

## GRANDES SUPERFÍCIES COMERCIAIS E A CENTRALIDADE REGIONAL DA CIDADE MÉDIA DE CASTANHAL, PARÁ: UMA ANÁLISE DOS NOVOS ATACAREJOS<sup>1</sup>

Érica Cristina Santos Souza <sup>2</sup>  
Willame de Oliveira Ribeiro <sup>3</sup>

### RESUMO

Localizada no nordeste paraense, a cidade de Castanhal se destaca pelo seu dinâmico setor de comércio e serviços. A partir de 2018, a dinâmica comercial de Castanhal tornou-se mais complexa após a chegada das grandes redes de atacarejos. O crescimento e a influência dessas redes contribuem significativamente para a evolução econômica da região, fortalecendo ainda mais a cidade como um importante centro comercial no nordeste do Pará. O objetivo geral da pesquisa consiste em compreender a dinâmica socioespacial das redes de atacarejos instaladas na cidade e as suas influências na centralidade da cidade média de Castanhal. O alcance desse objetivo foi perseguido a partir de uma abordagem qualitativa e da realização de levantamentos bibliográficos, documentais e trabalhos de campo. Os resultados obtidos demonstraram que a instalação e o funcionamento das lojas em formato de atacarejo e pertencentes a grandes redes nacionais e internacionais (Mix Atacarejo, Assaí Atacadista e Atacadão) fortalecem ainda mais a centralidade da cidade de Castanhal sobre as áreas norte, sul e leste do nordeste paraense.

**Palavras-chave:** Atacarejos, Grandes superfícies comerciais, Castanhal, Cidade média.

### ABSTRACT

Located in the northeast of Pará, the city of Castanhal stands out for its dynamic commerce and services sector. From 2018 onwards, Castanhal's commercial dynamics became more complex after the arrival of large cash-and-carry chains. The growth and influence of these networks contribute significantly to the economic evolution of the region, further strengthening the city as an important commercial center in the northeast of Pará. The general objective of the research is to understand the socio-spatial dynamics of the wholesale networks installed in the city and its influences on the centrality of the medium-sized city of Castanhal. The achievement of this objective was pursued using a qualitative approach and carrying out bibliographical and documentary surveys and fieldwork. The results obtained demonstrated that the installation and operation of stores in cash-and-carry format and belonging to large national and international chains (Mix Atacarejo, Assaí Atacadista and Atacadão) further strengthen the centrality of the city of Castanhal over the north, south and east areas. from the northeast of Pará.

**Keywords:** Wholesale stores, Large shopping areas, Castanhal, Mid-sized city.

### INTRODUÇÃO

<sup>1</sup> O trabalho é fruto da dissertação de mestrado em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação da Universidade do Estado do Pará, a qual conta com financiamento da FAPESPA (Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisas).

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGG/UEPA) da Universidade do Estado do Pará, [ericacristina.particular@gmail.com](mailto:ericacristina.particular@gmail.com);

<sup>3</sup> Doutorado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista - UNESP/Campus de Presidente Prudente e Professor no PPGG UEPA, [willame@uepa.br](mailto:willame@uepa.br)

O comércio, entre outras atividades, atua como um embrião para o desenvolvimento do espaço urbano, justamente pelo fato de que é através da atividade comercial e de suas espacializações que ocorre uma intensa articulação entre as relações sociais e as trocas de mercadorias. Silva (2014) evidencia as implicações que as grandes superfícies comerciais trazem para o desenvolvimento do espaço urbano, manifestando-se por meio da valorização de determinados lugares, fomentadas pela incorporação de novas áreas, aumentando o fluxo de pessoas nas proximidades da loja, promovendo a construção de infraestruturas associadas à questão da iluminação pública, do saneamento básico, do asfaltamento de vias e da abertura de novas ruas.

A realidade assemelhada se manifesta na cidade de Castanhal, que passou a contar com novos agentes comerciais a partir de 2018, os grandes atacarejos de redes nacionais e internacionais, que têm desde então provocado alterações significativas no setor de comércio e de serviços tanto da cidade quanto da região sobre sua influência. Fundado neste contexto, o objetivo da pesquisa consiste em compreender a dinâmica socioespacial das redes de atacarejos instaladas na cidade e as suas influências na centralidade da cidade média de Castanhal. De maneira mais específica, a pesquisa também procura verificar o papel regional de Castanhal no nordeste paraense e analisar os principais elementos definidores da lógica de funcionamento das redes de atacarejos instaladas a partir de 2018.

