



REESTRUTURAÇÃO TERRITORIAL-PRODUTIVA E PRODUÇÃO CERVEJEIRA: ANÁLISE A PARTIR DA AMBEV- FILIAL CERVEJARIA RIO DE JANEIRO, CAMPO GRANDE – RIO DE JANEIRO – RJ

Beatriz do Nascimento Sant'Anna ¹

RESUMO

O mercado cervejeiro é um importante segmento da economia nacional. Desde o cultivo das matérias primas até a chegada ao pequeno e/ou grande varejo, milhares de pessoas estão envolvidas direta ou indiretamente numa extensa ramificação produtiva, econômica e social. Estando presente em todas as regiões do país, a produção e o mercado cervejeiro apresentam diferentes formas produtivas, com diferentes ingredientes e receitas que variam de acordo com os públicos alvos e as regiões geográficas. A partir disto, a análise deste mercado sob a perspectiva de atuação da Ambev, uma corporação que nasce no Brasil, porém depois de um grande histórico de fusões, desempenha um domínio internacional, principalmente no mercado financeiro, nos possibilita uma gama de discussões a serem levantadas no âmbito da geografia econômica, em especial no que tange a temática de Reestruturação Territorial-Produtiva contemporânea e questões transversais na perspectiva do capitalismo globalizado. O artigo se propõe a focar no estudo de caso da Filial Cervejaria Rio de Janeiro, localizada no bairro de Campo Grande, no Rio de Janeiro- RJ.

Palavras-chave: Reestruturação Territorial-Produtiva, Geografia Econômica, Ambev, Mercado Cervejeiro.

ABSTRACT

The beer production and market are an important segment of the national economy. From the cultivation of raw materials to the arrival of small and/or large retailers, they involve thousands of people directly and indirectly in an extensive productive, economic and social ramification. Being present in all regions of the country, the production and the beer market present different forms of production, with different ingredients and recipes that vary according to the target audiences and geographic regions. From this, the analysis of this market from the perspective of Ambev's performance, a corporation that was born in Brazil, but after a extensive history of mergers, plays an international domain, especially in the financial market, allows us a range of discussions to be raised in the context of economic geography, especially with regard to the theme of contemporary productive territorial restructuring, and cross-cutting issues in the perspective of globalized capitalism. The article aims to focus on the case study of the Rio de Janeiro branch, which is located in the Campo Grande neighborhood, in Rio de Janeiro-RJ.

Keywords: Productive-Territorial Restructuring, Economic Geography, Ambev, Brewer's Market.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ. jbeatrizsantanna@hotmail.com



INTRODUÇÃO

O presente trabalho faz parte das reflexões levantadas durante minha pesquisa sobre a abrangência e impacto do mercado cervejeiro na economia nacional, sobre a teoria de acumulação flexível (HARVEY, 1992[1989]) e as aproximações teóricas e práticas com a Ambev, tendo como enfoque as dinâmicas produtivas, organizacionais e simbólicas (principalmente através da análise do “*Tour Beer Lovers*”²) de sua filial “Cervejaria Rio de Janeiro”.

Além disso, as questões aqui levantadas compõem meu projeto de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (PPGGEO-UFRRJ), onde estou buscando expandir a análise da teoria de acumulação flexível, com o conceito de Reestruturação Territorial-Produtiva no âmbito da Geografia Econômica. Os esforços analíticos são fruto também dos tensionamentos desenvolvidos coletivamente no Laboratório de Geografia Econômica e Política [LAGEP]/CNPq, em especial do grupo de pesquisa Reestruturação Econômico-Espacial Contemporânea [REEC-LAGEP].

Os principais objetivos deste trabalho é fazer uma discussão teórica sobre os conceitos norteadores supracitados aliando com o estudo de caso da Ambev, em especial a Cervejaria Rio de Janeiro, ao se levantar a questão do turismo de fábrica e outras características que enquadram a corporação em análise no modelo de acumulação flexível e de reestruturação contemporânea.

Na primeira parte do artigo, será realizada uma breve apresentação do mercado cervejeiro no Brasil, principalmente com os dados do Anuário da Cerveja 2020, elaborado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA); com informações complementares da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja e outras fontes. Vale frisar que o levantamento de dados a respeito do mercado cervejeiro quando não restritos aos dados cadastrais do MAPA, — relacionados aos estabelecimentos que possuem estrutura própria de fabricação³ — acabam por se limitarem à levantamentos de associações do próprio ramo cervejeiro, das próprias cervejarias ou de notícias [jornalísticas] em geral. Com isso, é imprescindível um olhar crítico sobre as informações.

² O *Tour Beer Lovers* é uma visita aberta ao público de forma gratuita em algumas filiais da Ambev, mediante agendamento no site oficial da cervejaria. A filial cervejaria Rio de Janeiro oferece esse tour em sua fábrica desde 29 de junho de 2018. No momento está suspenso por conta da pandemia de Covid-19.

