

AS RELAÇÕES SOCIOECONÔMICAS DOS COMÉRCIOS NO MUNICÍPIO DE PARIPIRANGA-BA

Gleise Mayane de Aquino Brito

Graduanda em Geografia pelo UniAGES
E-mail: mayaneaquino8@gmail.com

Patrícia Santos Santana

Graduanda em Geografia pelo UniAGES
E-mail: patriciasantosdesantana5@gmail.com

Poliana Rosa dos Santos

Graduanda em Geografia pelo UniAGES
E-mail: rosapoliana246@gmail.com

Robson da Silva Cruz

Graduando em Geografia pelo UniAGES
E-mail: robsonsilva511@gmail.com

Felippe Pessoa de Melo

Professor e Doutor
E-mail: felippemelo@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Os supermercados a muito tempo vêm fornecendo mercadoria e proporcionando a chegada de alimentos na mesa de várias pessoas, podendo variar em questão aquisitiva, por se tratar de uma forma de comércio acessível em alguns casos e com diversidade econômica em relação aos produtos e valores comercializados. Apesar de ainda existir uma certa restrição em relação ao acesso a certos pontos comerciais, muitas pessoas abrem mão de barracões para fazer as compras de mês completa nos supermercados, sobretudo, aqueles com menor custo em relação ao preço dos produtos, além de ser um ramo que tem o índice de empregabilidade muito alto.

Segundo Sesse Filho (2003), o supermercado tem atendido a diversas demandas no Brasil desde 1960, o qual buscava desde então atender à necessidade de varejo no âmbito alimentício, ampliando os horizontes de comércio e passando a ser um dos mais adquiridos por toda a população brasileira, pela praticidade e também pelas oportunidades, sendo em alguns casos uma forma de economizar devido ao preço do produto.

Nessa perspectiva, o município de Paripiranga-BA vem sendo influenciado por vários comércio externos e no período pandêmico ao qual todo o mundo enfrenta, os supermercados ganham ainda mais força por ser algo essencial na vida das pessoas, devido à ausência de feira livre por conta da COVID-19 que paralisou boa parte dos comerciantes informais de todos os Estados do Brasil. Assim, os empreendedores desse ramo foram e são bastante beneficiados nesse período, sobretudo, aqueles que possui valores acessíveis a todas as classes sociais, possibilitando a quebra de contraste que

existia no município devido a esterilização de outros supermercados existentes na região. Nesse viés, a problemática identificada está relacionada a chegada de um supermercado externo no município e toda a sua mudança comercial desde então.

Em face de tais aspectos, o município possui dois comércios que são disparados em questões de vendas e popularidade, um sendo direcionado para pessoas de alta renda e outro para aqueles que não foram beneficiados na questão financeira. Nesse sentido, para discursão e distinção dos comércios por motivos de diretos, o supermercado de perfil mais popular será chamado de supermercado A, enquanto que o outro com perfil mais elitizado, será citado como supermercado B, facilitando o entendimento.

Desse modo, a localização de ambos os estabelecimentos mostra a característica do público atendido nos distintos comércios, em um primeiro momento é perceptível notar que o supermercado A que fica na praça da feira, possui conseqüentemente uma presença mais popular em diversos setores socioeconômicos, devido também aos preços dos produtos vendidos. Todavia, o supermercado B está localizado no centro da cidade, tendo um maior deslocamento de pessoas que frequentam lojas com maior poder aquisitivo, dessa forma seu atendimento também proveniente do valor comercializado se torna restrito ao público mais elitizado da cidade, porém, é relevante frisar que o mesmo tem acesso de outras camadas populacionais, mesmo com uma proporção menor.

É necessário frisar que desenvolvimento econômico não é sinônimo de melhoria da qualidade de vida da população. Logo, para que os reflexos do crescimento da economia cheguem de forma positiva, ele deve ocorrer levando em consideração os aspectos econômicos, políticos e sociais (MELO; SOUZA, 2015, p. 11).

À vista disto, o desenvolvimento comercial passa longe dos critérios esperados e nivelados a realidade das pessoas, intensificando a necessidade existente em muitos casos devido aos divisores socioeconômicos, relacionados aos supermercados, cada um visa atender a uma esfera específica da classe social, tanto o público bem sucedido, quanto aqueles que não possuem poder aquisitivo alto. Sendo bastante notório também que os produtos disponibilizados no supermercado A são mais econômicos e com maior acesso pela população de classe média e/ou baixa, enquanto o supermercado B possui preços que pesam mais no bolso do consumidor, dito isso o público alvo desse estabelecimento é a classe mais alta da cidade que optam por produtos com maior qualidade e com espaço mais cômodo para a recepção de tais pessoas.

Positivamente, ressalta-se que tais discussões promoveram um estímulo à investigação e a descoberta da fome como uma questão política e de ordem mundial; e negativa, o fato de que a rápida incorporação de inúmeras maneiras de interpretações geográficas, descartadas ao fim de cada nova fase da geografia e da política brasileira, não pôde ser divulgada o suficiente nos meios acadêmicos, para estimular e reconhecer o papel

desse militante no combate à fome como um problema político e social através do método geógrafo, ou seja, a produção de um sistema de idéias que seja, ao mesmo tempo, um ponto de partida para apresentação de um sistema descritivo e de um sistema interpretativo da geografia (ALVES, 2008, p. 101).

Concomitantemente, serão tais características que irão conduzir o processo de produção do espaço, sobretudo, através das relações que são desenvolvidas no ato do fluxo social, através do consumo e da necessidade que se tem em cada grupo social. Nesse sentido, a construção socioespacial se estabelece de acordo com os parâmetros existentes de maneira mais seletiva ao ponto de ser específico para cada categoria em questão.