A justificativa deste trabalho está associada aos planos teórico e empírico, diante da relevância desta temática para a ciência geográfica, bem como da importância de se compreender a atuação dos grandes agentes comerciais e as suas implicações para a produção do espaço urbano de Castanhal.

## **METODOLOGIA**

Esta pesquisa possui uma natureza qualitativa, principalmente devido à centralidade das observações realizadas com os diferentes agentes, buscando compreender sua visão da realidade e permitindo a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados aos processos que ocorrem na realidade.

Para Minayo (2016), a pesquisa qualitativa aborda questões muito particulares, dedicando-se a um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ela trabalha com um universo de significados que corresponde a um espaço mais profundo das relações, processos e fenômenos. Segundo Minayo (2016, p. 24), “o pesquisador que trabalha com estratégias qualitativas atua com a matéria-prima das vivências, das experiências, da cotidianidade e

também analisa as estruturas e as instituições, mas entendem-nas como ação humana objetivada”.

Ademais, a pesquisa se apresenta como estudo de campo, tendo em conta que é possível criar um conhecimento partindo de um estudo de campo, como aprofundamento de uma realidade específica. O estudo é realizado por meio da observação direta das atividades do grupo analisado. Para compreender algumas características do estudo de campo, Gil (2008, p. 57) destaca que nele: “[...] estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ou seja, ressaltando a interação de seus componentes. Assim, o estudo de campo tende a utilizar muito mais técnicas de observação do que de interrogação”.

Ademais foi feito um aprofundamento dos principais conceitos e discussões para refinar o referencial teórico. A fundamentação teórica está centrada nos conceitos de produção do espaço urbano, agentes comerciais, cidades médias e sobre Castanhal.

Por conseguinte, foi estabelecido um levantamento documental. Dentre as informações coletadas, destacam-se;

- Histórico das empresas Assaí Atacadista (2022); Atacadão (2022); Grupo Mateus (2022);
- Dados dos CNPJs dos atacarejos na Receita Federal;
- Dados do censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE;
- Dados do IBGE

A pesquisa também contou com trabalhos de campo exploratório nos atacarejos e seus entornos. A pesquisa exploratória visa proporcionar ao pesquisador a possibilidade de colher mais informações sobre determinado tema. Essa modalidade da pesquisa oportuniza ao pesquisador desenvolver uma visão geral com mais proximidade sobre determinado fato. Sendo assim, possibilita uma primeira interação entre o espaço e os agentes analisados, procurando pontuar possíveis entrevistas que irão auxiliar na formulação de hipóteses e um novo tipo de enfoque para o tema consoante a realidade analisada em campo (Gil, 2008).

Os materiais colhidos em cada momento serviram para compreender melhor o fenômeno estudado. Sendo assim, destaca-se detalhadamente o processo de análise das informações coletadas. As etapas de tratamento são as seguintes;

- a) Sistematização das informações:** a partir das informações colhidas em cada etapa, serão elaborados quadros e/ou tabelas com as informações sobre:
  - A centralidade regional de Castanhal;
  - As principais informações sobre a lógica de funcionamento dos atacarejos.

b) **Produção cartográfica:** após a coleta de dados, foi possível elaborar algumas representações cartográficas, as quais variam desde a localização da cidade de Castanhal, a sua região de influência, mapas de localização dos novos atacarejos na escala intraurbana.

## REFERENCIAL TEÓRICO

O espaço urbano é palco de diversos acontecimentos, formado por um mosaico de diferentes áreas, com formas e conteúdos distintos. A sua produção advém da atuação de variados agentes. De acordo com Corrêa (2020), o espaço urbano é produzido a partir da ação de agentes sociais, abastecidos de interesses e estratégias que materializam os processos sociais na feição de um espaço construído. Esses agentes são portadores de contradições e geradores de conflitos entre eles mesmos e com outros segmentos da sociedade. Os agentes materializam os processos sociais na forma de um ambiente construído, seja na rede urbana, seja no espaço intraurbano.

Carlos (2007) ressalta que para se compreender a produção do espaço urbano é preciso captar um movimento de articulação entre alguns níveis de ação que se tornam produtores do espaço urbano: o econômico, a cidade é produzida a partir da manifestação do capital (o industrial, o comercial e o financeiro); o político, cidade é produto da dominação do Estado; o social, cidade torna-se criação da prática socioespacial, fazendo-nos pensar a cidade para além das formas.