³ Estabelecimentos “ciganos”, ou seja, aqueles que não possuem estrutura própria de fabricação e elaboram seus produtos em estabelecimentos de terceiros, não são computados no presente estudo. Somente as cervejarias de fato constam nas estatísticas apresentadas (Anuário da Cerveja, 2020).



Ainda na primeira parte, será feita uma breve exposição sobre a Ambev — mais precisamente sobre a Anheuser-Busch Inbev — em sua dimensão espacial, produtiva e econômica. Como também a apresentação da filial Cervejaria Rio de Janeiro, expondo algumas características analisadas empiricamente, para depois levantar algumas questões que a relacione com o referencial teórico a ser analisado.

Em seguida, uma descrição da metodologia utilizada para elaboração do trabalho, indicando os principais autores abordados na discussão teórica, as principais fontes dos dados analisados na apresentação sobre o mercado cervejeiro nacional, assim como a apresentação da Ambev e da filial em análise, dando enfoque à discussão sobre o turismo de fábrica.

Por fim, a partir de LENCIONI (1997) e MARTIN (1996[1994]), na sessão destinada ao debate do referencial teórico, será feita uma reflexão sobre o conceito de Reestruturação e a importância analítica do mesmo em relação às mudanças contemporâneas na Geografia Econômica.

O tradicional mercado cervejeiro se apresenta atualmente como um dos setores mais relevantes da economia nacional, pois conta com uma ampla ramificação em todo seu processo produtivo, que vai do agronegócio/agricultura familiar até ao pequeno/grande varejo e está presente em todas as regiões do país. A cadeia produtiva da cerveja no Brasil mobiliza cerca de 12 mil fornecedores de bens e serviços e aproximadamente 8 milhões de profissionais das mais diversas áreas. Ao longo desse processo participam os setores da construção civil, transporte, energia, veículos, papel e celulose, alumínio e vidro, entre outros, envolvendo mais de 1 milhão de pequenas e médias empresas. (Anuário CervBrasil, 2015)⁴

O Brasil é o 3º maior produtor de cerveja do mundo (em bilhões de litros, ficando atrás apenas da China e dos EUA). A indústria cervejeira nacional movimenta R\$ 160 bilhões por ano, responde por 1,7% do PIB (Produto Interno Bruto) e emprega 2,7 milhões de pessoas no país. A produção nacional de cerveja cresceu 2,9 pontos percentuais em 2020, chegando a 14,1 bilhões de litros. De acordo com a CervBrasil (Associação Brasileira da Indústria da Cerveja)⁵, a pandemia de covid-19 pressionou os custos, mas não interferiu no crescimento da indústria cervejeira.⁶

⁴ Disponível em: http://www.cervbrasil.org.br/novo_site/anuarios/ANUARIO_CB_2015_WEB.pdf Acesso em: 05 out. 2021.

⁵ Fundada pela Ambev, Brasil Kirin, Grupo Petrópolis e Heineken Brasil (Heineken comprou a Brasil Kirin em 2017).

⁶ “Produção brasileira de cerveja sobe 2,9 pontos em 2020 e retoma patamar de 2014”. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/producao-brasileira-de-cerveja-sobe-29-pontos-em-2020-e-retoma-patamar-de-2014/> Acesso em: 05 out. 2021.



De acordo com o MAPA⁷, em 2020 alcançou-se a marca de 1.3833 cervejarias (figura 1) registradas, sendo o primeiro ano que todas as Unidades da Federação possuem uma cervejaria, com a abertura da primeira cervejaria no Estado do Acre. Em 2020 foram registradas 204 novas cervejarias e outras 30 cancelaram seus registros, o que representa um aumento de 174 cervejarias e 14,4% em relação ao ano anterior. As regiões Sul e Sudeste apresentam a maior concentração de cervejarias, 85,6%.

