022

DRZ GEOTECNOLOGIA E CONSULTORIA LTDA. Revisão do Plano Municipal de Saneamento básico para os serviços de abastecimento de água e esgotamento sanitário. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/12401025/4313009/ETAPA1EstudoPopulacionalPMSBRJ.pdf>. 2020.

DUNNE, Jonnie B. *et al.* *What does 'local' mean in the grocery store? Multiplicity in food retailers' perspectives on sourcing and marketing local foods*. Renewable Agriculture and Food Systems: Cambridge University Press, 2010.

DUPUIS, E. M.; GOODMAN, David. Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies* 21, p.359-371, 2005.

ECHEVERRI, J. A. Territorio como cuerpo y territorio como naturaleza: diálogo intercultural? In: SURRALLÉS, A.; GARCÍA HIERRO, P. (Orgs.) *Tierra adentro: territorio indígena y percepción del entorno*. Copenhague: Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas, 2004.

ÉPOCA Brasil. *Coronavírus: Supermercados do Rio têm 7% dos funcionários afastados*. Portal O Globo, 2020. Disponível em: <https://epoca.globo.com/brasil/coronavirus-supermercados-do-rio-tem-7-de-funcionarios-afastados-1-24387330> . Acesso em: 22 maio 2022

ERICKSEN, P. J. Conceptualizing food systems for global environmental change research. *Global Environmental Change*, v. 18, p. 234-245, 2008.

ERICKSEN, P. J.; STEWART, B.; DIXON, J.; BARLING, D.; LORING, P.; ANDERSON, M.; INGRAM, J. The value of a food system approach. In: INGRAM, J.; ERICKSEN, P.; LIVERMAN, D. (Eds.). *Security and global environmental change*. London: Earthscan, p. 25-45. 2010.

ESCHER, Fabiano. BRICS varieties of capitalism and food regime reordering: A comparative institutional analysis. *Journal of Agrarian Change*, p.1-25, 2020.

ESCHER, Fabiano; WILKINSON, John. A economia política do complexo Soja-Carne Brasil-China. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 57, n. 4, p. 656-678, 2019.

ESTADÃO. *Diniz é intimado a depor sobre denúncia de sonegação de concorrentes*. Portal Estadão, 2003, 10 dezembro. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,diniz-e-intimado-a-depor-sobre-denuncia-de-sonegacao-de-concorrentes,20031210p23779>. Acesso em: 22 maio 2022

ETC GROUP. Hijacking food systems: technofix takeover at the FSS. *Comuniqué 118*. 2021.

ETC GROUP; IPES FOOD. Too Big to Feed: The Short Report. 2018.

ETCO. Instituto Brasileiro de ética concorrencial. *Rio fecha cerco a supermercado sonegadores e dobra receita de ICMS*. Portal ETCO na Mídia, 2010. Disponível em: <https://www.etc.org.br/etco-na-midia/rio-fecha-cerco-a-supermercados-sonegadores-e-dobra-receita-de-icms>. Acesso em: 22 maio 2022

EXAME. *Ex-dono do Prezunic cria nova varejistas*. Portal Exame, 2014. Disponível em: <https://exame.com/colunistas/primeiro-lugar/ex-dono-do-prezunic-cria-nova-varejista>. Acesso em: 23 mar. 2022.

EXAME. *Auxílio emergencial: 71% dos beneficiados usaram para comprar comida*. Portal Exame, 2021. Disponível em: <https://exame.com/brasil/71-de-quem-recebeu-auxilio-emergencial-usou-dinheiro-para-comprar-comida>. Acesso em: 22 maio 2022

EXTRA. *Sete supermercados do Rio passam a formar a Rede Unno*. Portal Extra, 2018. Disponível em: <https://extra.globo.com/economia-e-financas/sete-supermercados-do-rio-passam-formar-rede-unno-22830975.html>. Acesso em: 22 maio 2022

EXTRA. *Mercado São Sebastião, na Penha, terá plano e comissão para revitalização*. Portal Extra, 2021. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/rio/mercado-sao-sebastiao-na-penha-tera-plano-comissao-para-revitalizacao-24890664.html>. Acesso em: 23 mar. 2022.

FARINA, E. M. M. Q.; NUNES, Rubens; MONTEIRO, Guilherme F. De A. Supermarkets and their impacts on the agrifood system of Brazil: The competition among retailers. *Agribusiness*, v. 21, n. 2, p. 133-147, 2005.

FAULHABER, Lucas; SIQUEIRA, Hipólito. Grupos Econômicos e acumulação urbana na cidade do Rio de Janeiro: Odebrecht e Carvalho Hosken. *Ver. Bras. Estud. Urbanos Reg.* São Paulo, v. 21, n. 3, p. 586-604, 2019.

FERNANDES, Marcio Luis. *Decodificando geografias pretéritas e hodiernas de Ilha de Guaratiba*. 99p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

FERNANDES, Marcio Luis. *Ilha de Guaratiba: um lugar descortinado por seus moradores desaguando no Rio olímpico*. 187 p. Tese (Doutorado), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

FERREIRA, Caren Caroline Paulo. *Mercado São Sebastião: um projeto de Dom Helder Camara na década de 1960*. Relatório Técnico, Departamento de Serviço Social, 2017

FLEXOR, Georges. Las tiendas frente a la revolución de los supermercados: El caso de la Región Metropolitana de Rio de Janeiro. *Revista Economia, Sociedad y Territorio*, Toluca, México, n. 45, v. 14, p. 497-522, may-ago, 2014.

FOLHA DE S. PAULO. *Diniz anuncia acordo com Paes Mendonça*. Portal Folha de São Paulo, 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi04059922.htm>. Acesso em: 22 maio 2022

FOLHA DE S. PAULO. *Grupo Pão de Açúcar compra rede carioca*. Portal Folha de São Paulo, 2001. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0711200122.htm>. Acesso em: 22 maio 2022

FOLHA DE S. PAULO. *Wal-Mart paga US\$ 300 mi por Bompreço*. Portal Folha de São Paulo, 2004. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0203200411.htm>. Acesso em: 22 maio 2022.

FOLHA DE S. PAULO. *Consumidor final ganha força em lojas de atacado*. Portal Fola de São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/804683-consumidor-final-ganha-forca-em-lojas-de-atacado.shtml>. Acesso em 24 maio 2022.

FORBES. *Plataforma de supermercado online Favo recebe aporte de R\$ 141 milhões*. Portal Forbes, 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/10/plataforma-de-supermercado-online-favo-recebe-aporte-de-r-141-milhoes>. Acesso em: 22 maio 2022

FRANÇA, C; REZENDE, V. O desaparecimento do Mercado Municipal Praça XV, fator na formação do espaço público da Cidade do Rio de Janeiro. *I Encontro Nacional da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo*, 2010.

FRIEDMANN, Harriet. The political economy of food: the rise in fall of the postwar international food order. *American Journal of Sociology*, 1982.

FRIEDMANN, Harriet. The Political Economy of Food: A global Crisis. *New Left Review*, v. 197, p. 29-57, jan-fev 1993.

FRIEDMANN, H. From Colonialism to Green Capitalism: Social Movements and Emergence of Food Regimes. In: BUTTEL, F.; McMICHAEL, P (Orgs.). *New Directions in the Sociology of Global Development*. New York: Elsevier, 2005. p. 227-264.

FRIEDMANN, Harriet. *Food Regime Analysis and Agrarian Questions: Widening the Conversation*, 2016

FRIEDMANN, H.; MCMICHAEL, P. Agriculture and State System. *Sociologia Ruralis*, v. 29, n. 2, p. 93-117, 1989.

FRIEDMMAN, Harriet; MCMICHAEL, Philip. Agriculture and the state system: the rise and decline of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, 1989.

FUNDAÇÃO ABRAS. Cinquenta anos de supermercado no Brasil. São Paulo: Informe, 2002.

FUNDIÇÃO PROGRESSO. História do Carnaval: Os Rios que formam o Rio com Luiz Antônio Simas. 2021 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bcTXTN8EpTo>. Acesso em: 23 maio 2022

G1. *Cadeg completa 60 anos com promoções durante o mês inteiro e estreia evento musical*. Portal G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/01/08/cadeg-completa-60-anos-com-promoco-es-durante-o-mes-inteiro-e-estreia-evento-musical.ghtml>. Acesso em: 22 mar. 2022.

GAGO, Verónica. *A potência feminista, ou o desejo de transformar tudo*. São Paulo: Elefante, 2020.

GARCIA, Eduardo Henrique. Algumas Considerações sobre a Evolução Recente do Setor Agroalimentar Fluminense. In: CARNEIRO *et al.* *Campo aberto, o rural no Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1998.

GASPAR, Marcos Antonio; BORGATO, Fabio. Estratégia de atuação em rede de negócios: estudo de caso no pequeno varejo de alimentos. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, Campo Limpo Paulista SP, v. 7, n. 1, p. 3-16, Jan./Abr. 2013.