[...] a produção do espaço é produção de objetos que articulam e organizam, em suas funções específicas, intercâmbios sociais que envolvem o trabalho e a produção. O espaço seria, neste caso, a materialidade e a mediação entre os sistemas de produção, de controle e reprodução do trabalho em sua dimensão técnica e material (GODOY, 2004, p. 33).

Nesse sentido, os cidadãos que exercem suas atividades diárias contribuem para a formação do espaço de forma bastante explícita, deixando em aberto as necessidades existentes na estrutura social de cada pessoa. Como também, os fatores socioeconômicos são bastante influentes na formação socioespacial e na construção social das pessoas. Desse modo, é essencial destacar a especificidade entre cada comércio. É notório que muitos produtos disponibilizados no supermercado A são mais econômicos que os do supermercado B, portanto, são mais adquiridos pela população em geral de classe média e/ou baixa, enquanto o supermercado B possui preços que pesam mais no bolso do consumidor, dito isso o público alvo desse estabelecimento é a classe mais alta da cidade.

Diante das discussões apresentadas, é visível a grande disparidade entre as populações no aspecto socioeconômico, sendo perceptível na compra de mercadorias para o bem-estar social de cada família. Saliendo também, o contexto atual de crise, pois o potencial de compra das famílias cai, fazendo com que o acesso a alimentação se torna cada vez mais restrito, enaltecendo problemáticas que são históricas, como a pobreza e a fome.

METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida a partir de uma revisão bibliográfica, tendo como materiais utilizados livros, artigos e dados para a discussão da problemática. Nesse aspecto, os conhecimentos adquiridos nessas fontes foram excepcionalmente necessários para fortalecer a análise e trabalhar a temática de maneira mais fundamentada em autores que trabalham com esse tipo de pesquisa. Como forma de compreender os fenômenos

relacionados a realidade social existente, questão econômica e até mesmo cultural da região.

Dito isto, o método de pesquisa utilizado foi o quali-quantitativo com objetivo de entender a temática que está sendo trabalhada na presente pesquisa, por meio de teorias e dados. Nesse sentido, foram realizadas leituras para destacar diferentes visões acerca dos reflexos dos aspectos sociais, econômicos, como também, no auxílio para o desenvolvimento de políticas públicas que permitam a mitigação de tais problemáticas. Deste modo, a metodologia será desenvolvida através do viés de Josué de Castro que estuda o fenômeno através de 4 princípios.

O primeiro princípio seria o da localização, extensão e delimitação que determina que o geógrafo deve sempre localizar e delimitar a ocorrência dos fenômenos que ocorrem sobre a superfície da Terra. O segundo princípio seria o da coordenação ou correlação onde o entendimento de cada fenômeno nunca se dá de modo isolado, mas sempre levando em consideração outros fenômenos ocorridos em outras partes do globo terrestre. O terceiro princípio seria o da conexão que aponta para a conexão dada pelo meio aos fenômenos impondo uma unidade terrestre. E o quarto e último princípio geográfico seria o da causalidade que estabelece que os geógrafos ao examinar qualquer fenômeno devem atentar para suas causas e efeitos (ALVES, 2008, p. 100).

Lakatos e Marconi (2003) vêm salientar a importância da utilização e relação das pesquisas qualitativas e quantitativas, dentro dos estudos, possibilitam a sustentação dos fatos pesquisados, já que na pesquisa qualitativa, tem como objetivo central as informações coletadas, permitindo ao pesquisador selecionar seus questionamentos para um grupo específico, no caso da pesquisa quantitativa, está relacionado na utilização de dados, que sustentam a partir das estatísticas as hipóteses apresentadas pelo pesquisador.

Obtém-se frequentemente descrições tanto quantitativas quanto qualitativas do objeto de estudo, e o investigador deve conceituar as inter-relações entre as propriedades do fenômeno, fato ou ambiente observado. Uma variedade de procedimentos de coleta de dados pode ser utilizada, como entrevista, observação participante, análise de conteúdo etc., para o estudo relativamente intensivo de um pequeno número de unidades, mas geralmente sem o emprego de técnicas probabilísticas de amostragem. Muitas vezes ocorre a manipulação de uma variável independente com a finalidade de descobrir seus efeitos potenciais (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 20).

Nesse sentido, a presente pesquisa permeia um tema atual e está direcionada ao entendimento detalhado sobre desigualdade de renda, social e econômica, além de salientar a vulnerabilidade social como uma das problemáticas debatidas, sobretudo, a segregação presente na sociedade primordialmente em espaços sociais, a exemplo, supermercados e outros locais.

AS RELAÇÕES SOCIOECONÔMICAS E A DESIGUALDADE DE RENDA

A volatilidade da economia brasileira é proveniente de fatos internacionais e nacionais, mas, em contexto local passa por inúmeros percalços, podendo ser compreendida a partir das inúmeras instabilidades em decorrência do cenário político que desestabiliza a estrutura econômica do país, a exemplo a crise que ocorreu entre 2015 e 2016, com aumentos consecutivos de preços e que foram abastecidos pela crise política, proveniente do Impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff e que também sofre influência do cenário internacional.

No contexto atual a pandemia da COVID-19 assolou diversos países e trouxe impactos socioeconômicos, contribuindo para o fechamento de empresas, conseqüentemente a perda de vários postos de trabalho e em último plano a perda da renda das famílias brasileiras, sendo notório ressaltar que o mercado de trabalho brasileiro é composto por muitos trabalhadores informais, sendo assim um fato arriscado e que contribui para o aumento da vulnerabilidade social.