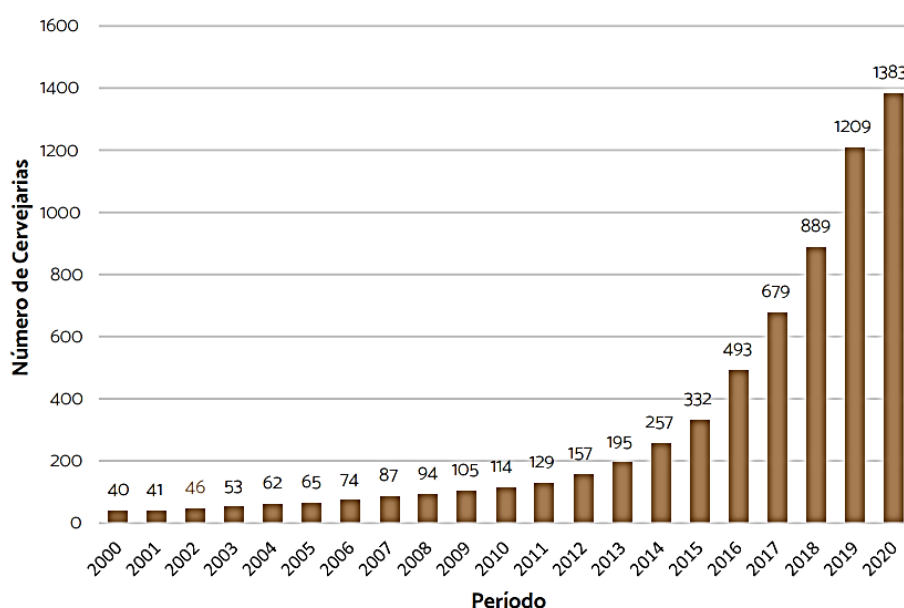


Figura 1: Gráfico do número de registros de estabelecimentos por ano.
Fonte: Anuário da cerveja - MAPA, 2020.

Dentro deste mercado cervejeiro, temos a Ambev – American Beverage Company ou Companhia de Bebidas das Américas – que é uma empresa originalmente brasileira, de capital aberto, com sede em São Paulo e atuação nacional e internacional, sendo considerada a maior cervejaria do mundo⁸. A cervejaria como conhecemos hoje nasceu em 1999 da união entre as Cervejaria Brahma e Companhia Antarctica Paulista. Além de fazer parte da Anheuser-Busch Inbev, conhecida como AB Inbev, que nasceu da união da Ambev com a empresa belga Interbrew e posteriormente com a americana Anheuser-Busch.⁹

⁷ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Dados do Anuário da Cerveja 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/com-crescimento-de-14-4-em-2020-numero-de-cervejarias-registradas-no-brasil-passa-de-1-3-mil/anuariocerveja2.pdf> Acesso em: 05 out. 2021.

⁸ Considerando a corporação após suas fusões com outras companhias, ou seja, estamos falando da Anheuser-Busch InBev (AB InBev), com produção de 467 milhões de hectolitros, o que corresponde a cerca de 26% da cerveja produzida mundialmente em 2021, segundo dados do relatório anual da empresa alemã comercializadora de lúpulo, Barth Haas. Disponível em: <https://catalisi.com.br/infografico-as-maiores-cervejarias-do-mundo-de-2020/> Acesso em: 05 out. 2021.

⁹ A fusão com a empresa belga Interbrew ocorreu em 2004 e com a americana Anheuser-Busch em 2008.



Juntas, todas essas corporações contam com mais de duzentas marcas de bebidas, entre os rótulos de cerveja temos a Budweiser, Stella Artois, Bohemia, Colorado, Corona, Beck's, Leffe, Hoegaarden, Bud Light, Quilmes, Klinskoye, Sibirskaia Korona, Chernigivske, Hasseröder, Skol, Brahma, Antarctica¹⁰, entre muitas outras. Além de fabricar chopes e cervejas, a Ambev produz bebidas mistas, refrigerantes, sucos, isotônicos, energéticos, águas e chás, como Guaraná Antarctica, Pepsi, Soda Antarctica etc.

Segundo dados disponibilizados pela empresa, no Brasil a Ambev possui 32 cervejarias, 2 maltarias, 35 mil “colaboradores”, 100 centros de distribuição direta e 6 de excelência¹¹. Está presente em 19 países, sendo 16 localizados nas Américas (Antígua, Argentina, Barbados, Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, Cuba, Dominica, Guatemala, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Republica Dominicana, Saint Vincent e Uruguai). E seu atual valor de mercado está em torno de R\$ 238,04 Bi.¹²

Em relação à Cervejaria Rio de Janeiro, a filial é um importante braço Ambev, destacada como a maior cervejaria (fábrica) da América do Sul¹³, produz rótulos da Antártica, Brahma, Bohemia e Skol. Foi inaugurada em 1996 (inicialmente como Antártica) e consiste em uma fábrica, um centro de distribuição/vendas, e possui sua própria fábrica de vidros (inaugurada em 2008, para produção de garrafas de cerveja *long neck*). A filial movimenta, segundo informações oficiais obtidas em trabalho de campo¹⁴, aproximadamente 700 milhões de reais/ano.

A filial Cervejaria Rio de Janeiro localiza-se no km 31 da BR-465 (antiga Rio-São Paulo), na divisa do bairro Campo Grande, Rio de Janeiro-RJ com o município de Nova Iguaçu-RJ. O fator locacional de maior relevância para a instalação da cervejaria foi a captação da água para sua produção. A fábrica está sediada na Região Hidrográfica II, de atuação e responsabilidade do Comitê Guandu-RJ. A empresa capta cerca de 12 mil m³ de água por dia do Rio Guandu Mirim, que faz parte da Bacia do Guandu.¹⁵

¹⁰ Skol, Brahma e Antarctica estão entre as 25 mais valiosas do mercado de cerveja do mundo. É o que aponta a última pesquisa da consultoria internacional Brand Finance. Disponível em: <https://www.euqueroinvestir.com/ambev-abev3-saiba-mais-sobre-a-maior-cervejaria-da-america-latina/> Acesso em: 05 out. 2021.