GHOSH-DASTIDAR, B.; COHEN, D.; HUNTER, G.. ZENK, S.N.; HUANG, C.; BECKMAN, R.; DUBOWITZ, T. Distance to store, food prices and obesity in urban food deserts. *Am J Prev Med*. 47 (5), 87-95. 2014.

GIRO NEWS. *Nova Rede no Grupo Emanuel: Obom Atacadão abre hoje no Rio de Janeiro*. Portal Giro News, 2020. Disponível em: <https://www.gironews.com/atacado-cash-carry/nova-rede-no-grupo-emanuel-61427>. Acesso em: 22 maio 2022

GOMES-RIBEIRO, Marcelo; QUEIROZ-RIBEIRO, Luiz Cesar. Segregação soicoespacial e desigualdades de renda da classe popular na metrópole do Rio de Janeiro, Brasil. *EURE*. V. 47, n. 142, p. 27-48, 2021

GONÇALVEZ, Thiago Roberto Zibetti; CORDEIRO, Eduardo Firak. Os desafios na construção de Sistemas Alimentares Territorializados (SALT's) para a promoção do Desenvolvimento Territorial Sustentável: estudos de casos do litoral Centro-sul de Santa Catarina e região Oeste do Paraná, Brasil. *Anais VIII Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural*, 2010.

GOODMAN, David; WATTS, Michael. Reconfiguring the rural or fording the divide?: Capitalist restructuring and the global agro-food system. *The Journal of Peasant Studies*, v. 22, n. 1, p. 1-49, 1994.

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melaine. Knowing food and growing food: beyond the production–consumption debate in the sociology of agriculture. *Sociologia Ruralis*, v. 42, n. 1, p. 5–22, 2002.

GOODMAN, D. *et al.* *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. New York: Routledge, 2012. 308p.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. *Geografia e modernidade*. 10ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

GREEN, Raúl; SCHALLER, Bernard. La dimension logística de la racionalización productiva y comercial. In: MALUF, Renato; WILKINSON, John (Orgs.) *Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa*. Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999.

GRISA, Catia; NIERDELE, Paulo. *É urgente inovar nas políticas alimentares fortalecendo a agricultura familiar*. Sul 21. Disponível em: <https://www.sul21.com.br/opiniaopublica/2020/05/e-urgente-inovar-nas-politicas-alimentares-fortalecendo-a-agricultura-familiar-por-catia-grisa-e-paulo-niederle/> 6 mai 2020. Acesso em: 16 fev. 2021.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HAESBAERT, Rogério. *Regional-Global: dilemas da região e da regionalização na Geografia contemporânea*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

HAESBAERT, Rogério. *Viver no Limite*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HAESBAERT, Rogério. *Território e descolonialidade: sobre o giro (multi) territorial/de(s)colonial na América Latina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Niterói: Programa de Pós-Graduação em Geografia; Universidade Federal Fluminense, 2021.

HARVEY, David. *O Neoliberalismo. História e Implicações*. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola, 2010 [1992]

HARVEY, David. *O enigma do capital e as crises do capitalismo*. São Paulo: Boitempo, 2011.

HARVEY, David. *Os Limites do capital*. São Paulo: Editora Boitempo, 2013.

HAWKES, Corinna. Dietary implications of supermarkets development: a global perspective. *Development Policy Review*, 26 (6), p.657-762, 2008.

HENDERSON, Jeffrey *et al.* Redes de produção globais e a análise do desenvolvimento econômico. *Revista Pós Ciências Sociais*, v. 8, n.15, jan./jun. 2011.

HIRATA, Daniel Veloso; GRILLO, Carolina Christoph (coords.) *Roubos, proteção e letalidade no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Boll, 2019.

HLPE. Food security and nutrition building a global narrative towards 2030. A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. Rome, 2020.

HLPE. Food losses and waste in the context of sustainable food systems. A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. Rome, 2014.

HONORATO, Cezar Teixeira; MANTUANO, Thiago Vinícius. O que era o Trapiche? O porto e a cidade do Rio de Janeiro no século XIX. *Acervo*. Rio de Janeiro, v. 28, n.1, p. 144-158, 2015.

ILES, Alastair; WIT, Maywa Montenegro. Sovereignty at what scale? An inquiry into multiple dimensions of food sovereignty. *Globalizations*, v. 12, n. 4, p. 481-497, 2015.

INFOMONEY. *Startups de entregas competem pela próxima fronteira: os produtos de supermercado*. Portal InFoMoney, 2022. Disponível em <https://www.infomoney.com.br/do-zero-ao-topo/startups-de-entregas-competem-pela-proxima-fronteira-os-produtos-de-supermercado>. Acesso em: 22 maio 2022

INTERNATIONAL Panel of Experts on Sustainable Food Systems (IPES-Food). From uniformity to diversity: a paradigm shift from industrial agriculture to diversified agroecological systems. 2016. 94p.

INTERNATIONAL Panel of Experts on Sustainable Food Systems (IPES-Food). Unravelling the Food–Health Nexus: Addressing practices, political economy, and power relations to build healthier food systems. The Global Alliance for the Future of Food and IPES-Food. 2017. 120p.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). População residente, segundo as Áreas de Planejamento (AP) e Regiões Administrativas (RA), em 1991/2000/2010. Disponível em: <https://www.data.rio/documents/6608f60b6b9741b5998fc4fd5e6a7e14/about>. 2018a.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). Rendimento nominal familiar per capita, segundo Bairros ou grupos de Bairros, no Município do Rio de Janeiro em 2000/2010. Disponível em: <https://www.data.rio/documents/PCRJ::rendimento-nominal-familiar-per-capita-segundo-bairros-ou-grupos-de-bairros-no-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-em-2000-2010/about>. 2018b.

JESUS, Carolina Maria de. *Quarto de despejo: diário de uma favelada*. São Paulo: Ática, 2014.

JORNAL DO BRASIL. *Poeta estende supermercados até o Uruguai*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1959. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_07/100501 Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Atacadistas tiram seus armazéns da Rua do Acre*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1964. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_08/54768. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Olha a feira, freguesa*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1966. P1. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_08/83694. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. 1967. *Adeus às Feiras*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1967. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_08/106579. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Central de Abastecimento do Grande Rio deverá ser no Mercado São Sebastião*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1969. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_08/132773. Acesso em: 23 mar. 2022.

JORNAL DO BRASIL. *Mar e Terra, Noite e Dia*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1971a. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/205969. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercados, Hipermercados: o caminho do comércio*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1971b. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/210683. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Empresas multinacionais querem explorar a pecuária na Amazônia*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1971c. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/202511. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Coluna Zózimo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1972a. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/251750. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercados ocupam área de 34 Maracanãs e ditam hábitos de comportamento e consumo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1972b. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/252645. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercados: gigantes dominam o varejo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1973. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/22240. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *O Mar e Terra na Ilha do Governador*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1973b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/21837. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercados mudam hábitos e aperfeiçoam consumo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1974a. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/29345. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Dívida de Cr\$ 15 milhões das Casas da Banha é o imposto recorde carioca*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1974b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/31390. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *No Rio, a dieta que não emagrece mas economiza*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1975. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/64886. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercados buscam melhora*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1976a . Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/70555. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Existência da cadeia de supermercado não é ameaça ao monopólio*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1976b. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/78436. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Lance livre*. Disponível em: Hemeroteca Digital Brasileira, 1976c. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/79355. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Iogurte e café solúvel, as novas inclusões na agenda das altas*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1977a. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/96344. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *O longo caminho dos hortifrutigranjeiros*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1977b. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/97844. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Os milhões e os centavos: os supermercados*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1977c. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/96344 . Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Pão de Açúcar compra Superbom e pretende adquirir o Disco*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1978a. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/124092. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Sendas compra Mar e Terra e as Casas da Banha lojas em Minas*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1978b. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/131385. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *O 1º da Classe*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1978c. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/146983. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Pão De Açúcar compra Peg Pag por Cr\$250 milhões*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1978d. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/128612. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercados*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1978e, Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/182527. Acesso em: 20 set. 2021.

JORNAL DO BRASIL. *Informe Econômico*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1978f. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/132484. Acesso em: 20 set. 2021.

JORNAL DO BRASIL. *Coluna Zózimo: Big-Business*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1979. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_09/159562. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *PM organiza fila de feijão com tiros e gás*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1980a. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_10/55257. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Tumulto na fila do feijão fere 5 pessoas em Campo Grande*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1980b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/58599. Acesso em:

JORNAL DO BRASIL. *Tumultos que ocorrem nas filas de feijão prejudicam o policiamento ostensivo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1980c. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/58706. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *A guerra do Feijão*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1980d. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_10/19770. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Zona Sul consome quatro vezes mais cereal que Zona Norte*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1980e. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/21130. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Segurança de supermercado escapa de linchamento após espancar um menino*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1981. Disponível: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/41312. Acesso em: 12 jan. 2021.

