



VII CINCCI

VII Colóquio internacional  
sobre Comércio e Cidade

Fortaleza, 03 a 07 de Novembro de 2020

## **O comércio de alimentos em Juiz de Fora, Minas Gerais: das feiras livres aos hipermercados**

*The food trade in Juiz de Fora, Minas Gerais: from open markets to hypermarkets*

*El comercio de alimentos en Juiz de Fora, Minas Gerais: de mercados abiertos a hipermercados*

OLIVEIRA, Natália Maria Garcia de; Mestra; Centro Universitário Unifaminas  
nataliamgo@yahoo.com.br

BRAIDA, Frederico; Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)  
frederico.braida@arquitetura.ufjf.br

COLCHETE FILHO, Antonio; Universidade Federal de Juiz de Fora, Universidade  
Federal de Juiz de Fora (UFJF) [arqfilho2@globocom.com](mailto:arqfilho2@globocom.com)

### **Resumo**

Este artigo aborda o tema do comércio de alimentos nas cidades. O principal objetivo é revelar algumas relações espaciais entre as tipologias do comércio varejista de alimentos nas cidades de porte médio, adotando-se como objeto empírico a cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. Para tanto, do ponto de vista metodológico, foram selecionadas quatro tipologias do varejo de alimentos: (1) feira livre; (2) mercado municipal; (3) supermercado; e (4) hipermercado. Ao final, é possível verificar que essas tipologias, de diferentes escalas, versam sobre quatro gradações de centralidades e de introversão dos estabelecimentos em relação à cidade.

**Palavras-chave:** Arquitetura comercial. Comércio e cidade. Ambiente construído.

### ***The food trade in Juiz de Fora, Minas Gerais: from farmer markets to hypermarkets***

### **Abstract**

*This article addresses the topic of food trade in cities. The main objective is to reveal some spatial relationships between the types of retail food trade in medium-sized cities, adopting the city of Juiz de Fora, Minas Gerais, as an empirical object. Therefore, from a methodological point of view, four types of food retail were selected: (1) open market; (2) municipal market; (3) supermarket; and (4) hypermarket. In the end, it is possible to verify that these typologies, of different scales, deal with four gradations of centralities and introversion of establishments in relation to the city.*



VII CINCCI

VII Colóquio internacional  
sobre Comércio e Cidade

Fortaleza, 03 a 07 de Novembro de 2020

**Keywords:** *Commercial architecture. Commerce and city. Built environment.*

## ***El comercio de alimentos en Juiz de Fora, Minas Gerais: de mercados abiertos a hipermercados***

### ***Resumen***

*Este artículo aborda el tema del comercio de alimentos en las ciudades. El objetivo principal es revelar algunas relaciones espaciales entre los tipos de comercio minorista de alimentos en ciudades medianas, adoptando la ciudad de Juiz de Fora, Minas Gerais, como un objeto empírico. Por lo tanto, desde un punto de vista metodológico, se seleccionaron cuatro tipos de venta minorista de alimentos: (1) mercado abierto; (2) mercado municipal; (3) supermercado; y (4) hipermercado. Al final, es posible verificar que estas tipologías, de diferentes escalas, aborden cuatro gradaciones de centralidades e introversión de establecimientos en relación con la ciudad.*

**Palabras clave:** *Arquitectura comercial. Comercio y ciudad. Entorno construido.*

## 1 Introdução

O consumo de itens alimentícios faz parte do dia a dia das pessoas, bem como os espaços que abrigam o comércio de gêneros alimentícios, tais como feiras, vendas, mercearias, minimercados, mercados, supermercados e, até, hipermercados. Por serem espaços tão corriqueiros, em geral, não são alvos de muitas pesquisas no âmbito da arquitetura e do urbanismo. Entretanto, tais espaços compõem a paisagem urbana e mostram-se como equipamentos importantes para a dinâmica das cidades, sobretudo quando se fala em planejamento urbano.

Oliveira (2016, p.16) ressalta a importância dos estudos sobre os supermercados para a compreensão urbana e afirma que eles, normalmente, se comportam como geradores “de fluxos de pessoas e automóveis e, até como criador[es] de uma localidade comercial, atraindo outros comércios para a localidade onde se encontra[m]. Eles funcionam como “um termômetro social” (OLIVEIRA, 2016, p. 16). Essa afirmação encontra lastro na assertiva de Vargas (2001, p. 95), ao dizer que “a arquitetura de edifícios públicos (terciária) apresenta, pelo menos, a visão oficial da sociedade e provê um conhecimento anterior com o qual seus membros, individualmente, vivem suas vidas”.

Sabendo-se que as trocas nos espaços comerciais não se restringem às trocas de produtos, mas configuram-se, também, como trocas sociais, observa-se que esses espaços de comércio de alimentos acabam, por vezes, convertendo-se, também, em espaços de sociabilidade. Cabe frisar que, embora, nesses espaços, o comércio ocorra, majoritariamente, por necessidade básica de alimentação humana, os super e hipermercados têm, também, se convertido em espaços de compras hedônicas.

Assim, olhar para o comércio de alimentos em uma cidade, permite ao pesquisador compreender parte da história urbana e parte das relações sociais de um determinado grupo. A partir dessas considerações é que este artigo tem por objetivo revelar parte da história de Juiz de Fora, uma cidade de porte médio localizada na Zona da Mata de Minas Gerais, a partir de um olhar sobre quatro tipologias do comércio de alimentos.