¹¹ Centro de distribuição de excelência é uma nomenclatura logística para caracterizar um centro de distribuição (CD) que leve em consideração diferentes fatores locais e de escoamento da produção de forma mais eficiente possível. No caso da Ambev, o tempo de estocagem e transporte é um importante fator para a qualidade final das cervejas.

¹² Disponível em: <https://br.advfn.com/bolsa-de-valores/bovespa/ambev-s-a-on-ABEV3/cotacao> Acesso em: 05 out. 2021.

¹³ Em dimensões espaciais, segundo informação da própria empresa.

¹⁴ Trabalho de campo realizado em 20 set. 2019.

¹⁵ Comitê Guandu-RJ leva debate sobre a Gestão de Recursos Hídricos à Ambev. Disponível em: <http://www.comiteguandu.org.br/noticias.php?id=565> Acesso em: 05 out. 2021.



O acesso à planta industrial da Cervejaria Rio de Janeiro é feito através do chamado “*Tour Beer Lovers*”, onde através de agendamento prévio alguns grupos¹⁶ podem experimentar uma visita guiada pela fábrica, passando por alguns setores pré-determinados, ouvir sobre a história e a política organizacional da empresa, e realização de algumas atividades de degustação e palestras. O *tour* completo leva cerca de 1 hora.

Durante a visita ficou evidente — pela estrutura fabril, pelos avisos e regras de comportamento dos funcionários, pela forma que se davam as relações de trabalho com alto controle do tempo, dos espaços, das funções, da necessidade de se alcançar metas produtivas — Muitas características-chave das relações flexíveis de produção e organização fabril, além das dimensões simbólicas que foram travadas entre a empresa e o público visitante, principalmente no que se refere a passar uma imagem de preocupação sustentável e de qualidade de seus produtos.

A visita contou com uma atmosfera romantizada da produção e da vida na fábrica, voltada para constante animação do público, onde eram constantemente feitas perguntas de *feedback* e citados jargões de ânimo para o grupo. Ao seguirmos para a produção, a principal impressão que temos sobre grandes fábricas cai por terra¹⁷, já que mesmo sendo a maior cervejaria da América do Sul, e contando com aproximadamente 5.000 funcionários¹⁸, o chão-de-fábrica mostrou-se quase que ausente de funcionários, descrevendo um processo fabril pautado em alta mecanização e abundante uso de tecnologias, quase não há contato humano na produção.

Trata-se de uma produção cervejeira sem cervejeiros (imagem 1), onde ao caminharmos por toda a planta fabril não nos deparamos, em qualquer momento, com funcionários atuando diretamente no fabrico da bebida. A quantidade de empregados no local está lotada destacadamente na área de controle, distribuição, manutenção e propaganda: não há *operários* na forma como somos acostumados.

¹⁶ Previamente especificados no momento do agendamento. (Estudantes, consumidores etc. até 25 pessoas)

¹⁷ A instalação de grandes indústrias conta com expressivos incentivos fiscais, justificados com algumas contrapartidas de retorno social, dentre as quais a geração de emprego costuma se destacar.

¹⁸ De acordo com a responsável pelo *tour*, sem especificar se eram os empregados diretos ou também os terceirizados.



Imagem 1: Interior da fábrica
Fonte: Beatriz Sant'Anna, 2019.

A disciplinaridade do mundo da indústria e a organicidade de um modelo produtivo, entre o fordismo e a acumulação flexível, em voga na periferia econômica mundial se apresenta. A fábrica passa a ser “higienizada”, “turisticada”, “fetichizada” e assim ancorada no próprio universo do consumo. Aos olhos dos visitantes, a exploração do trabalho, a produção alienada e a própria forma de angariar lucros se dissolve (OLIVEIRA, 2013).

Tais objetivos se mostram claros quando, durante a visita, o percurso se mostra de maneira bastante estratégica, não relevando grande parte da planta industrial, não sendo discutidos assuntos como a força de trabalho que opera na empresa, nem aprofundamento sobre questões de sustentabilidade na produção, como a origem e destinação da água.

O fenômeno turístico (turismo em fábrica) extravasa o comércio de paisagens naturais simbólicas, históricas, culturais, naturais, exóticas e atinge o cotidiano em suas múltiplas formas. Assim:

Os visitantes são defrontados não somente com este modelo de fábrica emergente: *clean*, sustentável, com mão-de-obra reduzida e flexível, portando um sistema integrado de visita turística e venda de produtos, mas com um mundo impossível de ser compreendido sem a utilização de todos os sentidos. Se o “mundo da fábrica”, configurado pela hostilidade entre patronato e operariado, recebe em tempos atuais uma reestilização. (OLIVEIRA, 2013)



Os *turistas* que fazem a visitação da Ambev são conduzidos pelo discurso da empresa, que faz com que esse público releve ou ignore questões como o processo de mais-valia, o método de expropriação de riquezas, a redução do número de empregos ofertados pelo crescente aumento da automação da produção, a política voraz da empresa em bater metas e o uso do trabalho que perpassa o horário e os muros da fábrica.¹⁹

Portanto, o turismo em fábrica esconde atrás de seu ambiente informal e constante busca pela aprovação de seus consumidores, as facetas do modo de produção capitalista, que através da exploração do trabalho, as cadeias produtivas e comerciais, a arte da propaganda e do marketing e a capacidade de auferir lucros (OLIVEIRA, 2013).