JORNAL DO BRASIL. *PM e multidão se enfrentam*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1983. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_10/105506. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Sendas já prepara sua entrada em Minas e São Paulo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1984. Disponível em : http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/122012. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Dornelles quer dividir com governadores peso tributário*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1985^a. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/143252. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Preços sob controle estabilizam e os livres disparam*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1985b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/145443. Acesso em: 12 jan. 2021.

JORNAL DO BRASIL. *Interinidade de Sarney dificulta evolução econômica*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1985c . Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/143252. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Grandes Grupos medem forças na guerra de preços*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1986a. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/164649. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Seguranças de supermercado espancam uma freguesa grávida*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1986b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/166475. Acesso em: 12 jan. 2021.

JORNAL DO BRASIL. *Fiscalização vira dever cívico*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1986c. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_10/183579. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Fúria do consumo explore os preços de embarcações*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1986d. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/181101. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Manguezais do Rio acabam em cinzas*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1986e. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_10/161872. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Guerra de preços estimula vendas nos supermercado*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1987. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/206985. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercado Disco apresenta pedido de concordata*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1989. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_10/267727. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Empresário sequestrado é solto por NCZ\$ 1 milhão*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1989b. Disponível em : http://memoria.bn.br/DocReader/030015_10/280265. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Pequenos e médios supermercados garantem seu espaço*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1990a. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_11/25724. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *As promoções dos pequenos*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1990b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_11/26776. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercado aposta na automação*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1993. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_11/109910. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Os estrangeiros estão chegando: Brasil atrai as grandes redes de varejo do mundo*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1995a. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_11/165621. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Bom preço é o maior atrativo em supermercado*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1995b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_11/287179. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Ahold quer metade do Bompreço*: Rede holandesa assinou intenção de compra e pretende até adquirir os concorrentes. Hemeroteca Digital Brasileira, 1996. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_11/197907. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Grupo português se expande em SP*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1999. Disponível em : http://memoria.bn.br/DocReader/030015_11/276642. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Carrefour negocia com Rainha*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1999b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_11/310320. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Os poderes das Sendas*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1999c. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_11/308146. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Supermercado do futuro não tem fila*. Hemeroteca Digital Brasileira, 2000a. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_12/11415. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Um alerta contra os monopólios*. Hemeroteca Digital Brasileira, 2000b. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/030015_12/28143. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. 2006. *Intercontinental amplia verde*. Hemeroteca Digital Brasileira, 2006. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_12/191041. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Futebol com um leve sotaque*. Hemeroteca Digital Brasileira, 2008. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/030015_12/259704. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Sonegação no Mundial e Guanabara (a história se repete?)*. Portal JB, 2020. Disponível em: <https://www.jb.com.br/colunistas/o-outro-lado-da-moeda/2020/11/1026612-sonegacao-no-mundial-e-guanabara--a-historia-se-repete.html>. Acesso em: 23 maio 2022

JORNAL DO BRASIL. *Prezunic inaugura loja em novo shopping do Rio*. Portal JB, 2022. Disponível em: <https://www.jb.com.br/economia/marcas/2021/11/1033960-prezunic-inaugura-loja-em-novo-shopping-do-rio.html>. Acesso em: 22 mar. 2022.

JORNAL DO COMMERCIO. *O peso verdadeiro dos supermercados*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1988. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/364568_17/78540. Acesso em: 23 maio 2022

JOMALINIS, Emília. *Quem está lucrando com a nossa comida?* Apontamentos sobre o sistema agroalimentar no estado e na cidade do Rio de Janeiro. Instituto Pacs. 2019. Disponível em: http://biblioteca.pacs.org.br/wp-content/uploads/2019/05/Quem-est%C3%A1-lucrando-com-a-nossa-comida_Instituto-PACS.pdf.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio; PEETZ, Marcia da Silva. *100 anos de feiras livres na cidade de São Paulo*. Trad Traduzca.com; fotografias Maycon Lima; Jailton Leal. São Paulo: Via Imprensa Edições de Arte, 2015. 312p.

KNEAFSEY, Moya; MAYE, Damian; HOLLOWAY, Lewis; GOODMAN, Michael k. *Geographies of Food: an introduction*. London e New York, Bloomsbury Publishing Plc, 2021.

KNOKE, William. O supermercado no Brasil e nos Estados Unidos: confrontos e contrastes. *RAE/FGV*, v. II, n. 9, 1963.

LAGO, Luciana Corrêa. Desigualdades e segregação na metrópole: O Rio de Janeiro em tempo de crise. 2ª ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015

LAVINAS, Lena; NABUCO, Maria Regina (Coords). Crise, abastecimento e uso do solo: abastecimento, histórico e atualidade. 1992, 121 f. *Relatório Parcial V*. Auxílio Integrado à Pesquisa – CNPq, dez 1992.

LAVINAS, Lena; MALUF, Renato. Abastecimento, Segurança Alimentar e Ação Municipal. *Revista de Administração Municipal*. 04. 1992.

LEACH, M; NISBETT, N.; CABRAL, L.; HARRIS, J.; HOSSAIN, N.; THOMPSON, J. Food politics and development. *World Development*, v. 134, p. 1-19, 2020.

LEDA, Luisa Corrêa. *Sistema tradicional de varejo de alimentos e sua importância para a segurança alimentar e nutricional: o caso do Distrito Federal*. 2017. 134 f. Tese (Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2017.

LEFEBVRE, Henri. *A produção do espaço*. Trad. Doralice Barros e Sérgio Martins, 2006.

LENHARO, Alcir. *As tropas da moderação (o abastecimento da Corte na formação política do Brasil - 1808-1842)*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura Turismo e Esportes, 1993.

LINHARES, Maria Yedda Leite. *História do abastecimento; uma problemática em questão (1530 -1918)*, 1979.

LINHARES, Maria Yedda Leite. *Pecuária, alimentos e sistemas agrários no Brasil (séculos XVII e XVIII)*. 1995. 11f. Arquivos do Centro Cultural Calouste Gulbenkian, Le Portugal et l'Europe Atlantique, le Brésil et l'Amérique Latine. Mélanges offerts à Frédéric Mauro, vol. XXXIV, Lisboa, Paris, 1996.

LINHARES, Maria Yedda Leite; SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. *História política do abastecimento (1918-1974)*. Brasília, BINAGRI, 1979

LOBO, Heloísa Carmello Rocha. Processo de remoção: sociabilidades, disputas e conflitos em uma região comercial na cidade do Rio de Janeiro. In: *Reunião Brasileira de Antropologia*. Natal. Caderno de Resumos. Brasília: Editora Kiron, 2014.

Lobo, Heloísa Carmello Rocha. *Processos de remoção e seus desdobramentos: tramas e percursos em busca de uma casa*. Dissertação (Mestrado). PPCIS, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2015.

LOWE, Michele; WRIGLEY, Neil. Retail and the urban. *Urban Geography*, v. 21, n. 7, p. 640-653, 2000.

MACKENDRIC, Norah. Foodscapes. *Contexts*. 13: 16, 2014.

MAIA, João Luiz de Araújo; MACHADO, Lilian Alves Miranda Ribeiro. “Aniversário Guanabara”: comunicação, consumo e experiência comum. *Rizoma*, Santa Cruz do Sul, v.3, n.2, 2015.

MALASSIS, Louis. *Alimentar os homens*. 1ª ed. Instituto Piaget, 1994.

MALASSIS, Louis. *Économie agroalimentaire, tome 1. Économie de la consommation et de la production agroalimentaire*, Cujas, Paris, 437, 1979.

MALUF, R. S. *Um “mal necessário”?* Comercialização Agrícola e Desenvolvimento Capitalista no Brasil. Tese (Doutorado em Economia) - Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1988.

MALUF, R. S. Economic development and the food question in Latin America. *Food Policy*, v. 23, n. 2, p. 155-172, 1998.

MALUF, Renato. Economia de rede, o papel da distribuição e a problemática da segurança alimentar. In: MALUF, Renato; WILKINSON, John (Orgs.) *Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa*. Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999.

MALUF, Renato. Abastecimento alimentar, inflação de alimentos e o contexto urbano no Brasil. In: MALUF, Renato; FLEXOR, Georges (Org.). *Questões agrárias, agrícolas e rurais: conjunturas e políticas públicas*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2017.

MALUF, R. S. Decentralized food systems and eating in localities: a multi-scale approach. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 59, n. 4, e238782, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.238782>.

MALUF, Renato. O Novo contexto internacional do abastecimento e da segurança alimentar. In: BELIK, Walter; MALUF, Renato S. (Orgs.). *Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização*. Campinas, SP: IE/Unicamp, 2000.