Partindo deste panorama, nota-se o desenvolvimento das cidades a partir da atuação do plano econômico. Isso se intensifica ainda mais quando a produção em larga escala, bem como a distribuição formatada pelo desenvolvimento dos meios de transportes mais eficazes, contribui para a intensificação do ritmo de circulação do capital no espaço geográfico, aumentando a produção de mercadorias e ampliando o consumo (Silva, 2014).

As atividades econômicas sempre tiveram um lugar de destaque ao longo do desenvolvimento das sociedades. O comércio é entendido muitas vezes como uma função da vida urbana, no entanto, tem a sua origem ligada à própria história de desenvolvimento da humanidade (Cleps, 2004), visto que nenhuma civilização floresceu sem o processo de troca, o comércio, entre outras atividades, atua como um embrião para o desenvolvimento do espaço urbano, justamente pelo fato de que é através do comércio e de suas especializações que ocorre uma intensa articulação entre as relações sociais e as trocas de mercadorias, onde as pessoas satisfazem as suas necessidades, transmitem informações e criam laços de sociabilidade (Cachinho e Salgueiro, 2009).

Neste sentido, observa-se uma estreita relação dialética entre o comércio e a sociedade, pois um é realizado sobre o outro e através do outro, ou seja, o comércio não apenas contribui para a condição da vida social, mas também é uma expressão resultante dela (Silva, 2014). Esta associação é apresentada por Silva (2014, p. 155),

Por esta via de raciocínio, o comércio surge como parte integrante das condições de vida da sociedade e também como produto desta, numa relação dialética e histórica. Assim, o comércio se problematiza dentro do processo de reprodução do espaço geográfico, tornando-se condição e produto para a reprodução das relações de produção que se estabelecem entre os homens na sua prática cotidiana.

O comércio produz a cidade quando algumas de suas características (lógica funcional, localização e estrutura) implicam diretamente no processo de reprodução do espaço urbano, justamente pelo fato de que o comércio apresenta e produz centralidades. Isto se manifesta através da valorização de determinados lugares, fomentado pela incorporação de novas áreas, aumentando o fluxo de pessoas nas proximidades da loja, promovendo a construção de infraestruturas relacionadas à iluminação pública, saneamento básico, asfaltamento de vias e abertura de novas ruas (Silva, 2014).

A partir desta relação, nota-se como o comércio faz a cidade, principalmente, quando ele atrai clientes e mercadorias, estimulando determinadas áreas e enfraquecendo outras, no entanto, a sua evolução, seja ela do ponto de vista econômico ou espacial, é influenciada pelas transformações da sociedade (Cachinho e Salgueiro, 2009).

Cleps (2004) realça que na sociedade contemporânea há uma grande diversidade de oferta de mercadorias, a sua produção está relacionada ao consumo das pessoas, seja no lazer, no consumo pessoal, no trabalho ou na oferta de serviços. Neste sentido, podemos observar que, com o desenvolvimento da globalização da economia, a internacionalização da produção e a universalização da informação, se assiste a uma transformação do modo de vida da sociedade e, conseqüentemente, do espaço geográfico, com o surgimento de novas formas de apropriação deste que proporcionam a expansão da malha urbana.

Desta forma, adentramos, especificamente, no que tange a evolução da atividade comercial ao longo dos anos. É importante sinalizar que este processo se deu por uma série de fatores e, dentre eles, pontuamos, principalmente, o desenvolvimento de diferentes formas comerciais. O plano de fundo desse desenvolvimento foram as transformações ocorridas na sociedade relacionadas à produção, distribuição e circulação de mercadorias (Silva, 2014). Com o desenvolvimento da atividade industrial a partir do século XVIII, houve um aumento da produtividade, conseqüentemente, do fluxo de mercadorias colocadas para a comercialização do espaço mundial. Essa produção em larga escala proporcionou o desenvolvimento dos meios

de comunicação e de transportes, além do aumento demográfico no espaço urbano como consequência do êxodo rural. Esses fatores fomentaram o surgimento de novos lugares destinados à compra e venda (Cleps, 2004).