Assim, a cerveja, produto de enorme adesão entre os mais variados públicos torna-se nessa “turistificação” de fábrica um subterfúgio que penetra a subjetividade dos visitantes, que já são *Beers Lovers* antes mesmo de conhecer a produção de sua bebida, porém saem de lá com a imagem de um processo produtivo e de trabalho um tanto quanto ilusório e maquiado.

METODOLOGIA

A metodologia empregada para realização deste artigo consiste em coleta e análise de dados sobre o mercado cervejeiro nacional com os dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja, em especial de Anuários da cerveja a partir de 2015; notícias e reportagens sobre a Ambev em suas dimensões financeiras, econômicas, produtivas e socioambientais.

Revisão bibliográfica pertinente ao tema de Acumulação Flexível, Reestruturação Territorial-Produtiva e assuntos afins, com ênfase (HARVEY, 1992[1989]), LENCIONI (1997) e MARTIN (1996[1994]). Entretanto os debates ao longo de todo o trabalho se embasam em variadas leituras descritas nas referências bibliográficas.

E uma discussão sobre o trabalho de campo realizado na Filial Cervejaria Rio de Janeiro no ano de 2019, aliando à teoria principal supracitada. Grande parte das informações e

¹⁹ A partir de entrevistas com funcionários e ex-funcionários da empresa, com posições diferenciadas na organização chegou-se a uma constância de relatos que revelam uma grande pressão no trabalho. Relato de um operador fabril: “É uma empresa bastante agressiva em relação a produtividade né, mas não é ruim de se trabalhar mesmo. Mesmo que nem sempre os seres humanos possam estar constantemente motivados e aptos a cumprir metas o tempo todo. Principalmente os cargos mais altos. Eu participei de algumas reuniões de produtividade e planejamento, o pau canta firme! Discussões e bate bocas enormes! Tudo por uma produtividade melhor.” — Entrevista realizada dia 20 set. 2019.



análises contidas neste artigo são fruto da minha pesquisa em curso no Programa de Pós-Graduação em Geografia – UFRRJ.

REFERENCIAL TEÓRICO

A partir de LENCIONI (1997), podemos pensar sobre o termo “reestruturação” e como que o seu uso, amplamente utilizado nas mais diferentes esferas, tem sido usado sem grande ponderação e com grande inconsistência conceitual. Primeiramente, re-estruturar, deriva de estruturar, significando estruturar novamente. Porém o que seria uma estrutura? Segundo o resgate histórico abordado pela autora, em termos linguísticos, estrutura significa a disposição e ordem das partes de um todo, e estruturação seria então o ato dessa construção de partes. A partir do século XIX, seu significado ampliou-se aos estudos das ciências humanas.

Com forte influência do estruturalismo, a estrutura passa a ser o centro do pensamento em que um conjunto de elementos relacionados entre si, constituem um sistema (de forma metodológica). Essa ideia de sistema, onde um conjunto de elementos formam uma totalidade, por vezes nos faz questionar o que precede o que, se é as partes ou se é o todo; e se é o todo, de onde que vem as partes? E vice-versa; questão que pôs em xeque o pensamento estruturalista.

A dialética surge então, como um caminho entre as ideias, onde a totalidade se apresenta em aberto, em movimento, com uma apreensão histórica. Sendo assim, a autora levanta a noção de que a estrutura não deve ter um status privilegiado, devendo se fazer acompanhar das noções de forma, função e conteúdo, que se constituem de forma interdependente, permitindo conceber que a realidade se faz de estabilidades provisórias e equilíbrios momentâneos. E que esses momentos não devem estar separados e sim revelar as contradições que se desenvolvem historicamente entre eles.

Quando há uma fragmentação com o intuito de “separar para melhor explicar”, seja dos espaços ou tempos históricos, deixamos de reforçar a complexidade do mundo e que tudo está conectado de alguma forma, pelos fixos e fluxos. O uso difundido da palavra [re]estruturação, seja ela industrial, urbana, regional, sócio-espacial, metropolitana etc. pouco tem refletido sobre a noção de estrutura, incorrendo em equívocos e impasses analíticos. A dinâmica sócio-espacial não deve ser vista sem contradição e descompassos, pois é a partir disso que vemos que a sincronia entre forma e função é falsa. Em outras palavras, permite superar a ideia simplista de harmonia entre produção social e espacial, como se em



decorrência a uma reestruturação social, haveria [necessariamente] uma reestruturação espacial, e vice-versa.