MALUF, Renato S.; SPERANZA, Juliana S.; BOCCHI, Priscila. *Abastecimento alimentar no Brasil*, 2012. Disponível em: <http://www4.planalto.gov.br/consea/eventos/plenarias/apresentacoes/2012/apresentacao-03-novembro-2012>.

MALUF, Renato. Destinos e finalidades da produção agropecuária. In: SENRA, Nelson de Castro (Org.). *O Censo entra em campo: O IBGE e a história dos recenseamentos Agropecuários*. IBGE, 2014.

MANSUR, A. L. *O Velho Oeste Carioca: História da Ocupação da Zona Oeste do Rio de Janeiro (de Deodoro a Sepetiba) do Século XV ao XXI*. Rio de Janeiro: Ibis Libris, 2005.

MARAFON, G. J. *et al. Geografia do estado do Rio de Janeiro: da compreensão do passado aos desafios do presente*. Rio de Janeiro: Gramma, 2011.

MARAFON, Glaucio José; SEABRA, Rogério. Relações campo-cidade e a comercialização agrícola: notas sobre o espaço fluminense. *Geo UERJ*, Rio de Janeiro, Ano 16, 2014.

MARAFON, Glaucio José; SEABRA, Rogério. Contrastes na agricultura fluminense: o tradicional e o moderno no processo de comercialização agrícola. *GEO UERJ*, Rio de Janeiro, n. 28, p. 242-268, 2016. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/viewFile/23485/16690>.

MARSDEN, T.; FLYNN, A.; HARRISON, M. *Consuming Interests: The Social Provision of Foods*. London: UCL Press, 2000.

MARX, Karl. *Grundrisse*. São Paulo: Boitempo, 2011.

MARX, Karl. *O Capital: crítica da economia política: livro II: o processo de circulação do capital*. São Paulo: Boitempo, 2014.

MASCARENHAS, Gilmar. O lugar da Feira Livre na Grande Cidade Capitalista: Rio de Janeiro, 1964-1989. *Revista Brasileira de geografia*. Rio de Janeiro, v.54, n.1, p.1, 1992

MASSEY, Dooren. *Geographies of responsibility*. Geogr. Ann., 86 B (1): 5-18, 2004.

MASSEY, Doreen. *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012 [2005]

MATEOS, Mónica; RAZQUIN, Alfredo. Las transformaciones en la gran distribución minorista – su impacto en la cadena de frutas y hortalizas. In: MALUF, Renato; WILKINSON, John (Orgs.) *Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa*. Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999.

MCCULLOUGH, E. B.; PINGALIL, P. L.; STAMOULIS, K. G. *The transformation of agri-food systems*. Globalization, supply chains and smallholder farmers. London and New York, USA: Earthscan, for FAO, 2008.

MCMICHAEL, Philip. Bringing circulation back into agricultural political economy: analyzing the antebellum plantation in its world market context. *Rural Sociology*, 1987.

MCMICHAEL, F. Situating the “Retailing Revolution”. In: BRUCH, David; LAWRENCE, Geoffrey (ed.). *Supermarkets and agri-food supply chains: transformations in the production and consumption of food*. Northampton, Mass: Elgar, 2007.

MCMICHAEL, Philip. A food regime genealogy. *The Journal of Peasant Studies*, v. 36, n.1, January 2009, p.139-169.

MCMICHAEL, Philip. *Food regimes and agrarian questions*. Canadá: Fernwood Publishing, 2013.

MCMICHAEL, Philip. A comment on Henry Bernstein’s way with peasants and food sovereignty. *The Journal of Peasant Studies*, 2014.

MCMICHAEL, Philip. *Regimes alimentares e questões agrárias*. São Paulo; Porto Alegre: Editora Unesp, 2016.

MEDAWAR, C. E. M. C. *Mercado dos Orixás: uma etnografia do Mercado de Madureira no Rio de Janeiro*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Ciência Política (PPGACP), Instituto de Ciências Humanas e Filosofia (ICHF), Universidade Federal Fluminense- UFF, Niterói, 2003.

MENEZES, F.; PORTO, S. I.; GRISA, C. *Abastecimento alimentar e compras públicas no Brasil: um resgate histórico*. São Paulo: Centro de Excelência contra a Fome, 2015. Disponível em: http://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/seguranca_alimentar/PAA_Institucional_Estudo_1_Historico_lowres.pdf. Acesso em: 8 ago. 2019.

MERCADO E CONSUMO. *Conheça o ‘supermercado do futuro’ da rede Dalben no interior de SP*. Portal Mercado & Consumo, 2021. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2021/06/22/conheca-o-supermercado-do-futuro-da-rede-dalben-no-interior-de-sp>. Acesso em: 23 maio 2022

MOBILE TIME. *Supermercado no Rio registram crescimento médio de 50% no e-commerce na pandemia*. Portal Mobile Time, 2020. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/01/09/2020/supermercados-no-rio-registram-crescimento-medio-de-50-no-e-commerce-na-pandemia>. Acesso em: 23 maio 2022

MONTEIRO, Guilherme; FARINA, Elizabeth; NUNES, Rubens. *Food-Retail Development and the Myth of everyday low prices: The case of Brazil*. 2012. 18f. Oxford: Blackwell Publishing, 2012.

MORATOYA, E. E. *et al.* Mudanças no padrão de consumo alimentar no Brasil e no mundo. *Revista de Política Agrícola*, v. XXII, n. 1, 2013, 72-84.

MORGAN, Kevin; MARSDEN, Terry; MURDOCH, Jonathan. *Worlds of Food: Place, power, and provenance in the Food Chain*. Oxford University Press, 2008.

MOTTA, R. Social movements as agents of change: Fighting intersectional food inequalities, building food as webs of life. *The Sociological Review Monographs*, v. 69, n. 3, p. 603–625, 2021.

MOTTA R.; JELIN, E.; COSTA, S. Introduction. In: JELIN, E.; MOTTA, R.; COSTA, S. (ed.) *Global entangled inequalities: conceptual debates and evidence from Latin America*. Routledge, p. 1-15, 2017.

MOURA, D. A. S.; CARVALHO, M. M.; LOPES, M. A. *Consumo e abastecimento na história*. São Paulo: Alameda, 2011.

MURILHA, D.; SALGADO, I. A arquitetura dos mercados públicos: tipos, modelos e referências projetuais. *Arquitextos*, 138.02, ano 12, p. 1-14, 2011.

NABUCO, Maria Regina; PORTO, Sílvia Isopo. Como planejar e executar o abastecimento alimentar municipal. In: BELIK, Walter; MALUF, Renato S. (Orgs.). *Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização*. Campinas, SP: IE/Unicamp, 2000.

NEW TRADE. *Rede Unno encerra atividades*. Portal Newtrade. 2020. Disponível em: <https://newtrade.com.br/varejo/rede-unno-encerra-atividades>. Acesso em: 23 maio 2022

NEXO JORNAL. *Desigualdades alimentares em tempos de pandemia*. Portal Nexo Políticas Públicas, 2021. Disponível em: <https://pp.nexojornal.com.br/opinio/2021/Desigualdades-alimentares-em-tempos-de-pandemia>. Acesso em: 23 maio 2022

NIERDELE, Paulo; WEZS JÚNIOR, Valdemar. *As novas ordens alimentares*. Porto Alegre: Editora da UFRS, 2018.

OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES. A expansão das milícias no Rio de Janeiro: uso da força estatal, mercado imobiliário e grupos armados. Relatório Parcial. 2020. Disponível em: <https://www.observatoriodasmetropoles.net.br/a-expansao-das-milicias-no-rio-de-janeiro-uso-da-forca-estatal-mercado-imobiliario-e-grupos-armados/>

OBSERVATÓRIO DO TERCEIRO SETOR. *Tio e sobrinho foram torturados e mortos por roubarem carne no supermercado*. Portal Observatório Terceiro Setor, 2021. Disponível em: <https://observatorio3setor.org.br/noticias/tio-e-sobrinho-foram-torturados-e-mortos-por-roubarem-carne-no-supermercado>. Acesso em: 23 maio 2022

O DIA. *Prédio da milícia de Rio das Pedras é demolido em ação do MP com a Prefeitura*. Portal O Dia, 2021. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2021/12/6294740-predio-da-milicia-de-rio-das-pedras-e-demolido-em-acao-do-mp-com-a-prefeitura.html>. Acesso em: 22 mar. 2022.

O GLOBO. *Cadeg completa 60 anos com promoções durante o mês inteiro e estreia evento musical*. Portal G1 Globo, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de->

janeiro/noticia/2022/01/08/cadeg-completa-60-anos-com-promoco-es-durante-o-mes-inteiro-e-estreia-evento-musical.ghml. Acesso em: 15 abr. 2022.