Cleps (2004) salienta que o grande aumento populacional nas áreas urbanas ocasionou o desenvolvimento do comércio varejista, com o intuito de abastecer o maior número de pessoas na cidade, até este momento a atividade comercial em questão apresenta-se mais como uma atividade com uma função social. No entanto, até as últimas décadas do século XVIII, o comércio varejista transformou a sua função, apresentando uma função mais econômica devido às novas técnicas de comercialização e as suas espacializações, agora o comércio se torna um lugar de atração. Além das modificações das técnicas, houve uma transformação nos circuitos comerciais que passaram a atuar no ramo atacadista, pois à medida que a indústria se desenvolvia era necessário buscar novos espaços e mercados para intensificar os processos de trocas.

A partir deste contexto, houve a ampliação das modernas formas de comercializar com o surgimento das galerias, magazines, lojas de departamentos, supermercados, hipermercados e shopping centers. Sendo assim, Silva (2014, p. 157) define como modernas formas de comércio “[...] aquelas criadas a partir da necessidade de se distribuir em massa, devido à ampliação da produção de mercadorias e a necessidade de comercializar também em grande quantidade”. Desta forma, o comércio ganhou cada vez mais importância na vida social. Com a produção em massa de mercadoria, passou a se criar novas formas de comercialização, promovendo uma esfera para o desenvolvimento do autosserviço.

Os estabelecimentos que atuam no ramo do autosserviço têm como característica principal o livre serviço, ou seja, os clientes têm o livre acesso às mercadorias, consequentemente, o livre trânsito entre as partes da loja, possibilitando que os consumidores possam usufruir da diversidade de produtos. Silva (2005) destaca que o sucesso do autosserviço está intimamente associado à própria reprodução do sistema capitalista, estando baseado no consumo exacerbado.

Essas características influenciam diretamente no formato de compra dos consumidores, ocasionando o desenvolvimento de novas formas de comercializar e nesta linha de raciocínio, dentro do contexto brasileiro, destaca-se o desenvolvimento das modernas formas está associado ao desenvolvimento do Grupo Pão de Açúcar - GPA. Em 1959, foi inaugurado o primeiro supermercado de rede do grupo (Oliveira, 2014). O GPA apresentou ao povo brasileiro um novo jeito de comprar com a inauguração do primeiro hipermercado. O Jumbo, assim

denominado, foi inaugurado em 1971, em Santo André, na cidade de São Paulo (Matioli; Peres, 2020).

Sobre o panorama das novas formas comerciais destacam-se as grandes superfícies comerciais denominada de atacarejos, as quais resultam da junção de dois modelos de vendas: a) atacado, caracterizado pelas vendas mais baratas e em grandes quantidades; b) varejo, que consiste nas vendas em pequenas quantidades. No Brasil, a denominação é comumente utilizada como sinônimo do modelo de vendas “*Cash and Carry (pague e leve)*” e “*self-service*” (autosserviço), possibilitando mais autonomia ao cliente nas compras e no transporte da mercadoria até a sua casa, exaurindo assim a intermediação de vendedores e, conseqüentemente, reduzindo o preço das mercadorias.

De acordo com Severine (2018), por volta de 1964, na Alemanha, o professor Otto Beisheim abriu o primeiro estabelecimento com as características do “Cash and Carry”, e a partir disso houve várias reformulações deste modelo de vendas até chegarmos no que hoje conhecemos por atacarejos. No Brasil, essa modalidade chegou por volta de 1972, trazida pela rede holandesa, Makro Atacadista.

O ramo supermercadista brasileiro estava representado pelo grupo pão de açúcar, apresentando mais de 160 lojas até o ano de 1975 (Matioli; Peres, 2020). Entre os anos de 1975 a 2000, ocorre a intensa inserção de braços estrangeiros na dinâmica supermercadista brasileira. Onde empresas estrangeiras criaram seus próprios ramos e adquiriram redes de supermercados e hipermercados brasileiros (Sposito; Sousa, 2022).

No início dos anos 2000, houve uma migração de consumidores dos super e hipermercados para os atacarejos. Este aumento da procura se deu quando as grandes redes, como o Grupo Pão de Açúcar (GPA), Carrefour e Walmart, buscaram ter suas próprias operações (Severine, 2018).