A dinâmica da economia brasileira combinada com as características de sua estrutura produtiva trouxe reflexos diferenciados para o mercado de trabalho. Assim como a manutenção do crescimento do consumo das famílias contribuiu para explicar a permanência do bom desempenho do mercado de trabalho até 2014, sua queda nos anos seguintes e seu moderado crescimento após 2017, ainda insuficiente para a recuperação do nível anterior, contribuem para explicar o comportamento desfavorável de grande parte dos indicadores. Até 2014, o mercado de trabalho brasileiro apresentou aumento da ocupação, inclusive do trabalho formal; redução da taxa de desocupação e aumento dos rendimentos. Nos anos seguintes, entretanto, tais resultados positivos foram revertidos completa ou parcialmente, embora o ano 2019 tenha apresentado relativa melhora em relação ao ano anterior (BRASIL, 2020, p. 19).

Brasil (2020) apresenta as variáveis do mercado de trabalho brasileiro, a exemplo, a intermitência sendo uma modalidade criada a partir da reforma trabalhista. Porém, a forte presença da informalidade dos trabalhadores prejudica no seu desenvolvimento econômico, primordialmente em momentos de crises, estando mais presentes em regiões como a Norte e Nordeste, essas regiões possuem 61,6% e 56,9% respectivamente da população no trabalho informal no ano de 2019, sendo um contraponto a regiões como a Sudeste e Sul que possuem 34,9% e 29,1% respectivamente, contribuindo para a elevação da desigualdade social e regional.

Além disso, é perceptível notar que a partir da segmentação por cor ou raça, a população preta ou parda corresponde a 47,4% na informalidade, em comparação com a população branca, esse dado é de 34,5% no ano de 2019, em outro foco, a desocupação a longo prazo se tornou um desafio para os governos que precisam desenvolver políticas públicas, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD contínua) divulgada pelo IBGE corresponde a 7,6% da população, já que no contexto atual

essa problemática é mais visível oriundo das variações da pandemia e principalmente da falta de emprego na sociedade brasileira, fazendo com que esse processo de recuperação seja mais longo e complexo.

A expansão do mercado informal é proveniente da falta de oportunidades no mercado formal, além da exigência de especialização em determinados setores, se tornando inviável em um contexto pandêmico, além disso, se tornou um meio de sobrevivência e a garantia de renda para o sustento da família, sendo impactado pelo avanço da COVID-19 que interrompeu diferentes setores comerciais e respectivamente aqueles que dependiam desse segmento.

As crises econômicas estabelecem uma relação com o aumento de preço dos produtos comercializados. Além disso, o mercado externo, pode influenciar nas avaliações dos alimentos comercializados, já que os mesmos são vendidos na cotação do dólar em todo o mundo. No entanto, essa perspectiva que pode parecer inofensiva e não afeta o consumo brasileiro, não condiz com a realidade já que o dólar caro e um imenso grau de exportação contribui no crescimento dos valores desses produtos, além da presença de uma forte inflação, sendo assim:

O fim da década de 1980 e início de 1990 foram marcados por um período de altas taxas de inflação no Brasil, o que teve um efeito maléfico sobre a distribuição de renda e afetou profundamente o comportamento das pessoas em relação ao consumo de alimentos. Em períodos de alta inflação, os agentes mais prejudicados são os indivíduos da classe mais baixa, os quais não conseguem proteger sua renda da rápida desvalorização da moeda, pagando um imposto inflacionário sobre os valores mantidos em seu bolso ou em contas bancárias sem correção monetária (SESSO FILHO, 2003, p. 19-20).

Sesso Filho (2003) salienta que ao decorrer do tempo o setor supermercadista foram se modificando, principalmente para se atentar nas alterações econômicas e tecnológicas. Dessa forma, os produtos vendidos nos dias atuais possuem influência de fatos nacionais e internacionais, a exemplo, da inflação que pode diminuir o potencial de renda da família brasileira, primordialmente das de baixa renda, aumentando o foço da desigualdade e vulnerabilidade, estando mais presente em momentos de crises sejam elas em escala local, global e nacional, refletindo na forma de comercialização mundial e do consumo humano.

Segundo o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) o salário mínimo deveria ser de aproximadamente de R\$ 5.421,84 no entanto sua cotação está em R\$ 1,100 essa percepção está relacionada com o aumento consecutivo da cesta básica, que ao decorrer do ano foi diminuindo o poder de compra da população, em relação ao salário mínimo do ano de 2022 terá um aumento inflacionário cerca de 7%, contudo, tal crescimento só favorecerá o poder de compra do Governo Federal e cada vez menor das famílias brasileiras.

A pandemia do novo coronavírus assolou todo o mundo e mostrou de maneira dinâmica a falta de preparo para o enfrentamento de uma grave crise sanitária, além da forte exclusão e desigualdade social em todo o mundo. Diante disso, é compreensível a grande fragilidade da sociedade, alavancado pela ação do Homem, mas também, acentuada pela visão lucrativa que o capitalismo exerce no meio social, prejudicando na elaboração de políticas sociais e no combate aos problemas globais.

O processo pandêmico acentuou os problemas dos grupos sociais desfavorecidos, ou seja, os “esquecidos”, sendo um anseio dos países em desenvolvimento ou emergentes, trazendo como exemplo, as mulheres que em muitos casos, possuem a única renda da casa, além de refugiados, imigrantes, moradores em estado de rua, como também os trabalhadores autônomos e etc.

“Qualquer quarentena é sempre discriminatória, mais difícil para uns grupos sociais do que para outros e impossível para um vasto grupo de cuidadores, cuja missão é tornar possível a quarentena ao conjunto da população” (SANTOS, 2020, p. 15).