O GLOBO. *Mercado São Sebastião: uma trajetória de glamour e decadência*. Portal G1 Globo, 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/mercado-sao-sebastiao-uma-trajetoria-de-glamour-decadencia-5259918>. Acesso em: 23 maio 2022

O GLOBO. *Conhecido supermercado do Rio fechará as portas por causa da milícia*. Blog Ancelmo Gois, 2019. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/conhecido-supermercado-do-rio-fechara-portas-por-causa-da-milicia.html>. Acesso em: 22 mar. 2022.

O GLOBO. *Rede de supermercados Economia se torna a segunda maior do Rio*. Blog Ancelmo Gois, 2020. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/rede-de-supermercados-economia-se-torna-segunda-maior-do-rio.html>. Acesso em: 22 mar. 2022.

O GLOBO. *Supermercado testa entrega com drones terrestres*. Portal G1 Globo, 2021a. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/supermercado-testa-entrega-com-drones-terrestres-24889940>. Acesso em: 22 mar. 2022.

O GLOBO. *Compras pagas com reconhecimento facial: supermercado do Rio lança opção*. Portal G1 Globo, 2021b. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/compras-pagas-com-reconhecimento-facial-supermercado-do-rio-lanca-opcao-25221237>. Acesso em: 22 mar. 2022.

OLIVEIRA, Raquel de Lucena. *Centralidade na periferia: a centralidade de Campo Grande na Zona Oeste da Metrópole Carioca*. 138p. Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

OLIVEIRA, Natália Maria Garcia de; ALMEIDA, Mariane da Paz; BRAIDA, Frederico; COLCHETE FILHO, Antonio. As relações entre uma rede de supermercados e as regiões de planejamento da cidade Juiz de Fora. *V Colóquio Internacional sobre o comércio e a cidade: uma relação de origem*, 2016.

OXFAM. *Hora de mudar: Desigualdade e sofrimento humano nas cadeiras de fornecimento dos supermercados*. 2018. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/desigualdade-na-comida>. Acesso em: 22 mar. 2022.

PEIXOTO, Enaldo Cravo. *A Sunab e as Classes Produtora*. Revista do Empresário: ACRJ- Associação Comercial do Rio de Janeiro, 1969. Disponível em: <http://docvirt.com/docreader.net/acrjrevistas/21449>. Acesso em: 23 maio 2022

PELIANO, Anna Maria Medeiros. A assistência alimentar nas políticas governamentais. *Revista de Política Agrícola*, Ano X, n. 1, 2001.

PERES, João; MATIOLI, Victor. *Os donos do mercado: como os grandes supermercados exploram trabalhadores, fornecedores e a sociedade*. Elefante: São Paulo, 2020.

PETERSEN, Paulo. Editorial. *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia*, v. 10, n. 2, 2013.

PETERSEN, Paulo. Programa Ecoforte de Agroecologia: inovação institucional sintonizada com desafios de civilização. In: SCHMITT, Claudia Job *et al.* *Redes de agroecologia para o desenvolvimento dos territórios: aprendizados do Programa Ecoforte*. Rio de Janeiro: Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), 2020.

PETERSEN, Paulo; MONTEIRO, Denis. *Agroecologia ou Colapso (2)*. Outras Palavras. 2020. Disponível em: <https://outraspalavras.net/crise-civilizatoria/agroecologia-ou-colapso-2>.

PINGALLI, P. Agricultural policy and nutrition outcomes – getting beyond the preoccupation with staples grains. *Food Security*, v. 32, n. 1, p. 119-139, 2015.

PINTAUDI, Silvana Maria. *Os supermercados na grande São Paulo: contribuição do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes metrópoles*. 1981. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1981.

PINTAUDI, Silvana Maria. *Mudanças nas formas de comércio varejista e a implantação dos supermercados na grande São Paulo – SP*. 1988, p. 29.

PINTAUDI, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Cidades*, v. 3, n. 5, p. 81-100, 2006.

PLOEG, J. D. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

PLOEG, Jan Douwe van der. Newly emerging, nested markets: a theoretical introduction. In: HEBINCK, P.; PLOEG, J. D. van der; SCHNEIDER, S. *Rural development and the construction of new markets*. Abingdon: Routledge, 2015

PLOEG, Jan Douwe van der. From biomedical to politico-economic crisis: the food system in times of Covid-19. *The Journal of Peasant Studies*. Doi: 10.1080/03066150.2020.1794843, 2020.

POLANYI, Karl. *A Grande Transformação*. As Origens da Nossa Época. Trad. Fanny Wrobel. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

POLANYI, Karl. Nossa obsoleta mentalidade de mercado (1947). In: POLANYI, Karl. *A Subsistência do Homem e Ensaio Correlatos*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

POLLAN, Michael. *Em defesa da comida: um manifesto*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008. 200p.

PONTES, Trícia Thaise e Silva; ANGELO, Claudio Felisoni; BERGMANN, Daniel Reed; FOUTO, Nuno Manoel Martins Dias. Eficiência técnica no setor supermercadista brasileiro. *XX SEMEAD*. Novembro, 2017.

PORTAL APAS. *Rede Zona Sul abre loja de 'atacarejo' no Rio de Janeiro*. Portal Apas – Associação Paulista de Supermercados. São Paulo. 2010. Disponível em: <https://portalapas.org.br/rede-zona-sul-abre-loja-de-atacarejo-no-rio-de-janeiro>. Acesso em:

POSSAS, Mario Luiz. *Estruturas de mercado em oligopólio*. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1990

PRATO CHEIO. O que Milton Santos diria do Ifood? *O Joio e o Trigo*. 24 jun. 2021. Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2021/06/o-que-o-milton-santos-diria-do-ifood/>. Acesso em: 23 mar. 2022.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Relação das Feiras Livres. Secretaria Especial da Ordem Pública. s/d. 7p.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Macrozoneamento. Disponível em: http://www.camara.rj.gov.br/planodiretor/pd2009/audiencias_pd/apresentacao_pd_macrozoneamento15-09-09.pdf 2009.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Lei Complementar n 111 de 1º de fevereiro de 2011. Disponível em: <http://www2.rio.rj.gov.br/smu/buscafacil/Arquivos/PDF/LC111M.PDF> Acesso em 23 mai 2022

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Proposta de Metodologia para Hierarquização dos Centros e Subcentros da Cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/5333332/4139322/22DiagnosticoCentralidadeSMUCMP062014.pdf> 2014

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Limite Áreas de Planejamento. Disponível em: <https://www.data.rio/datasets/limite-%C3%A1reas-de-planejamento-ap/explore?location=-22.917564%2C-43.444800%2C11.69>> 2016. Acesso em: 11 abr. 2021.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Plano de Desenvolvimento e Ação Climática da Cidade do Rio de Janeiro. 2021a. Disponível em: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/12937849/4337195/PDSCOMPLETO_0406_errata_09062021compactado.pdf

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Plano Estratégico 2021-2024. 2021b, Disponível em: <https://plano-estrategico-2021-a-2024-pcrj.hub.arcgis.com>

PRÉVOST, Benoît. *Des circuits courts à la reterritorialisation de l'agriculture et de l'alimentation*. 2014

PULKER, C. E.; TRAPP, G. S. A.; SCOTT, J. A.; POLLARD, C. M. What are the position and power of supermarkets in the Australian food system, and the implications for public health? A systematic scoping review. *Obesity Reviews*. Doi: 10.1111/obr.12635, 2017.

RASTOIN, J.; GHERSI, G. *Le système alimentaire mondial: concepts et méthodes, analyses et dynamiques*. Éditions Quae, 2010.

RASTOIN, J.; RASTOIN, J-L., *Les systèmes alimentaires territorialisés: quelle contribution à la sécurité alimentaire? Introduction*. Paris, Académie d'Agriculture de France, p. 1-3, 2014.

REARDON, Thomas; BERDEGUÉ, Julio. The rapid rise of supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development. *Development Policy Review*. 20 (4), p. 371-388, 2002.

REARDON, Thomas; BERDEGUÉ, Julio A.; FARRINGTON, John. Supermarkets and farming in Latin America: Pointing directions for elsewhere? *Natural Resources perspectives*, n. 81, p. 1-6, 2002.

REARDON, T.; TIMMER, P.; BARRETT, C.; BERDEGUÉ, J. The rise of supermarkets in Africa, Asia, and Latin America. *Am. J. Agric. Econ.*, v. 85, p. 1140–1146, 2003.

REARDON, Thomas; TIMMER, C. Peter; BERDEGUÉ, Julio A. The rapid rise of supermarkets in developing countries: induced organizational, institutional, and technological change in agrifood system. *Electronic Journal of Agricultural and Development Economics*, v. 1, n. 2, p. 168-183, 2004.

REARDON, Thomas; TIMMER, C. P.; BERDEGUÉ, J. A. Supermarket Expansion in Latin America and Asia: Implication for Food Marketing Systems. *New Directions in Global Food Markets*, USDA, p. 47-61, 2005.

REARDON, Thomas; HENSON, Spencer; BERDEGUÉ, Julio. 'Proactive Fast-Tracking' Diffusion of Supermarkets in Developing Countries: Implications for Market Institutions and Trade. *Journal of Economic Geography*. 7 (4), 2007.