A partir desse cenário, podemos observar algumas características das superfícies comerciais, pensando nas formas que elas atuam no espaço urbano. Visto que estas superfícies comerciais agem diretamente sobre a organização ou reorganização do tecido urbano. Cada um desses agentes atua de forma diferente na produção do espaço urbano.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A cidade de Castanhal está localizada a 65 quilômetros da capital do estado do Pará (PMC, 2018). No censo demográfico brasileiro de 2022, o IBGE contabilizou 192.262 pessoas residentes no município de Castanhal e uma densidade demográfica de 186,79 habitantes por km<sup>2</sup> (IBGE, 2022).

A cidade teve o seu surgimento associado ao período de criação de novos núcleos urbanos na região amazônica no contexto do extrativismo da borracha. Dentro deste processo, a capital do estado do Pará comandava o funcionamento dessa economia ao nível regional. Belém recebia diversos trabalhadores e atraía capitais para as atividades ligadas à extração da borracha. Isto acabou provocando o declínio das atividades agrícolas, afetando diretamente o processo de abastecimento da capital, Belém. Para resolver tal problemática foram feitas várias tentativas de colonização agrícola com imigrantes estrangeiros, mas todas resultaram em fracasso (Corrêa, 1987).

Para resolver o problema de abastecimento de Belém, o governo da província do Pará realizou a colonização das terras aonde futuramente iria se localizar a estrada que ligaria as cidades de Belém e Bragança com imigrantes nordestinos. A partir desta ação se viu a criação de numerosas colônias, das quais as sedes se transformaram em núcleos urbanos (Corrêa, 1987). Égler (1961) pontua que em 1898 já se registrava a fundação de novas colônias nesta região. Neste sentido, observava-se a existência de dois centros regionais (Castanhal e Igarapé-Açu) em torno dos quais se distribuía um conjunto de colônias fundadas no mesmo período. Em 1899, por meio da Lei n.º 646, Castanhal passou a categoria de vila. Sua instalação solene se deu somente em 1901. Em 1932, Castanhal alcançou o título de município, pelo Decreto Estadual n.º 600, desmembrando-se de Belém (IBGE, 2023).

Em 2011, Castanhal foi incluída na Região Metropolitana de Belém, conforme a Lei complementar n. 076, de dezembro de 2011 (Pará, 28 de dezembro de 2011, caderno 2, p. 8). Entretanto, apesar da notável intensidade das interações espaciais entre as cidades, principalmente, após a duplicação da BR-316, as conexões entre as regiões continuam muito abaixo da intensidade de relações que caracterizam as articulações de moldes metropolitanos, neste sentido, aqui se considera o que Ribeiro (2020) propõe sobre a particularidade de Castanhal, entendendo, “[...] Castanhal como compondo o entorno metropolitano de Belém e não o próprio espaço metropolitano” (Ribeiro, 2020, p. 276).

Neste sentido, Ribeiro (2020) enfatiza que a dispersão metropolitana atua como importante elemento no fortalecimento da centralidade de Castanhal, constituindo grande relevância na modernização das suas atividades no setor de comércio e serviços, visto que, a relação com a metrópole contribui para a dinamização do comércio e dos serviços da cidade, fortalecendo ainda mais a centralidade de Castanhal sobre as áreas norte, sul e leste do nordeste paraense.

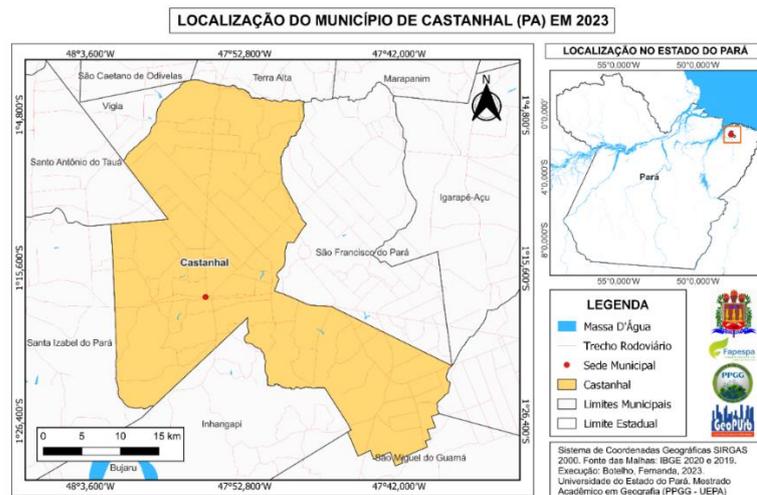
Sob esta perspectiva, Ribeiro (2020) enfatiza que Castanhal apresenta uma situação espacial singular. Isso ocorre porque a maioria de suas características (área de influência, a



concentração de comércios e serviços, a densidade das infraestruturas e seu tamanho demográfico) a classifica como uma cidade média. No entanto, a sua proximidade com a metrópole propõe a inserção no espaço metropolitano, conforme foi destacado pela introdução do município na RMB em 2011.

