



REDES URBANAS

Laboratório Redes de Infra-estrutura e Organização Territorial - IPPUR/UFRJ

Coordenação: Prof. Mauro Kleiman

Equipe: Genivaldo Santos, Marcela Marques, Mirian Curado, Nina Silva, Simone Arruda

Endereço: UFRJ - Av. Brigadeiro Trompowsky, s/nº - Prédio da Reitoria, 5º andar sala 543

Email: kleiman@ippur.ufrj.br

Tel: 2598-1910

Cep: 21941-590

Endereço na web: www.ippur.ufrj.br/chãourbano

• Comércio varejista e processo de urbanização

⇒ Diversificações de atividades, marcas próprias e concentração nas redes de supermercados e a metrópole do Rio.

Os supermercados tratam-se de utilizar-se de estratégias cada vez mais amplas e audaciosas na luta pelo mercado consumidor brasileiro, frente ao cada vez mais concentrado setor varejista em poucas grandes redes. Num setor pressionado pela entrada no país de redes multinacionais - Wal Mart, Bom Preço (da holandesa Ahold) e Carrefour, verifica-se os constantes movimentos de empresas brasileiras como Sendas e redes de médio porte como Barateiro e o Mundial para manterem-se e permanecerem crescendo.

As Sendas, que com sua diversificação de localizações no espaço metropolitano do Rio,

onde iniciou sua trajetória em áreas de renda baixa na Baixada Fluminense, penetra no núcleo de renda mais alta, mas mantém-se até hoje no primeiro, procura manter-se entre as maiores. Para tal, investe agora na ampliação da material de construção com a "Casa Show" abrindo mais quatro filiais, e nos postos de gasolina que devem chegar a 12 lojas, e também abre-se para o aluguel de DVDS e vídeos em sociedade com a Blockbuster, em 4 lojas este ano. ("Sendas se reestrutura e investe em construção" - O Globo 25/07/03). Além destes segmentos, investe também em marcas próprias com 1200 itens de marca Sendas e Mais em Conta. Interessante notar que esta última, lançada para as lojas de áreas de renda baixa, já agora, com a queda geral do rendimento familiar, esta sendo levada para lojas em áreas de renda mais alta ("Supermercados investem nas marcas próprias e já oferecem até televisores" - O Globo - 26/07/03).

Mas outras grandes redes, como Carrefour, Wal Mart e

Pão de Açúcar e mesmo aquelas de porte médio como Mundial, Barateiro, Hortifruti, estão lançando marcas próprias. O Carrefour tem 2500 itens de marca própria e está dando 30% de desconto em 50 deles e já tem linha própria de eletrodomésticos (Blue Sky) incluindo tvs, vídeos, etc e uma linha branca (First Line); Já o Pão de Açúcar programa 800 lançamentos de marca própria, e a Wal Mart já trabalha com 8000 itens próprios, dando até 50% de desconto em promoções, desde tvs até brinquedos ("Supermercados investem nas marcas próprias e já oferecem até televisores" - O Globo 26/07/03).

Toda esta movimentação de estratégias mercadológicas englobando uma diversificação acentuada de atividades e segmentos contribuem para reforçar o papel da centralidade que este tipo de comércio varejista tem na metrópole do Rio. Ao introduzirem em suas lojas e comércio e serviços que antes localizavam-se de maneira estanque na metrópole, atraem para si grandes contingentes de pessoas, (que antes dispersavam-se por várias partes) para adquirir primeiro

mercadorias alimentícias e agora também abastecer o automóvel, alugar DVDs e vídeos, comprar remédios, pagar contas e comprar material de construção, Tvs, Vídeos, geladeiras rádios, vestuário, calçados, roupas de cama e mesa, etc, etc... Assim configuram uma rede de “pontos fortes” dentro do sistema de lugares da metrópole, criando concentrações, que nas áreas de maior renda são reforçadoras de lugares já muito importantes, e tendem a tornar mais periféricas as periferias mais pobres, pois para estas as grandes redes não tem ido, a não ser no caso das Sendas, que com a persistência do padrão de localização singular nas periferias tem criado lugares fortes excêntricos, como em São João de Meriti.