Santos (2020) argumenta que essa tragédia sanitária estabeleceu um medo generalizado, que engloba desde a contaminação até a morte, mostrando que o ser humano é forte, sendo o governo, responsável por tomar atitudes, a exemplo, o isolamento social, além de medidas mais restritivas, afirmando dentro desse espaço desigual, suas diferenças e decorrência do poder econômico, que se estabelece como o todo poderoso, acentuando as divisões sociais.

A desigualdade possui diferentes faces, entre elas, a social, econômica e de renda, todas essas faces que sempre foram um grande problema enfrentado no mundo, especificamente no Brasil, tal problemática é histórica e afeta diversas populações principalmente aqueles que possuem uma grande vulnerabilidade social e econômica para se sustentar, tendo como fator preponderante a discrepância de renda presente no país. No entanto, é necessário a elaboração de políticas públicas e as colocando em prática para mitigar os impactos perversos em tais populações.

A elaboração de políticas públicas para mitigação desse problema socioeconômico possibilita uma maior acessibilidade a mecanismos que esses setores da sociedade não tinham, principalmente motivados pela falta ou até mesmo escassez de recursos para tais áreas estratégicas o fator social. Todavia, é importante o investimento por parte do Estado ou parcerias entre os entes federativos para elaboração de ações na educação, bens de consumo e acesso aos alimentos, garantindo assim uma maior sobrevivência de cidadãos que sofrem com falta de uma boa nutrição.

“O que para parte da população é um bem de consumo, para os mais pobres é um ‘não direito’ e um limitante, muitas vezes estrutural, às suas oportunidades de desenvolvimento e à possibilidade de uma vida digna e segura” (CAMPELLO, GENTILI, HOEWELL, 2018, p. 56).

Segundo Campello, Gentili e Hoewell (2018) os bens de consumo tão presentes em uma parcela da população se torna algo novo para aqueles que não possuem a mesma condição socioeconômica, seus acessos a esses produtos é escasso devido à falta de recursos financeiros, se tornando um fator visível para notar a desigualdade presente no meio social, como também, na alimentação, já que os mesmos podem sofrer com a falta de teor nutricional, sendo importante o investimento por meio de ações para viabilizar o acesso dessas pessoas a realidade social e possibilitando uma maior qualidade de vida.

O espaço urbano é composto por diferentes áreas que possuem grandes índices de vulnerabilidade socioespaciais, que corroboram com as grandes desigualdades dentro do meio social. Contudo, essa problemática se relaciona com a formação territorial das cidades, contendo espaços que faltam serviços básicos, como saneamento básico, educação, saúde e etc., além de locais com degradação e risco de enchentes, sendo um viés voltado para a vulnerabilidade ambiental, refletindo em diversas realidades no país.

As desigualdades socioeconômicas são o principal desafio para o combate do processo desigual nas diversas sociedades pelo mundo, em que existe uma grande concentração de renda em poucos segmentos sociais, primordialmente nos mais ricos. Sendo assim, no Brasil, é visível a existência de dois “Brasis”, mostrando a grave distorção econômica presente no país, sendo essencial a criação de mecanismos que modifiquem tal sistema de tantas iniquidades, diante disso:

Num segundo nível, com base em informações, em dados e estatísticas cientificamente obtidos, a estrutura social revela-se com toda a sua complexidade e crueza. Em meio a outras dimensões problemáticas da situação contemporânea, os estudos demonstram a associação entre a extrema desigualdade econômica e patologias, criminalidade e múltiplas formas de violência (CATTINI, 2007, p. 76).

Cattini (2007) enfatiza que em uma visão histórica, os diferentes governos que passaram ao decorrer do tempo não promoveram grandes impactos no combate à desigualdade e a concentração de renda, tal problemática afeta a criação de ações que combatem problema educacionais, sejam pedagógicos ou estruturais, além de salientar a necessidade do acesso de diversos segmentos da sociedade tal serviço prestado pelo Estado, além disso, a implementação de políticas públicas auxiliam no combate à violência permitindo em longo prazo a diminuição de seus índices proveniente na criação de ferramentas que promovam tal regressão em um país com tantas desigualdades.

A pobreza é uma das faces da grande desigualdade presente no país, sua estabilidade preocupa vários setores da sociedade que primam pela criação de políticas públicas para sua resolução, pois, sua imensa consistência coloca a décadas diversas pessoas em situações complexas e inócuas em relação a outros contingentes populacionais. Dessa forma, a permanência de tal problemática consiste na falta de renda e investimento de cidadãos que permeiam a escassez de materiais básicos e alimentos.

O Brasil em uma perspectiva mundial é um dos países emergentes ou também chamado de em desenvolvimento, tendo seu crescimento baseado principalmente nas chamadas commodities, que são comercializadas para o mercado externo, apresentando até os dias atuais seu potencial agrícola. Dessa maneira, o mesmo não é considerado pobre, mas, sim um país com muitos pobres em decorrência da forte desigualdade de renda e social, marcando seu processo desenvolvimentista, sendo assim:

Procuramos, ainda, demonstrar a viabilidade econômica do combate à pobreza e justificar a importância, no atual contexto econômico e institucional brasileiro, de estabelecer estratégias que não descartem a via do crescimento econômico, mas que enfatizem, sobretudo, o papel de políticas redistributivas que enfrentem a desigualdade (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000, p. 123).

De acordo com Barros, Henriques e Mendonça (2000) o combate à pobreza no país perpassa pela criação de políticas públicas que permitam uma maior equidade de renda entre os setores populacionais, inicialmente voltado para a elaboração de programas que permita a distribuição de renda, tentando conciliar o crescimento econômico, juntamente com a prosperidade dos cidadãos que sofrem com a pobreza, permitindo assim, o acesso aos bens de consumo básico.