Outro comum equívoco, é acreditar que quando se fala de reestruturação, está se pensando em uma estrutura que sobrepõe a anterior, justamente por que como levantado anteriormente, a estrutura não é algo estável e fixo “esperando” o momento de ruptura. Como o equilíbrio é sempre algo provisório, quando este é abalado, pode ocorrer uma [des]estruturação-[re]estruturação, que se gesta no seio da mesma estrutura, pois esta tem uma dinâmica que não é só a constituinte, mas que, também, busca romper com os equilíbrios provisórios (LENCIONI, 1997).

Portanto, estruturação, [des]estruturação ou [re]estruturação podem se constituir em um único movimento; e as formas que um dia desempenharam funções estruturantes, podem, em outro momento, desempenharem funções “subalternas” na “nova” estrutura. Essa reflexão de LENCIONI, remonta a diferentes análises sobre o desenvolvimento capitalista e seus diferentes ajustes (estruturais, espaciais e temporais) para se perpetuar nos diferentes momentos históricos.

Tendo em vista que há muito o que se tratar em relação ao desenvolvimento capitalista e suas formas de ajuste, e reconhecendo que os diferentes momentos desta evolução não podem ser analisados em forma de periodizações enrijecidas, MARTIN (1996[1994]) enriquece nosso debate sobre a teoria econômica em geografia, principalmente ao chamar atenção em seu texto sobre os tensionamentos que emergem cada vez mais para a Geografia Econômica, onde passa principalmente após a década de 1970, por significativas *mudanças estruturais* e que não devem ser analisadas de forma generalista.

Se na modernidade, a economia capitalista era vista como um sistema industrial com padrões e trajetórias de localização industrial e desenvolvimento regional que pareciam ser comportados e previsíveis (de maneira geral). O que acabava por justificar interpretações essencialistas e mecanismos comportamentais, além de reforçar as leis genéricas e universais da localização industrial etc. Nos últimos anos, entretanto, essa Geografia Econômica da modernidade acaba sofrendo progressivos questionamentos.

O autor chama a atenção para a chamada crítica da “pós-modernidade”, onde não só se observa mudanças na máquina econômica como também na tradição epistemológica (abordagens teóricas, metodológicas, categorias conceituais etc.) Esse novo paradigma é acompanhado de mudanças e tendências que nos permitem separar o fundamental do efêmero, como: [a] O “novo paradigma tecno-econômico” baseado em informação, comunicação, microeletrônica e padrões de consumo mais individualizados. [b] A aceleração da



terceirização do desenvolvimento econômico, onde o setor de serviços se torna parte significativa da econômica, muitas vezes até apresentando números expressivos em relação ao setor industrial (mesmo que a indústria ainda seja o pilar principal da produção capitalista, principalmente por sua capacidade de movimentar investimentos de peso). [c] O desenvolvimento do “hiperconsumismo” ou “superconsumismo” (SERROY & LIPOVETSKY, 2011[2008])²⁰ propiciado pela cultura de consumo de massa (publicidade, criação de uma sociedade do espetáculo [tomando emprestado o conceito de Guy Debord, 2003[1967]); reforçado também pela ampliação do crédito, com uma centralização de uso do capital fictício. [d] A globalização, que desde o início da década 1970, atuou como a internacionalização da indústria, dos serviços, da abertura de capital das empresas, que propiciou uma maior descentralização dos centros de lucro, das unidades de negócios, de suas franquias, fornecedores, distribuidores etc. (algo que casa também com a tendência da terceirização). [e] E um novo modo de regulamentação econômica, que engendra uma renegociação fundamental dos veículos e fronteiras entre Estados e mercados, entre a esfera pública e privada da economia. Países nos mais variados estágios de desenvolvimento “optaram” por liberalizar e privatizar suas economias na tentativa de aumentar sua flexibilidade na capacidade de competir dentro no novo mercado global que emerge (MARTIN, 1996[1994]).

Essas e outras mudanças formativas se desenvolveram de forma desigual nos diferentes espaços e épocas. Essa tendência à instabilidade tem se mostrado não só como um fenômeno transitório, mas de fato associado à essa reestruturação que tem como característica central a desordem, a volatilidade, a incerteza. E é neste contexto difuso que a Economia e a Geografia Econômica enfrentam grandes desafios, já que a economia industrial, como dito anteriormente, não fornece mais grande resposta à realidade atual.

O capitalismo contemporâneo é, antes de mais nada, uma simbologia, seja ela do dinheiro à crédito, do consumo, do uso dos espaços, das formas de ser, entre outras. Vivemos agora, um mundo em que o dinheiro e as finanças ficam “protegidos”, negociados e especulados em busca de lucro, sem estarem atrelados à produção de bens e serviços necessariamente (de forma direta). Esse “capitalismo administrador de dinheiro” é a força individual mais importante a moldar a natureza e a estrutura do desenvolvimento desigual.