Mauro Kleiman

A crescente procura por alguns bairros

O município do Rio de Janeiro vem demonstrando, ao longo de alguns anos, uma crescente mudança na imagem dos

subúrbios e do centro. Local de fácil acesso aos cariocas, em termos de transporte de vários locais, o centro e a Zona sul estão cada vez mais inchados durante o dia, e completamente desertos a noite (principalmente no centro da cidade, já que a Zona Sul ainda apresenta-se constantemente movimentada). São carros para todos os lados, trânsito caótico em determinados horários impedindo uma rápida locomoção das pessoas que ali vivem. Com isso, os bairros dessas regiões, são em sua maioria, habitados por pessoas mais idosas, devido a proximidade de comércio e acessibilidade a diversos locais, comércios e serviços.

Porém, devemos considerar que o “inchaço” dessas regiões veio a abrir espaço para vitalização do subúrbio carioca, antes local considerado de pessoas de baixa renda que adquiriam terrenos mais em conta nessas regiões devido a especulação imobiliária da parte central (muitos imigrantes vindos de outros países que serviram de mão de obra nas antigas indústrias, que trabalhavam no centro e habitavam as periferias) e agora vem mostrando-nos a presença de uma crescente parcela da classe média carioca.

Uma pesquisa realizada pela ONU, pelo IPEA e pela prefeitura classificou o bairro da Vila da Penha como um bairro emergente, além de possuir um amplo comércio, que facilitou sua ascensão, possibilitando a construção em 2001 do Shopping Carioca ocasionalmente aumentando o fluxo econômico (“*A zona sul da leopoldina*” Jornal O Dia, 30/03/2003).

Vila Valqueire é outro bairro que vem demonstrando grande parcela da população com elevados padrões econômicos, e por isso tornou-se um bairro “murado”, ou seja, grande parte das pessoas que vivem ali, residem em condomínios fechados, muitos cercam as ruas irregularmente, mas dentro deles há uma boa infra-estrutura para atender os residentes, com tudo devido a crescente violência os moradores vem se assustando e procuram meios para manter a boa postura de um bairro seguro, contratando firmas de segurança e colocando cameras nas entradas dos condomínios (“*Tranqüilidade com grades*” Jornal O Dia 09/12/02).

Assim podemos observar, que não é apenas o fato de bairros nobres ou de forte especulação imobiliária que traz a presença de uma forte classe com a renda mais elevada, também devemos levar em consideração as questões de afetividade local, que fez tanto dos bairros

citados como de outros, emergirem uma classe social com um poder aquisitivo médio e continuam a viver ali por motivos pessoais que acabaram promovendo uma elevação dos preços dos lotes, levando as firmas de engenharia a investir na compra de terrenos e casas antigas (para demolir) e construir novos prédios.

Marcela de Fátima
Fernandes Marques

- *Permanências e Inovações nas redes de*
- *Infra-estrutura Urbana no período de 1975-94: a dilatação do espaço metropolitano do Rio de Janeiro, num movimento de “mão-dupla”. Ano I, nº 01*
- *Infra-estrutura da região do Porto de Sepetiba. AnoII, nº02*

Resenha Urbana, Ano I, nº01

Para adquiri-los mande-nos seu pedido para kleiman@ippur.ufrj.br

Obs: ao preço será acrescido o valor por envio pelo correio.

PUBLICAÇÕES

⇒ Em breve estaremos lançando o novo livro do Prof. Mauro Kleiman- *Redes de Água e Esgoto na construção do Rio de Janeiro- 1938-2001: Território de Desigualdades.*

Para reservar seu exemplar mande-nos um e-mail para kleiman@ippur.ufrj.br

⇒ **Nossas publicações:**

Livro: *Os construtores do moderno no Rio de Janeiro* – de Mauro Kleiman

Chão Urbano

Questões Territoriais-