Neste estudo, reconhecem-se em Castanhal as características de cidade média como profundamente dominantes. No entanto, a sua proximidade com a metrópole não apenas a diferença na rede urbana, mas também lhe confere uma situação espacial mais complexa, neste contexto, Castanhal se manifesta como uma cidade média que se encontra relativamente próxima à metrópole (Ribeiro, 2020).

Sobre esse panorama, observa-se a classificação de Castanhal como capital regional de nível C, sendo que as cidades incluídas nesse extrato apresentam uma dinâmica urbana organizada, apresentado uma alta concentração de atividades de gestão, administrativas, econômicas e culturais, além de apresentarem uma infraestrutura mais desenvolvidas em comparação com as cidades menores (IBGE, 2020). O Mapa 01 apresenta a localização da cidade no estado do Pará.

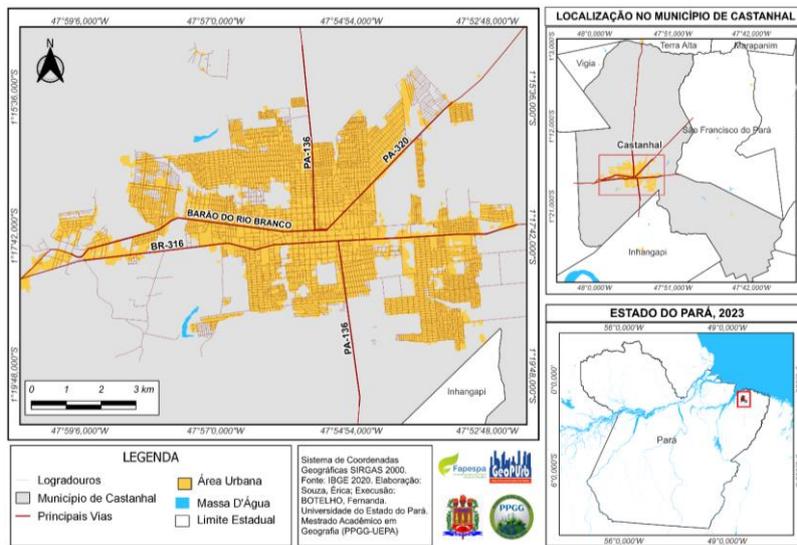


**Mapa 01-** Localização do município de Castanhal no Estado do Pará, 2023.

**Fonte:** elaboração própria.

Castanhal apresenta uma privilegiada situação espacial, pois a estrutura da cidade é cortada por várias rodovias, o Mapa 02 representa as principais, as quais garantem a intensa circulação de pessoas e mercadorias com os mais variados objetivos e destinos. A principal via representada no Mapa 02 é a BR-316, no sentido oeste ela proporciona o acesso ao espaço metropolitano de Belém, além disso, dá acesso às cidades de Santa Isabel do Pará, Vigia e Abaetetuba. No sentido leste, a rodovia liga Castanhal às cidades de Capanema, Bragança e com o restante das cidades do nordeste paraense. A partir da BR-316 é possível acessar a BR-

010 e, assim, também as cidades de São Miguel do Guamá, Mãe do Rio, além de ligar a cidade com o restante do país (Ribeiro, 2020).



**Mapa 02.** Castanhal/PA. Principais vias que perpassam sua malha urbana. 2023  
**Fonte:** Elaboração própria.

É importante salientar a relevância da PA-136, que no sentido norte, liga Castanhal ao litoral paraense. Nesse trecho da PA estão situadas as cidades de Terra Alta, Marapanim e São João da Ponta, que formam uma parte da área de influência de Castanhal. Ainda com a PA-136, mas na sua porção sul, é possível perceber a articulação de Castanhal com Inhangapi. As cidades de São Francisco do Pará, Igarapé-Açu e Maracanã se apresentam como áreas de influência de Castanhal, visto que a cidade de Castanhal utiliza a PA-320 para garantir a sua articulação sobre estas (Ribeiro, 2020).