## 2 Metodologia

Metodologicamente este artigo é resultado de uma pesquisa de caráter tanto bibliográfico quanto empírico. Do ponto de vista teórico, buscou-se revisar as tipologias que compõe o setor do varejo alimentício, destacando-se suas possibilidades de inserção na cidade contemporânea.

O referencial teórico mostrou-se relevante para que se pudesse compreender as tipologias inseridas na cidade de Juiz de Fora, MG. Destaca-se que esta pesquisa está inserida dentro de um contexto mais amplo que tem buscado construir uma história da cidade a partir da compressão das edificações e dos espaços urbanos.

Neste artigo, especificamente, são abordados quatro casos que se mostram expressivos da arquitetura comercial de alimentos na cidade: (1) uma feira livre; (2) o mercado municipal; (3) um supermercado; e (4) um hipermercado.

Em cada um dos casos, buscou-se compreender as suas relações com o entorno, bem como cada tipologia responde às demandas da sociedade. É relevante mencionar que essas quatro tipologias dizem respeito a temporalidades diferentes de uma única cidade, os quais, na contemporaneidade, encontram-se sobrepostos.

### **3 A diversidade do comércio de alimentos na cidade contemporânea**

Segundo Vargas (2001, p. 52), “o setor terciário pode ser definido como aquele que incorpora atividades que não produzem nem modificam objetos físicos (produtos ou mercadorias) e que terminam no momento em que são realizadas [...]”. É no setor terciário que se enquadra o comércio, o qual é responsável não somente pela circulação de mercadorias, mas também por uma parte da sociabilidade na cidade.

A atividade comercial é uma forma de expressão sociocultural, uma vez que ela absorve os costumes locais, o modo de vida da população a fim de representar o público alvo ao qual se destina. O varejo, comércio destinado ao consumidor final, absorve ainda mais rápido o contexto urbano, como forma de ter um retorno imediato do público (OLIVEIRA, 2016, p. 17).

Dentre os diferentes tipos de comércio, aquele que diz respeito à alimentação mostra-se significativo e imprescindível para a vida no espaço urbano. Em tempos de pandemia, com o distanciamento/ isolamento social, assistimos a diversos tipos de comércio sendo obrigado a permanecer fechado, no entanto, o comércio de alimentos apresenta-se como uma atividade essencial.

É relevante perceber que há uma rede ampla de diferentes tipos de estabelecimento, com escalas variadas, que compõem o sistema de comércio de alimentos nas cidades. Desde as feiras, que se caracterizam pela efemeridade, passando pelas pequenas vendas ou mercearias até os hipermercados, há uma gama enorme de variedade de tipologias que são responsáveis pelo comércio de alimentos. E, com o passar do tempo, assistem-se às hibridizações e constituição de novos formatos, inclusive transformados pelas apropriações das novas tecnologias de informação e comunicação.

Nas cidades contemporâneas, assim como os shoppings, os supermercados têm gerado e/ou fomentado centralidades. Não é à toa que temos assistido a uma aproximação entre esses dois equipamentos urbanos. Em Brasília, por exemplo, “os estabelecimentos supermercadistas se inserem junto aos shoppings” [nas regiões administrativas] onde o setor de serviços não é tão dinamizado e aumentam a concentração do setor dentro das próprias [regiões]” (AGNER, 2019, p. 184). Segundo Agner (2019, p. 184), os estabelecimentos supermercadistas/shopping são um local de lazer e consumo para o habitante, principalmente nas cidades médias e pequenas.

Vale ressaltar que, de acordo com Hirai (2020, p. 1), apesar da crise dos últimos anos do país, o setor supermercadista tem inovado implantando novos formatos, isso é uma resposta à mudança do perfil do consumidor. Segundo a ABRAS (2020, p. 22), foram contabilizadas 89.806 lojas supermercadistas no Brasil

no ano de 2019. Como se vê, o comércio de alimentos tem se mostrado relevante no país e buscado inovar, inclusive do ponto de vista arquitetônico e da distribuição espacial nas cidades.

A rede de atacarejo Tenda Atacado locaram containers em postos de combustíveis. O cliente compra pela internet e pode fazer sua retirada em um desses pontos. Outro exemplo é o da rede Enxuto Supermercados em Campinas (Figura 1). A rede também fez uso de containers, mas esses estão locados em condomínio fechados e um sistema de drive-thru (HIRAI, 2020, p. 1).

A loja Enxuto Aqui, é formatada no novo conceito para o varejo brasileiro: a loja de superproximidade. Além de uma loja moderna, em pauta com as principais tendências de consumo mundial esse conceito vai além de uma loja com área de venda e mix reduzidos, mas entrega o melhor do digital e do físico (APAS, 2020, p. 1).