O processo de vulnerabilidade social é um obstáculo primordial que impede a acessibilidade das classes desfavorecidas há um serviço de saúde qualificado, sendo a diferença econômica, influenciando na falta de cuidados por parte desses cidadãos, provocando o desconhecimento sobre o próprio estado de saúde, ocorrendo a desigualdade no atendimento e respectivamente o aumento das doenças.

A vulnerabilidade está presente em diversos segmentos da sociedade, estando mais forte entre aqueles que possuem problemáticas socioeconômicas, ou seja, que não possui renda para se sustentar. Porém, seu maior impacto se faz relevante na área de saúde pública e de assistência social, principais mecanismos no atendimento à população de maneira geral, dessa forma:

Conceitos sobre vulnerabilidade surgem na área da saúde reordenando as práticas de prevenção e promoção para um enfoque mais contextualizado e atento ao aspecto social. De modo semelhante, na assistência, o conceito de vulnerabilidade é adjetivado pelo termo social, que indica a evolução do

entendimento acerca das privações e desigualdades ocasionadas pela pobreza 12,13,29,43,51 (CARMOS; GUIZARDI, 2018, p. 7).

Carmo e Guizardi (2018) mencionam que no aspecto social, o ser vulnerável possui dificuldades que transcendem, os diversos setores da sociedade, principalmente no acesso ao atendimento e bens de consumo, sendo essencial a elaboração de ações que permitam primordialmente na saúde pública em parceria com a assistência social a inserção dessas populações aos programas que forneçam uma qualidade socioeconômica, como também, de maneira geral proporcionar um atendimento humanizado nos postos de saúde.

A segregação socioespacial é objeto de estudo dos mais variados autores, sendo o seu conceito os mais diversos e amplo, tendo suas relações com os diferentes grupos e classes que compõem esse espaço urbano, possuindo características que constroem um processo desigual da urbanização, criando dentro das mesmas locais diversas cidades, em decorrência da grande desigualdade que se instaurou nesse espaço.

No Brasil, a segregação é o principal mecanismo para a separação de diferentes povos em decorrência de sua posição social e étnica, agindo concomitante com a desigualdade no acesso aos diversos serviços prestados pela sociedade, tal problemática aprofunda o fosso de iniquidades presentes no meio social, sendo mais visível em grandes centros que mostram as divisões regionais da população, como também, sua acessibilidade aos comércios locais.

Há tempos estamos desenvolvendo a tese de que a segregação deve ser analisada por região da cidade (e não por bairros) e ultrapassar a segregação residencial. Vamos aqui abordar essa ultrapassagem e analisar, também, a segregação dos empregos, do comércio e dos serviços (VILLAÇA, 2011, p. 41).

Villaça (2011) destaca que a ligação da segregação socioespacial observando as variações urbanas presentes nas cidades, tendo a influência em diferentes grupos que compõem o meio social, essa diferença é exercida sobre o acesso aos diversos serviços, inclusive no comércio local, sendo um espaço segregado em decorrência do público que frequenta e principalmente os produtos comercializados no local, se tornando espaços para a elite que domina o posicionamento e as atitudes de governos, além da falta de políticas públicas que garantam a possibilidade de viver com o diferente em um espaço tão desigual e restrito.

Em suma, é relevante compreender as relações socioeconômicas e primordialmente seus impactos na população e principalmente a necessidade da criação de políticas públicas que auxiliem no combate às desigualdades, sendo perceptível sua presença em diversos espaços sociais, a exemplo, os supermercados, como principal mecanismo de alimentação

da população, mas, é um dos espaços segregados e que em momentos de crises possuem um elevado crescimento dos valores comercializados

DINÂMICA COMERCIAL ENTRE SUPERMERCADOS DO MUNICÍPIO DE PARIPIRANGA-BA

As atividades comerciais sofreram diferentes impactos diante a situação atual que o mundo vem enfrentando decorrente do vírus da COVID-19, uma vez que todas as atividades se mantiveram paradas por um certo tempo, ocasionando uma queda brusca na economia do país e mundo. Toda via, como atividade essencial de sobrevivência para a população, os supermercados tiveram suas portas abertas, servindo e beneficiando milhares de pessoas que precisam comprar alimentos.

De cidades grandes a cidades pequenas o fluxo de mercadorias subiu para que pudesse ser atingido a necessidade de cada pessoa dentro de suas casas, uma vez que a situação se tornaria maior. Dessa forma, com a crescente busca por alimentos e com a necessidade de preços, os moradores optam por escolher e favorecer o mercado pelo qual possua preço baixo, uma vez que o trabalho parou levando a uma perda na economia.

Em Paripiranga-BA a dinâmica comercial tornou-se intensa, tendo como influência o manejo de supermercados de grandes nomes, tornando a dualidade entre locais e compras. Desta forma, os moradores optam por ser cliente do estabelecimento pelo qual favoreça sua necessidade, decorrente de bons preços.

[...] o supermercado sempre deverá procurar ser competitivo em preços, uma vez que essa variável é importante para os consumidores. No entanto, acreditamos que essa competitividade deve ser consequência da eficiência e da produtividade, sem necessariamente sacrificar cada vez mais suas margens de lucro (ROJO, 1998, p. 19).

Segundo Rojo (1998, p. 24) “[...] existe uma preocupação crescente com a busca do aprimoramento de seu negócio para conseguir maior satisfação e fidelidade dos consumidores. A própria competitividade torna esse esforço uma condição indispensável para a sobrevivência”. É com a competitividade entre conseguir clientes e aumentar as vendas que os supermercados da cidade local buscaram atrair pessoas, tendo como intuito manter promoções e até mesmo diminuir os preços em produtos perecíveis.