REDE PENSSAN. *Insegurança Alimentar e Covid-19 no Brasil*. Rede Penssan, 2021.

REQUIER DESJARDINS, D. Les systèmes agroalimentaires localisés en Amérique Latine : un facteur de compétitivité de l'agro-industrie rurale su des marchés globalisés. *Economies et Sociétés*, N° 25 (9-10), p. 1421-1440, 2002

REVISTA EXAME. *Wal-Mart anuncia compra do Bompreço por US\$ 300 milhões*. Portal Revista Exame, 2010. Disponível em: <https://exame.com/negocios/wal-mart-anuncia-compra-do-bompreco-por-us-300-milhoes-m0064362> Acesso em: 23 maio 2011

REVISTA SUPERHIPER. Ranking abras 2010. *Revista SuperHiper*. São Paulo, SP, Ano 36, abr. 2010, Disponível em: <https://www.abras.com.br/superhiper/edicoes-antiores>.

REVISTA SUPERHIPER. Ranking abras 2011. *Revista SuperHiper*. São Paulo, SP, Ano 37, n. 418, abr. 2011, p. 1-166. Disponível em: <https://www.abras.com.br/superhiper/edicoes-antiores>.

REVISTA SUPERHIPER. Ranking abras 2014. *Revista SuperHiper*. São Paulo, SP, Ano 40, n. 454, abr. 2014, p. 1-196. Disponível em: <https://www.abras.com.br/superhiper/edicoes-anteriores>

REVISTA SUPERHIPER. Ranking abras 2016. *Revista SuperHiper*. São Paulo, SP, Ano 42, n. 478, pp. 1-156, abr. 2016. Disponível em < <https://www.abras.com.br/superhiper/edicoes-anteriores> >

REVISTA SUPERHIPER. Ranking abras 2020. *Revista SuperHiper*. São Paulo, SP, Ano 46, n. 526, maio 2020, p. 1-116. Disponível em: <https://superhiper.abras.com.br/pdf/259.pdf>

REVISTA SUPERHIPER. Ranking abras 2021. *Revista SuperHiper*. São Paulo, SP, Ano 47, n. 537, jun. 2021, p. 1-163. Disponível em: <https://superhiper.abras.com.br/pdf/270.pdf>

REVISTA SUPER INTERESSANTE. Quando surgiram os supermercados? Portal Super Interessante, 2011. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quando-surgiram-os-supermercados/>>. Acesso em: 23 maio 2011

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 10. ed., julho/2019.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 16. ed., setembro/2020a.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 17 ed., outubro/2020b.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 18. ed., novembro/2020c.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 19. ed., dezembro/2020d.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 20. ed., janeiro/2021a.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj 21. ed., fevereiro/2021b.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 23. ed., abril/2021c.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 24. ed., 2021d.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 25. ed., junho/2021e.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 26 ed., julho/2021f.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 27 ed., ago./2021g.

REVISTA SUPER NEGÓCIOS. Rio de Janeiro: Asserj. 30 ed., nov./2021h.

RIBEIRO, M. A. Considerações sobre o espaço fluminense: estrutura e transformações. In: MARAFON, G. J.; RIBEIRO, M. F. (Orgs.). *Estudos de geografia fluminense*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

RIBEIRO, Luiz Cesar de Queiroz. *Rio de Janeiro: Transformações na ordem urbana*. Rio de Janeiro: Letra Capital; Observatório das Metrópoles, 2015.

RIBEIRO, Miguel Angelo. Estado do Rio de Janeiro: das capitanias hereditárias à uma nova divisão regional. *Geo UERJ*. Rio de Janeiro, n.31, p. 249-279, 2017.

RIBEIRO, Ursula Leite; ASSIS, Renato Linhares. A estratégia desenvolvida pela rede varejista Pão de Açúcar na cidade do Rio de Janeiro para a comercialização de frutas, legumes e verduras orgânicos. *Revista Observatório de la Economía Latinoamericana*, 2019.

RIO DE JANEIRO. *Lei Orgânica do Município do Rio de Janeiro*. 1990. Disponível em: <https://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4946719/4126916/Lei_Organica_MRJ_comaltdo205.pdf> Acesso em 23 maio 2022.

RIO DE JANEIRO. *Lei Complementar 16, de 4 de junho de 1992*. Disponível em: <http://www0.rio.rj.gov.br/patrimonio/pastas/legislacao/plano_diretor_edicao_reduzida_comentada.pdf> Acesso em 23 maio 2022

ROJO, Francisco José Grandia. Pesquisa: o comportamento do consumidor nos supermercados. *ERA – Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 38, n. 3, p.16-24, 1998.

ROMANO, Rogério Tadeu. A Chacina no Supermercado Peg Pag. *Revista Jus Navigandi*, 2015. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/45286/a-chacina-no-supermercado-peg-pag>. Acesso em: 12 jan. 2021.

SAAB, Wiliam George Lopes; GIMENEZ, Luiz Carlos Peres. Aspectos do varejo de alimentos no mundo e Brasil. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 11, p.101-122, mar. 2000.

SALVATE, N. *Mercados imersos: uma abordagem sobre a construção social dos mercados*. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

SANTOS, Angela Maria Medeiros M.; GIMENEZ, Luiz Carlos Perez. Reestruturação do comércio varejista e de supermercados. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 9, p. 79-94, 1999.

SANTOS, Boaventura; SANTOS, B. Sousa. *A Crítica da Razão Indolente: Contra o Desperdício da Experiência*. Porto: Afrontamento, 2000.

SANTOS, Elton; SILVA, Fábio; ALVES, Marcelo; SILVA, Thiene; FERREIRA, Denilson; BRAUNER, Marcus. Abastecimento de um centro de distribuição varejista: estudo de caso sobre a rede de supermercados PREZUNIC. *Vianna Sapiens*, v. 10, n. 2, Juiz de Fora, 2019.

SANTOS, Milton. Técnica, espaço, tempo – globalização e meio técnico-científico informacional. 2a. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 15. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS, Milton. *O Espaço Dividido: Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos*. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura; *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004 [2001].

SANTOS, Renato Emerson Nascimento dos. Geografias da ação nas lutas anti-racismo: um olhar aproximativo. *Anais XVIII, ENANPUR*, 2019. Disponível em: <http://anpur.org.br/xviiienanpur/anaisadmin/capapdf.php?reqid=902>

SAQUET, Marcos Aurelio. As diferentes abordagens do território e a apreensão do movimento e da (i)materialidade. *Geosul*, Florianópolis, v.22, n. 43, p. 55-76, 2007.

SAQUET, Marcos Aurelio; SILVA, Sueli Santos. Milton Santos: concepções de geografia, espaço e território. *Geo UERJ*. 10, v. 2, n.18, p. 24-42, 2008.

SAQUET, Marcos Aurelio. *Abordagens e concepções de território*. São Paulo: Outras Expressões, 2013.

SA VAREJO. *Onii planeja chegar a 500 lojas autônomas em 2021*. Portal SA Varejo, 2021. Disponível em: <https://www.savarejo.com.br/detalhe/reportagens/onii-planeja-chegar-a-500-lojas-autonomas-em-2021>. Acesso em: 23 maio 2022

SBVC. *Treze milhões de brasileiros fizeram primeira compra pela internet em 2020*. Portal SBVC-Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, 2021. Disponível em: <https://sbvc.com.br/13-milhoes-brasileiros-primeira-compra-online>. Acesso em: 23 maio 2022

SCHUTTER, Olivier de. Préface. In: RASTOIN, J.; GHERSI, G. *Le système alimentaire mondial: concepts et méthodes, analyses et dynamiques*. Éditions Quae, 2010.

SCOONES, I; EDELMAN, M; BORRAS Jr., S.; HALL, R.; WOLFORD, W.; WHITE, B. Emancipatory rural politics: confronting authoritarian populism. *The Journal of Peasant Studies*, 2017. 21p.

SEABRA, Rogério dos Santos. *A rede de comercialização agrícola no Estado do Rio de Janeiro: articulações, processos e fluxos nas novas formas de abastecimento alimentar*. Tese (Doutorado em) - UERJ, Rio de Janeiro, 2015.

SEABRA, Rogério dos Santos; MARAFON, Gláucio José. Considerações sobre o Ceasa-RJ – Comercialização Agrícola no Estado do Rio de Janeiro. *Encontro da Sober - Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural*, Cuiabá – MT, 2004.

SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO. Macrozoneamento. PMRJ. 2008. Disponível em:
http://www.camara.rj.gov.br/planodiretor/pd2009/audiencias_pd/apresentacao_pd_macrozoneamento15-09-09.pdf

SEN, Amartya Kumar. *Poverty and famines: an essay on entitlement and deprivation*. 1981.