Figura 1: Enxuto Aqui

Fonte: Site da arquiteta Renata Ballone. Disponível em: <<http://renataballone.com.br/projeto/comercial/projeto-comercial-container-mini-mercado-acm-estrutura-metalica>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

Os supermercados têm também ampliado as suas cartelas de produtos. O formato *grocerant* é uma dessas inovações. Segundo Ascar (2020, p. 16), o formato da *grocerant* tem a origem do nome na junção de *grocery* (supermercado) e *restaurant* (restaurante). Esse é um tipo de supermercado que tem o foco na venda de pratos prontos ou semiprontos, os quais podem ser consumidos no local ou levados para casa. Um exemplo é o Eatly, em São Paulo, que

[...] é um supermercado com forte foco em pratos prontos para que, além de ser um varejista de alimentos, também opere como um serviço de alimentação (*food service*), em que os clientes podem optar por comer no local, como se fosse um restaurante, um fast-food, ou levar a refeição pronta ou semipronta para casa (ASCAR, 2017, p. 1).

A rede de supermercados Dia inaugurou, em 2018, um novo formato: o “Meu Dia” (Figura 2). Nesse tipo, investiu-se em acabamentos e mobiliários, oferecendo uma vivência diferenciada para o consumidor (S. PAULO ZONA SUL, 2018, p. 1; VEJA, 2018, p. 1).

O slogan “Para Comer e Levar com Economia” já indica que a intenção é oferecer tanto produtos que possam ser levados para casa, com preços abaixo da média de mercado, quanto itens que possam ser consumidos na

hora, como pizzas, sanduíches, frutas picadas e saladas. Há ainda uma “beer cave”, ou seja, uma adega de cervejas já geladas para consumo na hora (S. PAULO ZONA SUL, 2018, p. 1).



Figura 2: Meu Dia

Fonte: Vídeo divulgação – Facebook Dia Supermercado. Disponível em: <<https://www.facebook.com/diasupermercado/videos/1821391417922555/>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

No livro em comemoração aos cinquenta anos de supermercados no Brasil, a Abras (2002, p. 179) já apontava que os caminhos que o setor iria seguir no século XXI. Essas mudanças sinalizavam o uso de tecnologia e a ênfase no atendimento ao consumidor (ABRAS, 2002, p. 180 e 181). Os especialistas da época mencionavam a tendência do crescimento do foco nos formatos de proximidade de vizinhança, com itens focados na praticidade. Após a explanação de que há diversos novos formatos que estão investindo mais no espaço da loja, compreendendo cada vez mais as necessidades do consumidor, demonstra que a análise das tendências realizadas no início do século XXI estavam corretas.

Como se vê, as inovações se dão tanto do ponto de vista do formato, quanto do tipo de serviço oferecido, e são, quase sempre, impulsionadas pelas tecnologias digitais. Segundo Hirai (2020, p. 1), o GPA instaurou sua primeira loja 24 horas na Avenida Paulista, que possui a tecnologia Scan&Go. Com ela, o consumidor, através do celular, escaneia os códigos de barras e efetua o pagamento. “A filial com 350m<sup>2</sup> de salão de vendas possui quatro caixas, dois self *checkouts* e uma loja do Pão de Açúcar Adega, com mais de mil rótulos” (HIRAI, 2020, p. 1). O Carrefour Express também faz uso dessa tecnologia e pretende também incluir esse tipo de pagamento, com um aplicativo similar, para combustíveis.

Com a pandemia, outros formatos estão sendo implementados pelas empresas do setor. O Grupo Big, por exemplo, que assumiu o Walmart, já tinha anunciado sua saída do comércio online, entretanto devido à nova realidade causada pela pandemia, o grupo reimplantou o varejo online (DE CHIARA, 2020, p. 1). Em maio de 2020, 75 lojas já haviam se integrado ao comércio online e, em junho, 200 das 400 lojas físicas (DE CHIARA, 2020, p. 1).

Segundo De Chiara (2020, p. 1), a empresa possui dois tipos de *delivery* e um de *drive-thru*. O *delivery express* para compras de pequenos volumes, limitada a 16 volumes ou 9,8 kg, com entrega em uma hora, o outro para compras grandes e com entrega em até um dia. No *drive-thru*, o cliente escolhe os produtos e agenda a hora da retirada no estacionamento da loja (DE CHIARA, 2020, p. 1).

Essas inovações são mais evidentes nas grandes cidades. Nas pequenas cidades e nas cidades de médio porte, as inovações tardam um pouco para se manifestar. De qualquer forma, com a pandemia, o sistema *delivery* tem se tornado rotineiro, inclusive nos pequenos comércios de bairros.

## **4 O comércio de alimentos em Juiz de Fora, Minas Gerais**

Juiz de Fora é uma cidade de porte médio localizada na Zona da Mata Mineira. Segundo (IBGE, 2020, p. 1), a população estimada para 2019 era de 568.873 habitantes. A cidade possui uma estreita relação com o setor terciário desde a fundação da cidade e intensificada na década de 1960 quando “um plano de demarcação e nivelamento da cidade, calçamento das ruas centrais e construção do matadouro municipal, intensificando-se, assim, seu comércio com a instalação de várias vendas e armazéns” (BARROS, 2008, p. 3).

O setor terciário ainda possui expressividade na cidade, representando mais de 60% do PIB, isso em um levantamento que exclui administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social (IBGE, 2020).