Pontos estratégicos dentro da cidade aumentam o movimento dos supermercados, dessa forma o supermercado “A” mudou seu foco, ampliando e trazendo mais produtos para dentro do negócio, tendo em vista que por chegar a pouco tempo na cidade atraiu clientes diante a fama de preço baixo, mesmo ao passar do tempo, mudando seu local e

aumentando seus custos o público passa a não perceber a diferença em seus valores. “O preço ainda é um diferencial muito utilizado e que deve ser uma preocupação constante da pessoa de marketing de qualquer organização, seja ela micro, pequena, média ou grande” (PEREIRA, PANIAGO, 2013, p. 94).

Contudo, diante a grande inflação nos preços dos alimentos os mercados tornaram-se grandes estrategistas para poder fazer com que o público chegue até o local. Toda via, segundo o IBGE (2021) os preços dos alimentos seguem em grande alta nos últimos tempos, o que ocasiona de certa forma uma perda nas vendas alimentícias dos mercados. O preço da cesta básica alavancou muito nos meses passados, o IPCA subiu no mês de julho cerca de 0,96% subindo dessa forma os custos de consumo de maneira mais rápida.

Ainda segundo o IPCA, é possível enxergar o aumento dos preços dos alimentos dos últimos 12 meses que chegam até a mesa das famílias, o óleo de soja teve alta de 83,79%, levando junto o arroz com 46, 21% do preço, como o feijão com 8,02% e o leite com 12% de aumento, grande índice de inflações para o bolso dos consumidores. No entanto, os supermercados de estudos, lutam por controlar os valores para equilibrar o número de clientes dentro do estabelecimento fazendo compras.

Outros produtos alimentícios da cesta básica incluindo a carne bovina que teve aumento de 17,6% no mês e o frango 4, 28%, além do tomate com 18,65% de custos, o café produto indispensável na mesa da população deve ter um aumento de 35% a 40% até o fim do mês de setembro, esses fatores de aumento causam grandes consequências aos estabelecimentos uma vez que afeta o bolso dos consumidores, dessa forma, diante a crise na pandemia muitas famílias são atingidas.

Dessa forma, com o atrativo crescente no supermercado “A” e com os aumentos dos alimentos a dinâmica comercial entre os outros estabelecimentos passou a diminuir gerando dessa forma uma perda de valores e nome. Sendo assim, o supermercado “B” que se destaca em uma área mais nobre da cidade, frequentado por pessoas com um alto poder aquisitivo, passou a ter menos clientes frequentando diariamente o local.

PRODUTOS	SUPERMERCADO A (11/09/2021)	SUPERMERCADO B (30/09/2021)	SUPERMERCADO DE ARACAJU (16/09/2021)
Café	4,65	5,29	4,50
Macarrão	2,40	3,29	2,50
Açúcar	3,40	3,29	3,50
Água	10	-	7,80
Feijão	7,40	8,80	7,90
Arroz	3,95	4,69	4,80

Óleo de soja	7,80	8,29	8,50
Leite	6,90	7,00	6,50

Tabela 1: Preços de produtos ainda desse ano dos supermercados A, B e de Aracaju-SE.

Fonte: BRITO, 2021.

É possível observar a alta diferença de preços entre os supermercados “A” e “B”, com variações apenas na data, no entanto por se tratar de supermercados da mesma cidade, o nível de diferenças faz com que os clientes optem por frequentar o supermercado “A”, já que os preços estão mais em conta, a exemplo do feijão e arroz produtos indispensáveis na mesa dos brasileiros. Ainda assim, é possível observar os preços de um supermercado da cidade de Aracaju, em que se concentra uma outra variação de valores em relação aos supermercados da região em estudo. Desta forma, o supermercado “B” é que apresenta ser mais caro.

Parente e Kato (2001, p. 47) advogam que “[...] o desempenho de supermercados depende, grandemente, de sua localização, pois a maior parte das vendas de uma loja vem de clientes que moram dentro de uma área geográfica relativamente pequena em torno da loja”. Dessa forma, a dinâmica do estabelecimento “A” tornou-se vantajosa uma vez que está localizado na praça da feira, ponto bastante frequentado pela população da cidade.

Contudo, a dinâmica do supermercado “A”, local com grande número de clientes, fez com o que o fluxo de consumidores no supermercado “B” diminuísse, mesmo sendo um mercado abrangente com uma estrutura elegante e de predominância em todos os tipos de alimentos. “[...] os consumidores realmente dão muita importância ao preço, mas também notamos que o supermercado não será capaz de reter seus clientes se, além de preços competitivos, não oferecer bom atendimento, qualidade, higiene e variedade” (ROJO, 1998, p. 19).

Dessa forma, o supermercado localizado na praça da feira por ter o fluxo de clientes maior passa a ter um número grande em funcionários buscando manter a organização e higienização do local a todo o tempo, uma vez que precisa ter prevenção a COVID-19. O supermercado “B” de localização na praça do fórum possui boa aparência, ambiente organizado, uma vez que abrange pessoas de grande elite.

Queiroz, Souza e Gouvinhas (2008, p. 65) advogam que “[...] alguns estudos destacam que o consumidor de supermercado somente busca preço. Considera-se que ele, atualmente, procure uma relação custo/ benefício proveitosa, decorrente da situação atual brasileira”. Desta forma, a dinâmica dos supermercados na cidade passou a ser competitiva uma vez que os clientes optaram pelo mercado novo, com um diferencial em preços. Contudo, os demais estabelecimentos tentam atrair os clientes, fornecendo promoções como atrativos.

Sendo assim, é de grande percepção na cidade a influência que a chegada do supermercado “A” trouxe para a dinâmica entre os comércios de alimentos, uma vez que atraiu clientes diante a fama em bons preços. Em decorrência das atividades nos supermercados com maior foco, os demais estabelecimentos tiveram grande perda no setor econômico do seu negócio.