²⁰ Serroy e Lipovetsky também trabalham sobre outros polos estruturantes da fisionomia dos novos tempos, a saber: hipercapitalismo, hipertecnização e hiperindividualismo. Essas lógicas em constante interação, compõem esse universo dominado pela tecnização universalista, a desterritorialização acelerada e uma crescente mercantilização do mundo, onde tem como objeto ímpar entre tantos outros, criar uma sociedade universal de consumidores.



Dentro de uma lógica excludente de acionistas que se libertam da localidade, ao mesmo tempo em que detêm o poder de propriedade, as companhias ganham cada vez mais mobilidade. Ao passo em que os trabalhadores e a sociedade local ficam presos à uma localidade que se mostra muitas vezes como uma prisão, ainda mais por que é nela que se expressa as consequências e danos sociais e ambientais trazidos pelo “desenvolvimento”. Enquanto que a companhia é livre para se mudar, junto com os acionistas, traduzindo uma total desconexão do poder face a obrigações com empregados, com as futuras gerações, com a reprodução das condições gerais de vida etc. (BAUMAN, 1999[1998]).

Portanto, enquanto que no modernismo repousa a crença de que o mundo pode ser compreendido e planejado de acordo com a razão e a lógica, como se por detrás de toda a complexidade da vida econômica e social fosse possível aplicar tendências e fórmulas universais. No pós-modernismo, somos incitados a ver o mundo em sua pluralidade de espaços e temporalidades, onde a complexidade, indeterminação, contextualidade e incerteza são as palavras-chave. Neste cenário, a tarefa de explicar, torna-se mais uma análise de discurso e desconstrução, já que a economia e a Geografia Econômica como todas as ciências, são inevitavelmente ideológicas, seja consciente ou inconscientemente.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisar a Ambev a partir da Reestruturação Territorial-Produtiva contemporânea, nos permite compreender como que no processo de globalização, especialmente em suas facetas econômica e financeira, uma empresa com alcance internacional desempenha uma maior mobilidade não só de sua produção, como de seus centros administrativos e monetários, transbordando a noção de produção de riqueza circunscrita em um território.

Esta empresa, como muitas outras, se insere na lógica com um objetivo bastante claro de lucro e acumulação, enxugamento crescente da força de trabalho humana em suas instalações, terceirização crescente nos mais variados setores da produção; um cenário de complexas hierarquias de gerenciamento (cada vez mais verticais), facilitadas pelo desenvolvimento científico e tecnológico que possibilita a expansão de impérios econômicos e controle da produção e de mercados no exterior, mediado por uma articulação entre Estado e capital, possibilitando o aumento dos monopólios.

Porém, sabemos que no capitalismo, e incluso nisso, as grandes empresas que crescem e circulam cada vez mais nesta era de desregulamentações fiscais, trabalhistas, legislativas,



entre outras; não podem, ou melhor, não conseguem se perpetuar de forma plena sem que abarquem os ajustes do sistema vigente.

Mesmo que estruturalmente, essas empresas continuem as mesmas, ou seja, com um objetivo claro de excelência produtivista, enxugamento de custos (principalmente os de produção), tendências de concentração de renda e pouca contribuição social, já que asseveram cada vez mais a liberdade de mercado e a baixa influência do Estado (no sentido de uma taxa eficiente que possa aumentar a receita fiscal do Estado com o propósito de melhorias no estado de bem estar social), a menos é claro, que seja para ser um aliado (com isenções fiscais, financiamentos a juros baixos, construção de infraestrutura produtiva etc.) em seu crescimento ilimitado, uma “má infinidade” da acumulação perpétua de capital (HARVEY, 2018[2017] p.172).

O que tem contado mesmo, é a imagem, e agora mais do que nunca, por que a revolução da microeletrônica já transbordou os limites da produção e hoje se configura como parte integrante da vida das pessoas, onde todos possuem ao alcance das mãos um microcomputador, com inteligência artificial, acesso à internet e o mais importante, como uma grande vitrine que vende constantemente através de seus anúncios e algoritmos baseados no histórico de pesquisa, os produtos mais propícios a serem consumidos. A partir disso, as empresas necessitam se mostrar competitivas não só a partir de uma capacidade eficiente de produção, mas também como aptas e desejáveis de serem absorvidas pelos mais diferentes públicos, nos diferentes lugares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise aqui realizada, torna-se evidente a linha comportamental da empresa analisada e suas inúmeras características que a enquadra, com todos os limites do termo, no modelo de acumulação flexível e na Reestruturação Territorial-Produtiva contemporânea e em constante evolução, marcada pela dessubstancialização da economia, formação de grandes conglomerados de empresas, descentralização e terceirização da produção e da força de trabalho e também utilização crescente do aparato tecnológico na esfera produtiva e, principalmente, na esfera mercadológica, do marketing e propaganda, da apropriação de regionalidades entre outras características.