Segundo Oliveira (2016, p. 65), Juiz de Fora possui 109 lojas supermercadistas de 50 empresas diferentes, dentre elas Carrefour, Bretas, Bahamas, Rede Unida e Supermais. Há diversos formatos de supermercados, segundo a Abras (2019), os formatos podem ser classificados em: loja de vizinhança, supermercado convencional, hipermercado e atacado ou atacarejo. Em Juiz de Fora há a presença de todos esses formatos. Além dos mercados, Juiz de Fora conta, também, com algumas feiras livres, dentre as quais destacam-se a feira da Avenida Brasil e a feira da Praça Antônio Carlos, que são verdadeiros espaços de comércio e sociabilidade.

### **4.1 Feiras livres**

Em Juiz de Fora, as feiras livres surgiram no ano de 1924, ano em que o Mercado Municipal parou suas atividades. Elas eram uma resposta à população que solicitava uma resposta à crise e falta de suprimento (OLIVEIRA, 1966, p. 237). Ainda hoje, as feiras possuem forte presença na cidade. De acordo com a Prefeitura de Juiz de Fora (PJF, 2020), a cidade conta com 18 pontos de feiras livres, que ocorrem de terça a domingo. Do total de feiras, 17 acontecem no horário matutino; somente uma é noturna. As feiras estão locadas por todas as regiões da cidade.

Além dessas feiras mais convencionais, há também uma feira que acontece no estacionamento do prédio da reitoria da Universidade Federal de Juiz de Fora, às segundas-feiras, das 16 horas às 20 horas (UFJF, 2019). Dessa maneira, a cidade apresenta feiras durante toda a semana.





Figura 3: Feira livre bairro São Mateus

Foto: Thiago Debortoli. Fonte: Tribuna de Minas (2020).

Segundo o site Acessa.com (2017), a feira noturna começou em 2017 na cidade, e era uma opção para as pessoas que trabalham o dia inteiro. No primeiro ano de funcionamento, a feira movimentou sete milhões de reais (LIMA, 2018). A feira noturna acontece na Praça Antônio Carlos, no Centro da cidade, ao lado do Mercado Municipal. “A feira livre é um projeto que fomenta a participação dos pequenos produtores da cidade e região no abastecimento e na oferta de alimentos de alta qualidade à população” (ACESSA.COM, 2017).



Figura 4: Feira noturna – Praça São Carlos

Foto: Felipe Couri. Fonte: Lima (2018).

Devido à pandemia, a feira noturna e a feira da avenida Brasil foram canceladas, por tempo indeterminado, pois, segundo a Prefeitura de Juiz de Fora, essas duas são consideradas eventos públicos, devido ao grande número de pessoas que as frequentam (TRIBUNA DE MINAS, 2020). Essa decisão evidencia a vitalidade das feiras na cidade, as quais, não são apenas espaços efêmeros de compra e venda, mas sim, de sociabilidade, atraindo um grande fluxo de pessoas.





Figura 5: Feira noturna

Foto: dos autores.

Destaca-se que a feira noturna da Praça Antônio Carlos (Figura 5) tem sido mencionada como um caso de sucesso e inovação para a cidade, uma vez que acontece em uma praça no Centro da cidade, em um horário alternativo. Como pode ser percebido no mapa, ao redor, há uma infraestrutura de transporte (público) que potencializa o acesso a essa feira.

#### **4.2 Mercado Municipal**

O primeiro edifício do Mercado Municipal de Juiz de Fora foi construído entre os anos de 1903 e 1904 (Figura 6). A firma que o construiu teve o direito de exploração durante 20 anos (COUTO; ROCHA, 1997, p. 44). Entretanto, durante esse período, diversos prefeitos tentaram reverter esse acordo de maneira a oferecer mais vantagens para a municipalidade, o que não aconteceu e, após expirar o prazo do contrato, o prédio transformou-se em um cortiço (OLIVEIRA, 1966, p. 190 e 191).



Figura 6: Antigo Mercado Municipal – Avenida dos Andradas

Fonte: disponível em: <[https://1.bp.blogspot.com/-K\\_QcHfc-E1k/VtnOXPsFwII/AAAAAAAS8A/emBVyB9S8zY/s640/364.jpg](https://1.bp.blogspot.com/-K_QcHfc-E1k/VtnOXPsFwII/AAAAAAAS8A/emBVyB9S8zY/s640/364.jpg)>. Acesso em: 13 jun. 2020

Em 1987, o Mercado Municipal foi transferido para o Espaço Mascarenhas, uma antiga fábrica têxtil da cidade (OLIVEIRA, 2017, p. 1). O início das atividades foi em 1988 e em 1991 o prédio, que abrigava o mercado no primeiro piso e a pronta entrega das fábricas no segundo piso, sofreu um incêndio; somente as paredes externas permaneceram em pé (OLIVEIRA, 2017, p. 1) (Figura 7). Nessa época, havia 150 comerciantes em 66 boxes do mercado e 54 da pronta-entrega (OLIVEIRA, 2017, p. 1).



Figura 7: Incêndio no prédio do Mercado Municipal em 1991, a esquerda, e Reconstrução do Mercado Municipal, a direita.

Foto: Cedoc/TV Integração. Fonte: Oliveira (2017, p.1)

Segundo Oliveira (2017, p. 1), até a reconstrução, que foi concluída em 1995, o mercado funcionou em um prédio próximo ao antigo edifício. Atualmente, “conforme informações oficiais, o público consumidor das 23 lojas é estimado em 300 pessoas por dia, gerando receita mensal de R\$ 550 mil, incluindo redes de hotéis, restaurantes e bares, inclusive por tele vendas” (OLIVEIRA, 2017, p. 1).