SEN, Amartya Kumar. Well-being, agency and freedom: The Dewey lectures 1984. *The Journal of Philosophy*, v. 82, n. 4, p. 169-221, 1985.

SEU DINHEIRO. *Com nova aquisição, Magazine Luiza quer virar o seu supermercado digital*. Portal Seudinheiro, 2021. Disponível em: <https://www.seudinheiro.com/2021/empresas/magazine-luiza-aquisicao-03-03>. Acesso em: 23 maio 2022

SILVA, Carlos Henrique Costa da. O papel dos supermercados nas relações entre cidade, comércio e consumo. *Revista Geografia*, Rio Claro - SP, v. 30, n. 3, p. 610-625, sete./dez. 2005.

SILVA, Carlos Henrique Alves da. A atuação das Grandes Redes de Comércio Varejista no Território Brasileiro. *9 Bienal del Coloquio de Transformaciones Territoriales: Huellas e incertidumbres en los procesos de desarrollo territorial*, 2012.

SILVA, Marcos Roberto Alves da. Os supermercados de vizinhança como referência de comércio e consumo e seus impactos na mobilidade urbana. *Revista Eletrônica de Geografia*, Uberlândia – MG, v. 2, n. 4, p. 56-73, jul. 2010.

SILVA, Vânia Regina Jorge da. *O desenvolvimento geográfico desigual engendrando processos diferenciados: o exemplo do bairro de Campo Grande - RJ*. 2009

SILVA, Vânia Regina Jorge da. *O bairro de Santa Cruz-RJ no contexto da metropolização: escalas, dinâmicas e processos socioespaciais - 2005:2015*. 195p. Tese (Doutorado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

SILVEIRA, Patrícia Gomes da. *A metrópole é aqui: redes de abastecimento e o porto do Rio de Janeiro no comércio de cabotagem, 1799-1822*. 137p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Geografia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SIMAS; Luis Antonio; RUFINO, Luiz. *Fogo no mato: a ciência encantada das macumbas*. Rio de Janeiro: Mórula, 2018

SIMAS, Luis Antonio; RUFINO, Luiz. *Flecha no tempo*. Rio de Janeiro, Mórula, 2019

SMITH, Neil. *Uneven Development: nature, capital, and the Production of Space*. Atenas e Londres: The University of Georgie Press, 2008 [1984].

SOARES, Luciano Olivieri. *Guanabara: Tudo por você! Uma análise sobre os Supermercados Guanabara pela perspectiva das ferramentas de marketing, com ênfase no composto de promoção*. 82p. Monografia (Bacharelado) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

SOJA, Edward W. *Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1993.

SONNINO, Roberta. The new geography of food security: exploring the potential of urban food strategies. *The Geographical Journal*, 2014.

SOUZA, Marcelo Lopes de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

SOUZA, Marcelo Lopes de. Semântica urbana e segregação: disputa simbólica e embates políticos na cidade “empresarialista”. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CÔRREA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. *A cidade contemporânea: segregação socioespacial*. São Paulo: Contexto, 2013.

SOUZA, Marcelo Lopes de. *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Segregação socioespacial e centralidade urbana. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CÔRREA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. *A cidade contemporânea: segregação socioespacial*. São Paulo: Contexto, 2013.

STEEL, C. *Hungry city - how food shapes our lives*. London: Chatto & Windus, 2008. 400p.

SWINBURN. The global obesity pandemics: shape by global drivers and local environments. *Lancet*, v. 378, p.804–814, 2011.

TAVARES, Georgia da Costa. A Fazenda de Santa Cruz: sua importância para o comércio de abastecimento da cidade do Rio de Janeiro no período joanino (1808-1821). *Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro*. n. 5, 2011, p. 269-283, 2011.

TAYLOR, Donald A. Retailing in Brazil. *Journal of Marketing*, v. 24, issue: 1, p. 54-58, July 1, 1959.

TEDX TALKS. *Food + Justice = Democracy: LaDonna Redmond at TEDx Manhattan 2013*. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ydZfSuz-Hu8>. Acesso em: 23 maio 2022

TRIBUNA DA IMPRENSA. *Fome leva mais de 200 a saquear supermercados*. Hemeroteca Digital Brasileira, 1984. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/154083_04/15377. Acesso em: 23 maio 2022

TUPI. *Famosa rede de supermercados inaugura mais uma filial no Rio*. Portal Tupi FM, 2021. Disponível em: <https://www.tupi.fm/rio/famosa-rede-de-supermercados-inaugura-mais-uma-filial-no-rio>. Acesso em: 23 maio 2022

UOL. *Shopee, rival da Aliexpress, dispara no Brasil; vale a pena*. Portal UOL Economia, 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/08/22/chinesa-shopee-e-seguro-e-confiavel-rival-da-aliexpress.htm>. Acesso em: 22 maio 2022

VAINER, Carlos. Cidade de Exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro. *Anais do XIV Encontro Nacional da Associação Nacional de Planejamento Urbano (ANPUR)*, vol. 14, 2011.

VALOR ECONÔMICO. 2020. *Supermercados Mundial e Guanabara estão entre alvos de busca e apreensão de operação da PF*. 18 nov 2020. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/11/18/supermercados-mundial-e-guanabara-estao-entre-alvos-de-busca-e-apreensao-de-operacao-da-pf.ghtml>. Acesso em: 23 maio 2022

VALOR ECONÔMICO. *Carrefour compra Grupo Big Brasil por R\$ 7,5 bilhões*. Portal Valor-Globo, 2021a. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/03/24/carrefour-anuncia-compra-do-grupo-big-brasil-do-walmart-por-r-75-bilhes.ghtml>. Acesso em: 23 maio 2022

VALOR ECONÔMICO. *Pátria negocia controle de redes de supermercado no sul e sudeste*. Portal Valor-Globo, 2021b. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/05/28/patria-negocia-controle-de-redes-de-supermercado-no-sul-e-sudeste.ghtml>. Acesso em: 23 maio 2022

VAREJO EM DIA. *Peg-pag inovou o supermercado no Brasil 1*. Portal Varejoemdia, 2018a. Disponível em: <https://varejoemdia.com/2018/07/02/peg-pag-usina-de-inovacao-do-varejo-1>. Acesso em: 23 maio 2022

VAREJO EM DIA. *Peg-Pag inovou o supermercado no Brasil - 2*. Portal Varejoemdia, 2018b. Disponível em : <https://varejoemdia.com/2018/07/09/peg-pag-inovou-o-supermercado-no-brasil-2>. Acesso em: 23 maio 2022

VAROTTO, Luis Fernando. Varejo no Brasil – Resgate histórico e Tendências. *Revista Brasileira de Marketing*. Vol. 17, n. 3, 2018.

VASCONCELOS, Pedro de Almeida. Contribuição para o debate sobre processos e formas socioespaciais nas cidades. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CÔRREA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. *A cidade contemporânea: segregação socioespacial*. São Paulo: Contexto, 2013.

VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CÔRREA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. Introdução. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CÔRREA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. *A cidade contemporânea: segregação socioespacial*. São Paulo: Contexto, 2013.

VC AS. *Conheça a startup que vende alimentos do campo diretamente aos consumidores*. Portal Vocesa Abril, 2021. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/conheca-a-startup-que-vende-alimentos-do-campo-diretamente-aos-consumidores>. Acesso em: 23 maio 2022

VEGRO; Celso Luis Rodrigues; SATO, Geni Satiko. Fusões e aquisições no setor de produtos alimentares. *Informações Econômicas*, SP, v. 25, n. 5, 1997. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/ie/1995/tec1-0595.pdf>.

WALLERSTEIN, I. *The Modern World System: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. Nova York: Academic Press, 1974

WARDE, Alan. *The practice of eating*. Cambridge: Polity, 2015. 203p.

WILDER, Ariel. *Mudanças no setor supermercadista e a formação de associações de pequenos supermercados*. 2003. Dissertação (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz) - Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2003.

WILKINSON, John. Perfis emergentes no setor agroalimentar. In: MALUF, Renato; WILKINSON, John (Orgs.) *Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa*. Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999.

WILKINSON, John. Globalization of Agribusiness and Developing World Food Systems. *Monthly Review*, New York, v. 61, p. 38-49, 2009.

WILKINSON, John; GOODMAN, David. Les analyses en termes de “food regime” - une relecture. In: ALLAIRE, G.; DAVIRON, B. (dir.). *Transformations de l’agriculture et de l’agroalimentaire*. Entre écologie et capitalisme. Versailles: Éditions QUAE, 2017.

WOOD, Steve; WRIGLEY, Neil. Market power and regulation: The last great US department store consolidation? *International Journal of Retail & Distribution Management*. 35 (1) p. 20-37, 2007

WRIGLEY, Neil. Towards a Policy Engaged Retail Geography. In: GARROCHO, Carlos (ed.). *Advanced in Commercial Geography, Zinaped*. Estado de México: El Colegio Mexiquense, 2013.