Neste momento, as corporações emersas em condições de competição cada vez mais acirrada, apostam em racionalizações, reestruturação e intensificação do controle do trabalho. As inovações tecnológicas, automação da produção, busca por novas linhas de produto e



nichos de mercado, a dispersão geográfica para localidades onde o controle dos trabalhadores e do trabalho é mais facilitado, principalmente pelo enfraquecimento sindical cada vez mais intenso.

A onda de fusões e medidas para acelerar o tempo de giro do capital também tem ganho destaque na estratégia de grandes empresas para se manterem ativas mesmo em momentos de crise. O capitalismo atual está muito mais submetido a crises e, conseqüentemente, está sempre procurando se adequar às incertezas e oscilações, gerando novos domínios através de reorganizações no mundo do trabalho e conseqüentemente mudanças na vida social, onde as pessoas encontram-se constantemente à deriva, tendo sua mão de obra facilmente descartada, substituída e ultrapassada. Pede-se maior qualificação ao passo que a desvalorização do trabalho têm se tornado regra até para os profissionais com títulos, aliado a uma onda de desemprego estrutural que faz com que os empregadores possuam maior vantagem sobre os contratados.

A constante preocupação da cervejaria para se mostrar ao mercado como uma empresa consciente, começa dentro do ambiente de trabalho, onde a Ambev possui uma linguagem dita informal com seus funcionários, ocultando desta forma o controle do tempo de trabalho que perpassa os muros da fábrica, fazendo com que os trabalhadores se sintam responsáveis e culpados a todo momento pelo alcance ou não dos objetivos traçados, fator que é facilmente mascarado pelo ambiente informal, as reuniões e “*happy hours*” promovidos pela empresa. E essa preocupação, alcança também o mercado consumidor, no qual a empresa tenta alcançar das mais variadas formas, lançando campanhas de *marketing* que se apropriam de culturas e costumes locais, divulgando em nome da Ambev diversos programas sociais e ambientais, ao passo que não dialoga com a comunidade ao entorno de sua fábrica e se “*pinta de verde*” a todo momento em discursos sustentáveis, sendo que tais atitudes de redução e reciclagem são vantajosas para o custo de produção de suas bebidas, assim como a adição de ingredientes mais baratos como milho e arroz nas receitas.

A desconcentração se apresenta na dispersão de plantas industriais no território nacional, ao passo que a administração e a concentração de capital se concentra em um grupo minoritário e nas regiões mais ricas do país. A Ambev é sediada em São Paulo e o mercado consumidor que mais gera lucro para a empresa é no eixo sul-sudeste, onde a centralização do capital industrial, bancário e comercial se encontra. Observa-se uma crescente separação entre propriedade e controle, e emerge complexas hierarquias de gerenciamento, facilitadas pelo desenvolvimento científico e tecnológico que possibilita a expansão de impérios econômicos e controle da produção e de mercados no exterior, mediado por uma articulação entre Estado e



capital, possibilitando o aumento dos monopólios e estratificação social – fator disfarçado do imaginário das pessoas através de uma cultura ideológica capitalista.

Em relação ao mercado consumidor de cervejas no país, a mudança no perfil de consumo ainda está limitada à chamada, em linhas gerais, classe média, que busca sabores e tipos de cerveja mais “refinados” e conseqüentemente mais caros, algo que não é realidade da grande parte da população. E ao observar essa busca por outros tipos de cerveja, a Ambev procura expandir seu mercado comprando marcas e/ou desenvolvendo receitas que se adequem a esse modo de consumo emergente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **Globalização: As Consequências Humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Projeto Periferia, 2003 [1967]

HARVEY, D. **A loucura da razão econômica**. São Paulo: Boitempo, 2018.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. Ed 17. São Paulo: Loyola, 1992.

LENCIONI, S. **Restruturação: uma noção fundamental para o estudo das transformações e dinâmicas metropolitanas**. Anais..Buenos Aires: Facultad de Filosofia y Letras/Universidad de Buenos Aires, 1997.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011 [2008].

MARTIN, R. **Teoria Econômica e Geografia Humana**. In: GREGORY, Derek; MARTIN, Ron; SMITH, Graham (Orgs.). *Geografia Humana: Sociedade, Espaço e Ciência Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996 [1994].

OLIVEIRA, L. D. **Sabores, Saberes, Trabalho, Lazer: Relato sobre o “Tour Chocolover” na Fábrica de Chocolates Nestlé (Caçapava / SP)**. *Geografia (Londrina)*, v.22, n.2. p. 103 - 115, maio/ ago. 2013.

SANT’ANNA, B. N. **Acumulação flexível em questão: uma análise a partir da Ambev Cervejaria Rio de Janeiro, Campo Grande, Rio de Janeiro – RJ**. 2020. Revista Espaço Economia, Dossiê Oeste Metropolitano do Rio de Janeiro. Ano IX, número 19.