Atualmente, o Espaço Mascarenhas abriga o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas e a Biblioteca Municipal. E no prédio do Mercado Municipal (Figura 8), também abriga alguns setores da Secretaria de Educação no segundo piso, mas está com muitas lojas desocupadas.



Figura 8: Mercado.

Foto: Google Maps (2019).

O Mercado Municipal (Figura 9) está localizado no Centro da cidade de Juiz de Fora, possuindo entradas pela Avenida Getúlio Vargas, pela rua Doutor Paulo Frontin ou pela Praça Antônio Carlos. O mercado Municipal possui acesso por ambas as ruas e pela praça, além de ter entrada para o estacionamento (que é terceirizado).



Figura 9: Mercado Municipal análise

Foto: dos autores.

Há diversos pontos de ônibus no entorno do Mercado, que movimentam passageiros de todas as áreas de zoneamentos da cidade. O Mercado Municipal está na mesma praça onde é realizada a feira noturna, às quartas-feiras.

#### 4.3 Supermercado Bahamas, Pátio São Vicente

O primeiro supermercado de Juiz de Fora foi inaugurado em 1963, uma década depois do primeiro supermercado do país, por influência do que se via no Rio de Janeiro (PERES, 2010, p. 37). Hoje, a rede Bahamas, de origem local, possui



uma grande quantidade de lojas na cidade e (no estado), bem como uma variedade de bandeiras para atender a uma diversidade de público.

“A rede de supermercados Bahamas começou como um bar, em 1983, no bairro Santa Luzia, que, em seguida, tornou-se uma mercearia, e, em 1987, a primeira filial foi inaugurada no bairro São Pedro” (OLIVEIRA, 2016, p. 81). Segundo Amis (2018, p. 1), o grupo Bahamas possui lojas com bandeira de supermercado, supermercado gourmet, atacarejo e *express*. O grupo Bahamas ficou em 16º no *ranking* brasileiro das empresas de autosserviço 2020 (ABRAS, 2020, p. 46 e 47). Segundo a ABRAS, (2020, p. 46 e 47), o grupo conta com quase 11 mil metros quadrados de área de vendas distribuídos em 56 lojas.

O supermercado Bahamas São Vicente funciona onde outrora localizava-se a Companhia e Tecelagem São Vicente, foi inaugurado em 1994 e passou por uma reforma em 2006 (OLIVEIRA, 2016, p. 94). No ano de 2015, o grupo Bahamas demoliu o prédio da antiga fábrica e construiu um novo espaço (Figura 10). Segundo Costa (2016, p. 1), o novo supermercado teve um aumento 800 metros quadrados em sua dimensão. O denominado Pátio São Vicente tem 30 lojas de diversos setores, como alimentação, vestuário, prestação de serviços.



Figura 10: Pátio São Vicente – Entrada para Avenida Barão do Rio Branco

Foto: Google Maps (2017).

Com a ampliação e a reforma da loja, a área de vendas passou de 1.986 para 3.060 metros quadrados, com possibilidade de chegar a 3.700 metros quadrados. O número de check-outs subiu de 26 para 34. O estacionamento tem agora 315 vagas, sendo 280 cobertas (COSTA, 2016, p. 1).

No ano de 2018, o Pátio São Vicente (Figura 11) passou a abrigar a primeira loja de Bandeira Express do grupo Bahamas. O Bahamas Express possui em torno de 300 metros quadrados. A loja supre a demanda do supermercado que, anteriormente, era 24 horas, passando a funcionar das 6h às 23h (AMIS, 2018, p. 1).



Figura 11: Pátio São Vicente

Foto: dos autores.

A localização estratégica desse supermercado, em uma região nobre da cidade (Zona Sul), na principal avenida da cidade, faz com que haja um fluxo bastante intenso de consumidores, o qual também é atraído pela praça de alimentação localizada na galeria comercial existente entre o supermercado e o express.

#### 4.4 Hipermercado Carrefour

O grupo francês Carrefour iniciou suas atividades em 1963 e em 1966 abriu o seu primeiro hipermercado (PERES, 2010, p. 53). Segundo ABRAS (2002, p. 72), o governo de Geisel incentivava a entrada de capital estrangeiro no país, por esse motivo, e com o objetivo de expandir suas fronteiras, segundo Peres (2010, p. 53), o Carrefour começou a análise do mercado brasileiro.



Figura 12: Carrefour a

Foto: Oliveira (2016).

Em 1975, a primeira loja do hipermercado foi aberta em São Paulo (ABRAS, 2002; PERES, 2010, p. 53). Segundo Peres (2010, p. 54), nas décadas de 1970 e 1980, os hipermercados se adaptaram bem à alta inflação.

Em 1998, o hipermercado Carrefour inaugurou sua loja em Juiz de Fora em umas das extremidades da principal via da cidade a avenida Barão do Rio Branco (MENDONÇA, 1998, p. 1). A loja possui 10 mil metros quadrados, 49 check-outs, estacionamento para 1280 vagas, praça de alimentação e uma galeria comercial com 24 lojas (MENDONÇA, 1998, p. 1). O Carrefour em seu terreno também agrega outros tipos de serviço, tais como um posto de gasolina, além de outros serviços para automóveis.