WRIGLEY, Neil; LOWE, Michelle. *Retailing, Consumption and Capital: Towards the New Retail Geography*. Harlow, UK: Addison Wesley Longman, 1996.

WRIGLEY, Neil; LOWE, Michelle. *Reading Retail: a geographical perspective on retailing and consumption spaces*. London: Arnold, 2002.

WRIGLEY, Neil; WOOD, Steve. An economic Geography of globalizing Retail: emergence, characteristics, contribution. In: COOK, G. et al. (ed.). *The Routledge Companion to the Geography of International Business*. London & New York: Routledge, 2018.

ZIZEK, Slavoj. *A visão em paralaxe*. São Paulo: Boitempo, 2004.

Eventos remotos

1º FÓRUM da Cadeia Nacional de Abastecimento. Produção: Abras: Youtube, 17 jun 2021. 1 vídeo (6:44:10 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=O1yGPFXqFsE>. Acesso em: 16 jul. 2021.

1ª LIVE. *Campeões do Ranking ABRAS 2020*. Produção: Abras: Youtube, 5 ago 2020. 1 vídeo (1:24:07 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IZGNrBPWdmg> . Acesso em: 5 ago. 2020.

2ª LIVE. *Campeões do Ranking Abras 2020*. Produção: Abras: Youtube, 10 ago 2020. 1 vídeo (1:19:47 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=y_XCrC8fIOE. Acesso em: 10 ago. 2020.

3ª LIVE. *Campeões do Ranking Abras 2020*. Produção: Abras: Youtube, 10 ago 2020. 1 vídeo (1:35:35 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AcmCZ0AsOtY>. Acesso em: 12 jan. 2021.

4ª LIVE. *Campeões do Ranking Abras 2020*. Produção: Abras: Youtube, 21 ago 2020. 1 vídeo (1:23:17 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xjxen_YgYQ0 . Acesso em: 7 jan. 2021.

4ª RODA DE CONVERSA – *A Cidade também Planta – Justica Ambiental*. Produção: Rede Carioca de Agricultura Urbana. Youtube, 23 fev 2022. 1 (vídeo 2:15:33 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rfxmp83kktk> Acesso em: 24 mai 2022.

5ª LIVE. *Campeões do Ranking Abras 2020*. Produção: Abras: Youtube, 31 ago 2020. 1 vídeo (1:06:03 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1QkYa69FRLU>. Acesso em: 8 jan. 2021.

6ª LIVE. *Campeões do Ranking Abras 2020*. Produção: Abras: Youtube, 10 set 2020. 1 vídeo (1:16:08 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=DGX3UgMoZ_E. Acesso em: 15 jan. de 2021.

7ª LIVE. *Campeões do Ranking Abras 2020*. Produção: Abras: Youtube, 23 set 2020. 1 vídeo (1:34:05 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rAXvntqU8F0> . Acesso em: 15 jan. 2021.

ADERJ – *Live com o Dep. Estadual André Ceciliano, Presidente da ALERJ*. Produção: Canal ADERJ. Youtube, 25 mai 2020. 1 vídeo (1:32:16 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Zds03Gb3Dps>. Acesso em: 18 abr. 2022.

AUDIÊNCIA Pública. Produtor: Rio TV Câmara: Youtube, 12 abr 2021. 1 vídeo (2:40:36 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6q5Q4YZRJVI> . Acesso em: 12 abr. 2021.

AUDIÊNCIA Pública da Comissão Especial do Plano Diretor: Produtor: Rio TV câmara: Youtube, 10 mar 2022. 1 vídeo (3:44:05 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7x1f8v44H94>. Acesso em: 10 mar. 2022.

COMISSÃO Especial Enfrentamento Pobreza. Produtor: TV Alerj: Youtube, 07 mai 2021. 1 vídeo (3:26:09 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iCPJkNrLeas&t=1009s> . Acesso em: 7 maio 2021.

COMO os Alimentos Chegam e são Distribuídos nas Cidades? O caso do Rio de Janeiro. Produtor: LAC urban Health, 28 out 2021. 1 vídeo (2:01:01 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kBDHrvz6bdA&t=748s> . Acesso em: 28 out. 2021.

DEBATE da Frente Parlamentar de Segurança Alimentar e Agricultura. Produtor: Reimont: Youtube, 07 abr 2021. 1 vídeo (1:40:45 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=rqSMsN7DCbc> . Acesso em: 7 abr. 2021.

DEBATE Público. Produtor: Rio TV Câmara: Youtube, 18 out 2021. 1 vídeo (2:32:16 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fJIMOr9Imps>. Acesso em: 19 out. 2021.

DIA Nacional do Supermercado 2020. Produção: Abras: Youtube, 12 nov 2020. 1 vídeo (1:29:56 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=rFumjFM9LHE>. Acesso em: 12 nov. 2020.

EXPO Supermercados Online. Produção: Expo Supermercados: Youtube, 25 mai 2021. 1 vídeo (6:28:55 min). Disponível em: https://www.Youtube.com/watch?v=jTk9maEP_Gc. Acesso em: 25-26 maio 2021.

INSEGURANÇA Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil. Produtor: Rede Penssan: Youtube, 08 abr 2021. 1 vídeo (2:03:17 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=Qyl7iV6NcCs>. Acesso em: 8 abr. 2021.

LIVE Papo de Varejo 02. Produtor: SA Varejo: Youtube, 15 out 2021. 1 vídeo (1:09:15 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=7LucwrV-Ez4>. Acesso em: 1º out. 2021.

LIVE Papo de Varejo 03. Produtor: SA Varejo: Youtube, 15 set 2021. 1 vídeo (1:06:49 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qyA8fWGDwpo> . Acesso em: 1º out. 2021.

LIVE Papo de Varejo 04. Produtor: SA Varejo: Youtube, 15 set 2021. 1 vídeo (1:23:54 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=O9sY2dunUrY> . Acesso em: 15 set. 2021.

LIVE Papo de Varejo 07. Produtor: SA Varejo: Youtube, 27 out 2021. 1 vídeo (1:24:54 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=GfrxNQixS2M>. Acesso em: 10 dez. 2021.

LIVE Papo de Varejo 08. Produtor: SA Varejo: Youtube, 10 nov 2021. 1 vídeo (1:27:01 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=iqpYZCGypqk>. Acesso em: 9 dez. 2021.

PODCAST – *Desafios do Setor de Supermercado*. Fabio Queiroz - Pres. ASSERJ. Produção: Oratória Criativa, Youtube, 26 abr 2020. 1 vídeo (56:07 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fD-K12dOnEo>. Acesso em: 18 abr. 2022.

RANKING Abras 2021. Produção: Abras: Youtube, 20 mai 2021. 1 vídeo (3:09:50 min). Disponível em: https://www.Youtube.com/watch?v=a5AyOCBhZ_E. Acesso em: 10 ago. 2021.

REAGE Rio: A Retomada Econômica do Rio na Pandemia. Produção: Jornal O Globo: Youtube, 24 mar 2021. 1 vídeo (1:40:25 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=LtmsWk0lZow>. Acesso em: 24 mar. 2021.

REAGE Rio: Aspectos Sociais do Rio na Pandemia. Produção: Jornal O Globo: Youtube, 24 mar 2021. 1 vídeo (1:44:15 min) Disponível em: https://www.Youtube.com/watch?v=xQ3KjSDN_Yc. Acesso em: 24 mar. 2021.

RODA DE CONVERSA *A cidade Também Planta*. Produção: Rede Carioca de Agricultura Urbana. Youtube, 23 nov 2021. 1 vídeo (2:17:25 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fZJjc0kvnww>. Acesso em 24 mai 2022

RODA DE CONVERSA *A cidade Também Planta*. Produção: Rede Carioca de Agricultura Urbana. Youtube, 27 set 2021. 1 vídeo (2:34:29 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dH2-2-dcfO0>. Acesso em 24 mai 2022

SISTEMAS Alimentares: Desafios Contemporâneos para os Geógrafos. Produtor: Biblioteca do PPGG – UFRJ: Youtube, 07 out 2020. 1 vídeo (2:24:10 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=7oChQRTfwtE> . Acesso em: 7 out. 2020.

WEBINAR Ranking Abras/SuperHiper 2020. Produção: Abras: Youtube, 08 jun 2020. 1 vídeo (1:37:42 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iDQLYr0GxCg> . Acesso em: 18 abr. 2022.

WEBINAR SA Varejo Series 20. Produção: AS Varejo: Youtube, 02 out 2020. 1 vídeo (1:53:20 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=1MR6NI07diY>. Acesso em: 2 out. 2020.

WEBINAR SA Varejo Series 21. Produção: AS Varejo: Youtube, 09 out 2020. 1 vídeo (1:42:28 min). Disponível em: <https://www.Youtube.com/watch?v=DbyCiN6ednQ>. Acesso em: 15 ago. 2021.