A partir dessas vias pode-se compreender a articulação que a cidade de Castanhal tem com outras cidades do nordeste paraense e como se dá a influência sobre estas. Conforme a regionalização promovida pelo IBGE em 2017, o Brasil foi organizado em regiões geográficas imediatas e em regiões geográficas intermediárias. Castanhal, neste contexto, se apresenta como o centro de uma das sete regiões intermediárias do Pará. A região geográfica imediata de Castanhal é constituída pelas cidades de Castanhal, Marapanim, Magalhães Barata, Maracanã, São João da Ponta, Terra Alta, São Francisco do Pará, Igarapé-Açu, Inhangapi, Santa Maria do Pará, São Miguel do Guamá, São Domingos do Capim, Irituia, Curuçá (IBGE, 2017).

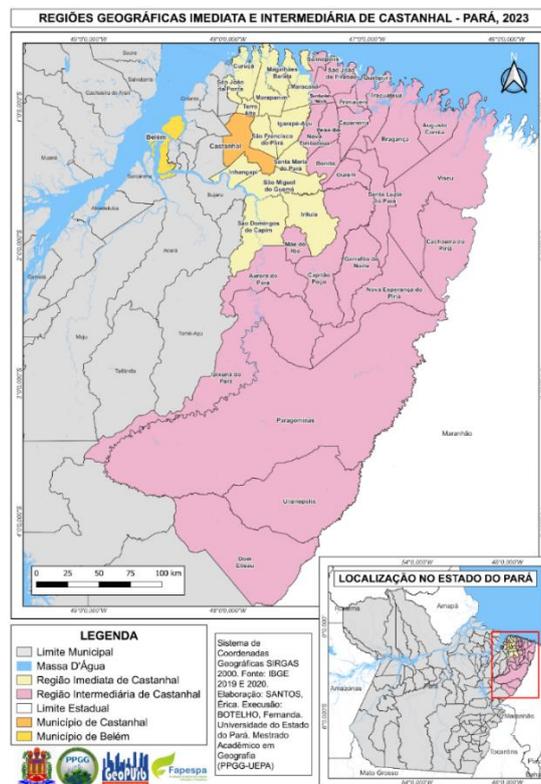
A partir deste contexto, torna-se possível compreender melhor a atuação de Castanhal como cidade média e o seu papel regional, principalmente, tendo em conta a análise feita por Ribeiro (2020), sobre as cidades do nordeste paraense. O autor destaca a existência de elementos que ajudam a identificar melhor o que Corrêa (2007) e Sposito (2007; 2010), apresentam como cidade média: o contingente populacional, a favorável situação espacial, o

papel de intermediação entre as pequenas cidades e as grandes cidades, a centralidade regional, a densidade do espaço urbano e as complexas interações espaciais (Ribeiro, 2020).

Desta maneira, compreende-se a importância da privilegiada situação espacial de Castanhal, a qual implica diretamente na constituição da sua área de influência, visto que os municípios que a compõem não estão situados entre Castanhal e Belém (Ribeiro, 2020).

Castanhal atua como um ponto de intermediação entre as pequenas cidades do nordeste paraense e a cidade de Belém. Castanhal apresenta uma região de articulação imediata de 14 cidades, sendo elas Castanhal, Marapanim, Magalhães Barata, Maracanã, São João da Ponta, Terra Alta, São Francisco do Pará, Igarapé-Açu, Inhangapi, Santa Maria do Pará, São Miguel do Guamá, São Domingos do Capim, Irituia e Curuçá (IBGE, 2017), conforme é possível observar no Mapa 03.

As pessoas que se deslocam para Castanhal buscam ofertas variadas de comércio e serviços, mas também se movimentam por outros fatores, como o trabalho e o estudo. Ribeiro (2020) pontua que Castanhal apresenta a maior diversidade no setor de comércio e de serviços em comparação com as cidades que compõem o nordeste paraense, visto que Castanhal conta com a atuação de grandes redes nacionais, regionais e locais.



**Mapa 03.** Regiões Geográficas Intermediária e Imediata de Castanhal, no estado do Pará. 2017

**Fonte:** elaboração própria a partir de IBGE (2017).

De acordo com Ribeiro (2016), a atividade comercial sempre teve grande participação na produção de centros urbanos, e Castanhal não se afasta muito desta realidade, pois o

da cidade está intimamente ligado ao comércio, contribuindo para o abastecimento das cidades próximas, através das vendas de itens alimentícios, insumos agrícolas, material de construção, vestuário, etc. Isto reflete diretamente no valor do Produto Interno Bruto - PIB do município, conforme se pode observar na Tabela 01.