O estacionamento do Carrefour continuamente recebe eventos como feiras, como, por exemplo, feira de carros antigos e feira de plantas.

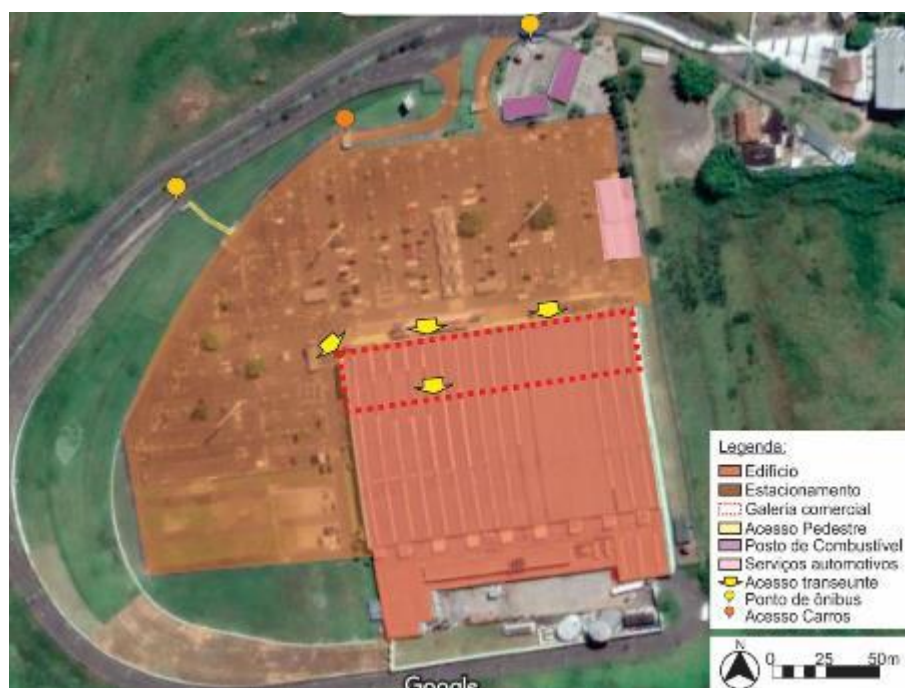


Figura 13: Carrefour análise

Foto: dos autores.

O Carrefour está afastado da região central propriamente dita, embora esteja em uma das extremidades da avenida Barão do Rio Branco, a principal da cidade. É interessante notar que essa loja ela rompe completamente com os padrões das demais tipologias apresentadas, afastando-se da rua de acesso, adotando uma implantação do tipo modernista.

## 5 A espacialidade do comércio de alimentos na cidade

Ao se olhar para o comércio varejista de alimentos em Juiz de Fora, encontramos uma diversidade de tipologias que refletem a necessidade de os estabelecimentos buscarem se alinhar às demandas dos consumidores. Das feiras efêmeras aos hipermercados “afastados”, tem-se uma pluralidade de formas de comércio que criam diferentes fluxos, contribuindo, cada qual ao seu modo, para a dinâmica da cidade.

Quando analisamos as feiras livres, percebemos uma dinâmica bastante democrática, de apropriação do espaço público. As feiras criam uma ambiência extrovertida e, por serem a céu aberto e de livre acesso, geram fluxos sazonais de vitalidade urbana.

É possível observar que o Mercado Municipal, por sua relação com o comerciante local e com a população do município, tem a necessidade de estar localizado no Centro da cidade, em um lugar de fácil acesso para o público consumidor. É interessante notar que o mercado municipal, assim como em outras cidades, ocupa um edifício histórico e faz parte de um complexo turístico da cidade.

O Pátio São Vicente, embora não esteja localizado propriamente no Centro histórico da cidade, está em uma região que tem se configurado, desde o início deste novo século, como uma nova centralidade na cidade: o Bairro Alto dos Passos, na Zona Sul. Em sua última reforma, foram agregadas mais lojas, distribuídas ao longo de uma galeria comercial, conformando um pequeno shopping, inclusive contando com uma praça de alimentação.

Já o Carrefour, por ser um hipermercado, pode se localizar mais distante, pois devido à sua gama de produtos e serviços, o seu público-alvo desloca-se até o local. Além de ser um hipermercado, o Carrefour também agrega outros tipos de comércio e serviços, incluindo uma joalheria.

Quanto às espacialidades e suas relações com a cidade, pode-se dizer que as quatro tipologias apresentadas representam quatro níveis diferentes. As feiras livres se confundem com a própria cidade, uma vez que se localizam nas ruas e praças. O Mercado Municipal de Juiz de Fora apresenta uma configuração extrovertida, tendo acesso por diversos lados, pelas duas ruas que o cerca, pela praça e pelo estacionamento. Já o Pátio Bahamas São Vicente apresenta-se em uma escala intermediária, entre a extroversão e a introversão; o acesso ao supermercado é intermediado ora pelo estacionamento ora pela galeria comercial. Por fim, o Carrefour, apresenta uma relação introvertida, uma vez que não há acesso direto para o hipermercado senão pelo estacionamento.