SEGREGAÇÃO SOCIOESPACIAL E O ESPAÇO ESTERILIZADO

O crescimento urbano é uma constante que deve ser analisada, haja vista que grande parte dos indivíduos que residem nas zonas rurais estão migrando para os centros urbanos por diversos fatores. Nesse aspecto, é importante ressaltar que as cidades possuem grandes relações socioespaciais de tal modo que as mesmas apresentam sérias disparidades, nesse aspecto, questões como a desigualdade, desemprego e fome merecem ser evidenciadas.

Nesse viés, as cidades apresentam atividades que envolvem investimentos de capital que colaboram na produção própria da cidade, do mesmo modo que estas são de suma importância para o desenvolvimento econômico urbano a exemplo de supermercados e outros comércios, em contrapartida possibilitam segregar os indivíduos em diferentes ocasiões. Diante disso, é possível observar conflitos sociais, em que a sociedade está economicamente fragmentada (CÔRREA, 1995).

Dessa forma, é propício salientar que as relações traçadas entre os polos comerciais apresentam-se bem desiguais. Nesse sentido, dando ênfase ao município de Paripiranga-BA, no que se refere ao segmento de supermercados é notável a segregação entre as classes sociais, o cenário atual possui marcas de tamanha exclusão social, isso se deve ao processo histórico que as sociedades vêm se submetendo, e com o passar do tempo isso se perdurou até a contemporaneidade.

Um grande exemplo disso é o processo de globalização que acelerou ainda mais tamanha discriminação conforme a análise de Santos (2006) a globalização se apresenta de maneira perversa em que o desemprego assola a sociedade o aumento da pobreza se perdura, além de sérios problemas como a mortalidade infantil e outros que são provenientes desse processo sendo exibido apenas os avanços.

Diante disso, cabe ressaltar acerca do crescimento urbano que possui alguns fatores importantes a serem destacados, conforme os avanços tecno-científicos foram se espalhando pela sociedade o homem do campo passou a aderir e se adequar aos novos tempos. O processo de maquinação do campo proporcionou um intenso êxodo rural pois a agricultura passou a ter maquinários que substituíram grande parte da mão de obra

humana. Em virtude disso, muitos indivíduos migraram para centros urbanos em busca de emprego e melhores condições de vida (SANTOS, 2006).

Nessa perspectiva, com o processo de globalização, êxodo rural e crescimento urbano a população que reside nas cidades é dividida em classes sociais aqueles que possuem um alto poder aquisitivo prisioneiros do consumismo, e há aqueles que trabalham para sobreviver contendo apenas nas suas compras o básico e o essencial, e há aqueles que estão em situação ainda mais preocupante em que falta emprego e comida na mesa. Nessa perspectiva Milton Santos vem abordar essa questão da pobreza ressaltando os fatores dessa construção social.

O problema da pobreza ganhou, em nossos dias, uma atualidade incontestável por duas razões: em parte pela generalidade do fenômeno que atinge a todos os países, embora em particular aflija mais duramente os países subdesenvolvidos, mas, também, pelo fato de que a urbanização galopante que estes últimos conhecem é acompanhada pela expansão, a um ritmo igual, da expansão da pobreza, mesmo que esta se apresente de forma particular e específica em cada país e nas diferentes cidades de um mesmo país (SANTOS, 1978, p. 1).

A pobreza urbana constitui-se como um processo histórico e que dificilmente será reversível, nesse sentido nota-se que as classes sociais alta, média e baixa estão divididas e distribuídas conforme as demandas, por exemplo há locais que a classe média e alta frequenta que a classe baixa não participa, bem como tem muitos lugares que a somente a classe baixa participa. Isso porque a pobreza é uma construção social.

Alcançamos, assim, uma espécie de naturalização da pobreza, que seria politicamente produzida pelos atores globais com a colaboração consciente dos governos nacionais e, contrariamente as situações precedentes com a convivência de intelectuais contratados- ou apenas contratados- para legitimar essa naturalização. Nessa última fase, os pobres não são incluídos nem marginais eles são excluídos (SANTOS, 2006, p. 37).

Diante disso, o mundo globalizado apresenta uma série de fantasias como defende Santos (2006) ao abordar a globalização como fábula, que trata das grandes fantasias que são reproduzidas, um mercado dito global que é capaz de homogeneizar o planeta através da disposição elevada de mercadorias para consumo, entretanto as diferenças locais são desprezadas e cada vez mais são acentuadas as desigualdades. Torna-se evidente essa distinção entre as várias frações da sociedade, os supermercados A e B que estão sendo abordados não são diferentes, por sua vez tornam-se locais de exclusão do público de classes geralmente e intencionalmente mais baixas.

As relações econômicas traçadas nos centros urbanos se mostram bem competitivas, e sobretudo tendem a segregar os indivíduos. É comum perceber que nas cidades a população de classe mais elevada reside nos centros, enquanto a população mais

vulnerável economicamente mora nas periferias, nessa linha de pensamento os supermercados e outros comércios também seguem essa linha de raciocínio. Os locais onde frequentam as classes sociais mais ricas possuem os comércios destinados a essa parcela de pessoas, bem como os locais mais visitados por pessoas com baixo poder aquisitivo conseqüentemente as lojas e segmentos afins estarão com produtos ao alcance dos mesmos. Tomando o município de Paripiranga como base, os supermercados estão dispostos nesse mesmo modelo, o mais frequentado pela classe mais alta fica localizado no centro, enquanto o outro mais acessível a população de classe baixa fica na praça da feira onde maior número de pessoas desse grupo passam por lá.