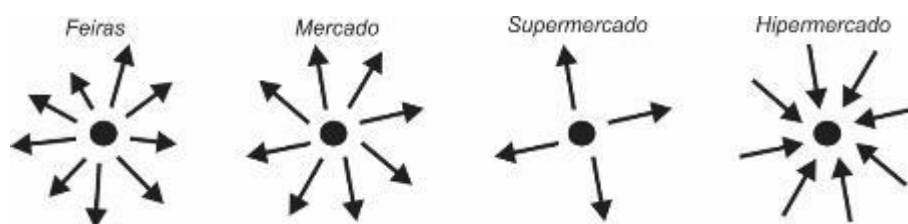


Figura 14: Relação do mercado com o entorno

Foto: dos autores.

Outra questão que pode ser notada é relativa à relação das tipologias com as centralidades. Em relação às feiras, é possível observar que quanto mais central, maior seu fluxo de pessoas e, conseqüentemente, de mercadorias. O Mercado Municipal, devido ao seu caráter de atender à população como um todo, está localizado numa área central da cidade. Já os supermercados são encontrados na região central, mas em outros bairros que se configuram como centralidades; quanto maior a área de influência, maior sua dimensão. Finalmente, o hipermercado Carrefour, encontra-se fora das centralidades, sendo um local que, devido à oferta



de serviços e mercadorias, atrai o público consumidor mesmo estando fora de uma centralidade.

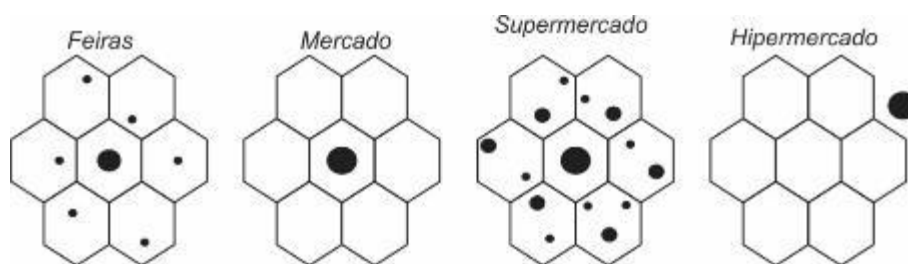


Figura 15: Relação da tipologia e centralidades

Foto: dos autores.

Os diagramas da Figura 15 revelam, justamente, as relações espaciais das tipologias de comércio de alimentos com a centralidade. Assim ao se olhar para o caso da cidade de Juiz de Fora, verificamos que, das feiras ao hipermercado, temos relações que vão da centralidade à localização fora do Centro e da extroversão à completa introversão do edifício em relação à cidade.

## 6 Considerações finais

Conforme buscou-se trazer à baila, neste artigo, as tipologias de comércio varejista de alimentos estão intimamente relacionadas com as dinâmicas das cidades. Essa é uma atividade essencial, a qual, mesmo diante das adversidades da pandemia de COVID-19 de tem afetado todo o mundo, permanece em pleno funcionamento.

Assim como as demais tipologias terciárias, a arquitetura do comércio de alimentos está intimamente relacionada aos aspectos socioespaciais das cidades. Parte da história urbana pode ser contada sob o ponto de vista da arquitetura e espacialização das feiras e mercados.

Para além de outras tipologias existentes, as quatro apresentadas neste artigo mostram-se fundamentais para evidenciar diferentes escalas e formas de engajamento da arquitetura comercial com a cidade. As feiras, os mercados municipais, os supermercados e os hipermercados sintetizam quatro formas que remetem a temporalidades diferenciadas, as quais convivem na cidade contemporânea, atendendo a públicos diversificados.

Por fim, acredita-se que sejam válidas novas pesquisas, em diferentes cidades e incorporando outras tipologias, a fim de se observar se, em todos os casos, a centralidade será, de forma majoritária, diretamente proporcional à extroversão da tipologia de comércio varejista de alimentos, conforme ocorre na cidade de Juiz de Fora.

## 7 Referências

ABRAS. **Cinquenta anos de supermercados no Brasil**. São Paulo: Informa Comunicação, 2002.

ABRAS. **19ª Avaliação de perdas no varejo brasileiro de supermercados.** Disponível em: <[http://static.abras.com.br/pdf/perdas\\_atual%202019.pdf](http://static.abras.com.br/pdf/perdas_atual%202019.pdf)>. Acesso em: 28 jun. 2020.

ABRAS. Ranking 2020 - Autosserviço. **Superhiper**, v. 46, n. 526, 2020.

ACESSA.COM. Feira noturna de Juiz de Fora começa nesta quarta-feira na praça Antônio Carlos. **Acessa.com**, 23 maio 2017.

AGNER, M. R. **A dinâmica geográfica do setor supermercadista no Distrito Federal.** Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2019.

AMIS. 1ª unidade com a bandeira Bahamas Express é inaugurada em Juiz de Fora. AMIS - Associação Mineira de Supermercados. Portal Amis, Belo Horizonte, 14 dez. 2018. Disponível em: <<http://portalamis.org.br/plus/modulos/noticias/ler.php?cdnoticia=653>>. Acesso em: 14 jun. 2020

APAS. **Rede Enxuto inaugura nova unidade em Campinas.** Disponível em: <<https://portalapas.org.br/rede-enxuto-inaugura-nova-unidade-em-campinas/>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

ASCAR, A. C. Você sabe o que é Grocerant? **Superhiper**, São Paulo, 12 abr. 2017. Disponível em: <<https://www.abras.com.br/superhiper/internacional/?materia=18301>>.

ASCAR, A. C. Estamos ou não estamos virando Grocerant. **Superhiper**, v. 46, n. 526, p. 16, maio 2020.

BARROS, N. DO A. Etnia e proto-industrialização: história e historiografia da participação dos imigrantes alemães no desenvolvimento econômico de Juiz de Fora – 1856/1887. **Revista Ágora**, v. 7, p. 1–14, 2008.

COSTA, F. Bahamas entrega Pátio São Vicente em setembro. **Tribuna de Minas (online)**, p. 1, 2 ago. 2016. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/economia/02-08-2016/bahamas-entrega-patio-sao-vicente-em-setembro.html>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

COUTO, A. O.; ROCHA, I. R. A. **Juiz de Fora em dois tempos.** Juiz de Fora: Esdeva Empresa Gráfica Ltda., 1997.

DE CHIARA, M. Pandemia acelera a volta do grupo Bia às vendas online. **Estadão**, São Paulo, 18 maio 2020. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,pandemia-acelera-volta-do-grupo-bia-as-vendas-online,70003305953>>. Acesso em 28 jun. 2020

HIRAI, M. Supermercadistas lideram as inovações e novos formatos no varejo brasileiro. **Mercado e Consumo**, 06 fev. 2020. Disponível em: <<https://www.mercadoeconsumo.com.br/2020/02/06/supermercadistas-lideram-as-inovacoes-e-novos-formatos-no-varejo-brasileiro/>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

IBGE. **Juiz de Fora**. Estados e Cidades. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/juiz-de-fora/panorama>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

LIMA, V. Em um ano, Feira Livre Noturna de JF movimentou R\$ 7 milhões. **Tribuna de Minas (online)**, Juiz de Fora, 23 maio 2018. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/cidade/23-05-2018/em-um-ano-feira-livre-noturna-de-jf-movimentou-r-7-milhoes.html>>. Acesso em 28 jun. 2020.

MENDONÇA, L. Carrefour abre suas portas para multidão de consumidores. **Acessa.com**, Juiz de Fora, 28 nov. 1998. Disponível em: <[http://www.acessa.com/arquivo/negocios/mercados\\_e\\_empresas/1998/11/25-Carrefour\\_abre\\_suas\\_portas/](http://www.acessa.com/arquivo/negocios/mercados_e_empresas/1998/11/25-Carrefour_abre_suas_portas/)>. Acesso em: 28 jun. 2020.

OLIVEIRA, N. M. G. DE. **O lugar dos supermercados na cidade**: um estudo tipológico na avenida Rio Branco – Juiz de Fora / MG. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído) – Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2016. 141 p.

OLIVEIRA, P. DE. **História de Juiz de Fora**. 2ª ed. Juiz de Fora: Gráfica Comércio e Indústria Ltda., 1966.

OLIVEIRA, R. Série de aniversário de Juiz de Fora destaca Mercado Municipal, que às vésperas dos 30 anos tem meta de ser referência. **TV Integração - Zona da Mata**, Juiz de Fora, 01 jun. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/serie-de-aniversario-de-juiz-de-fora-destaca-mercado-municipal-que-as-vesperas-dos-30-anos-tem-meta-de-ser-referencia.ghtml>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

PERES, F. **A história dos supermercados em Minas e seus personagens**. Belo Horizonte: Amis, 2010.

PJF. PJF. Feira livre, 2020. Disponível em: <[https://www.pjf.mg.gov.br/secretarias/sedeta/feira\\_livre/feira\\_livre.php](https://www.pjf.mg.gov.br/secretarias/sedeta/feira_livre/feira_livre.php)>. Acesso em: 28 jun. 2020.

S. PAULO ZONA SUL. Avenida Ibirapuera ganha loja “Meu Dia”, com novo conceito. **S. Paulo Zona Sul**, São Paulo, 19 dez. 2018. Disponível em: <<https://jornalzonasul.com.br/avenida-ibirapuera-ganha-loja-meu-dia-com-novo-conceito/#>>. Disponível em: 28 jun. 2020.

TRIBUNA DE MINAS. PJF cancela feira noturna e a da Brasil, mas mantém as demais. **Tribuna de Minas (online)**, Juiz de Fora, 18 mar. 2020. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/economia/18-03-2020/pjf-cancela-feira-noturna-e-a-da-brasil-mas-mantem-as-demas.html>>. Acesso em: 05 maio 2020

UFJF. Feira Orgânica da UFJF completa um ano em atividade. **UFJF - Notícias**, 25 set. 2019. Disponível em: <<https://www2.ufjf.br/noticias/2019/09/25/feira-organica-da-ufjf-completa-um-ano-em-atividade/>>. Acesso em: 05 maio 2020.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

VEJA. Rede popular de supermercados traz novo formato no Brasil. **Veja**, São Paulo, 18 abr. 2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/economia/rede-popular-de-supermercado-lanca-novo-formato-no-brasil/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.