Nesse viés é importante analisar que tais relações poderiam ser diferentes, se houvesse uma nova reformulação na sociedade, houvesse mais ofertas de emprego, a distribuição de renda fosse analisada e repassada de maneira mais eficaz, se existisse menos corrupção e desvios de verbas, entre outras condicionantes, mas isso tudo é uma utopia, quando se observa o atual cenário marcado pelo capitalismo. Em contrapartida é necessário se pensar nisso e vislumbrar uma outra globalização como propõe Santos (2006, p. 85) “[...] de um ponto de vista existencial, elas podem obter um outro uso e uma outra significação. A globalização atual não é irreversível”.

Diante dos fatos abordados é importante analisar como no espaço há várias condicionantes o que acontece atualmente vemos que possui raízes de um passado não tão distante a desigualdade e exclusão social são problemáticas que já existiam e que passaram entre gerações e com influências da globalização do capitalismo e de tantos fatores fizeram com que a sociedade se configurasse nesse cenário caótico e desigual, mas é necessário se pensar fora da caixa e assim como o grande geógrafo Milton Santos é importante analisar que a globalização atual não é irreversível e é crucial lutar por uma outra globalização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos fatos abordados fica-se evidente que os supermercados são um setor comercial bastante importante, pois envolvem a movimentação econômica local proporcionando a empregabilidade a população, fortalecendo os laços com a comunidade da região. Nesse aspecto é relevante analisar que esses comércios no período pandêmico passaram a ser mais procurados, em virtude do fechamento de grande parte de estabelecimento comerciais, sobretudo em Paripiranga a feira livre, onde era local mais procurado pela população com preços mais em conta.

Em face disso percebe-se que ao visitar os estabelecimentos a diferença de preço é assustadora, havendo segregação entre as classes sociais. Em virtude disso, os

supermercados com mercadorias com preços mais acessíveis às vendas na sua maioria são efetuados por pessoas com menor poder aquisitivo, já os supermercados com produtos com valores mais altos conseqüentemente serão frequentados por indivíduos de classe social mais elevada.

No tocante, há uma relação bem interessante entre os comércios, o supermercado mais acessível encontra-se localizado na praça da feira, ou seja, o local onde o seu público-alvo geralmente está presente, bem como o supermercado que está localizado no centro da cidade onde reside a população mais rica da que vai com frequência mesmo.

Portanto, as relações econômicas traçadas entre os supermercados são bem variadas cada um atendendo os interesses próprios, com seu objetivo e alvo de vendas sendo considerados níveis de competitividade e interação com a população local, sendo que a desigualdade ainda é um ponto forte a ser analisado e mitigado.

REFERÊNCIAS

ALVES, J. J. A. A contribuição de Josué de Castro no estudo e combate à fome e sua repercussão científica e política na geografia. **Revista de Geografia**, v. 25, n. 2, p. 98-112, 2008

BARROS, R. P.; HENRIQUES, R.; MENDONÇA, R. Desigualdade e pobreza no Brasil: retrato de uma estabilidade inaceitável. **Revista Brasileira de Ciências sociais**. v. 15, n. 42, p. 123-142, 2000.

BRASIL. **Síntese de indicadores sociais**: uma análise das condições de vida da população brasileira. p. 5-135, Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

CAMPELLO, T.; GENTILI, P.; RODRIGUES, M.; HOEWELL, G. R. Faces da desigualdade no Brasil: um olhar sobre os que ficam para trás. **Revista Saúde Debate**, v. 42, n. 3, p. 54-66, 2018.

CARMO, M. E.; GUIZARDI, F. L. O conceito de vulnerabilidade e seus sentidos para as políticas públicas de saúde e assistência social. **Caderno de Saúde Pública**, v. 3, n. 1, p. 3-10, 2018.

CATTANI, A. D. Desigualdades socioeconômicas: conceitos e problemas de pesquisa. **Sociologias**, v. 9, n. 18, p. 74-99, 2007.

CORRÊA, R. L. **O Espaço Urbano**. 3. ed. São Paulo: Editora Ática S. A., 1995.

GODOY, P. Uma reflexão sobre a produção do espaço. **Estudos geográficos**, v. 2, n. 2, p. 29-42, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

QUEIROZ, T. S.; SOUZA, T.; GOUVINHAS, R. P. Estratégias de marketing como um diferencial na escolha do supermercado de bairro. **RAM – revista de administração mackenzi**, v. 9, n. 3, p. 58-84, 2008.

MELO, F. P.; SOUZA, R. M. Reterritorialização do Espaço Agrário Pernambucano, a partir de Políticas Públicas Governamentais em Garanhuns-PE: erradicação do café e implantação da bacia leiteira. **Boletim DATALUTA**, n. 90, 2015. Disponível em: www2.fct.unesp.br/nera/artigodomes/6artigodomes_2015.pdf. Acesso em: 01 de fev., 2020.

PARENTE, J.; KATO, H. T. Área de influência: um estudo no varejo de supermercados. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n. 2, p. 46-53, 2001.

PEREIRA, G. C.; PANIAGO, R. A. Formação de preços no setor varejista. **Cadernos da Escola de Negócios**, v. 1, n. 1, p. 26-47, 2013.

ROJO, F. J. G. Pesquisa: O comportamento do consumidor nos supermercados. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 38, n. 3, p. 16-24, 1998.

SANTOS, B. S. **A cruel pedagogia do vírus**. Coimbra: Editora Almedina S.A., 2020.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

_____. **Pobreza Urbana Recife**; São Paulo: Hucitec/UFPE/CNPU, 1978.

SESSO FILHO, U. A. **O setor supermercadista no Brasil nos anos 1990**. Piracicaba, 2003, p. 195. Tese (doutorado) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, USP.

VILLAÇA, F. São Paulo: segregação urbana e desigualdade. **Estudos Avançados**, v. 71, n. 25, p. 37-58, 2011.