**Tabela 01.** Produto Interno Bruto de Castanhal. 2000 e 2019.

Ano	Valor adicionado bruto da administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social (x 1000) R\$	Valor adicionado bruto dos SERVIÇOS (x 1000) R\$	Valor adicionado bruto da INDÚSTRIA (x 1000) R\$	Valor adicionado bruto da AGROPECUÁRIA (x 1000) R\$	PIB a preços correntes (x 1000) R\$
2000	-	230.323,00	62.059,00	9.472,00	333.011,00
2019	785.868,78	1.906.677,34	605.342,42	128.363,13	4.040.634,54

**Fonte:** IBGE (2022).

A tabela 01 exibe a evolução dos indicadores econômicos do município de Castanhal ao longo de quase duas décadas. Nesse contexto, é notável o desempenho do setor de comércio e serviços, que já detinha uma posição relevante em 2000 e se tornou ainda mais importante em 2019, representando quase a metade do PIB do município.

Desta maneira, destaca-se a dinâmica comercial de Castanhal, a qual conta com a atuação de diversos agentes comerciais, dentre eles aponta-se os atacarejos, foco desta análise. A parti de 2018, a dinâmica supermercadista de Castanhal passou a conta com a atuação de três novos agentes econômicos, sendo dois empreendimentos de rede internacional, representados pela ação do Atacadão e o Assaí atacadista e um empreendimento inteiramente nacional, representado pela rede de atacarejos do Grupo Mateus, denominada de Mix Mateus.

Os atacarejos são grandes superfícies comerciais que adotam estratégias para poder atingir sempre o maior quantitativo de vendas possível. Cada rede de atacarejo tem estratégias próprias, as quais variam desde a escolha do terreno até as propagandas de vendas. A instalação de um empreendimento deste ramo pensa principalmente no potencial de consumo que uma área pode gerar, seja na escala da cidade, destacando o seu contingente populacional, no entanto, o que mais se ressalta na escolha dessas localidades são os papéis regionais que elas desempenham.

Pensando nisso, Miyazaki (2022) destaca o papel das cidades médias nessa dinâmica supermercadista. E sobre elas, o autor as caracteriza como espaços estratégicos na dinâmica das redes urbanas, para a instalação de grandes superfícies comerciais. Os empreendimentos desse ramo visam o consumo, e para isso, escolhem as cidades que apresentam grandes



dimensões demográficas. No entanto, esse índice não representa o único critério adotado na hora de assegurar a instalação dos atacarejos. O contingente populacional apresenta-se como um parâmetro inicial para dimensionar o tamanho do mercado consumidor. O que mais interessa para as grandes redes supermercadistas é o alcance regional no qual a cidade escolhida está inserida.

E sobre esse panorama, evidencia-se o papel da cidade de Castanhal, lócus da pesquisa. Castanhal é uma cidade que apresenta a área de maior expressão regional no nordeste paraense (Ribeiro, 2020). A sua área de influência é composta por 14 cidades, conforme foi apresentado no mapa 03, a região geográfica imediata da cidade de Castanhal.

Em sua discussão sobre as características de Castanhal e sob sua dinâmica de cidade média, Ribeiro (2020) destaca a expressividade da área de influência de Castanhal, destacando o seu contingente populacional, à extensão territorial, à densidade demográfica e ao Produto Interno Bruto.

A partir disto, é possível observar alguns dados que reforçam essas informações. Sendo assim, apresenta-se a tabela 02.

**Tabela 02-** Dados da área de influência de Castanhal. 2023.

Município	Contingente populacional	Extensão territorial (km <sup>2</sup> )	Densidade demográfica (hab./km <sup>2</sup> )	PIB Per Capita
Castanhal	192.262	1.029,300	186,79	21.122,55
Marapanim	26.471	804,625	32,90	8.701,20
Magalhães barata	8.115	323,984	25,05	10.870,62
Maracanã	25.812	807,628	31,96	8.655,11
São João da Ponta	4.430	195,918	22,61	8.424,23
Terra Alta	10.400	204,970	50,74	6.509,40
São Francisco do Pará	14.894	479,441	31,07	15.154,57
Igarapé-Açú	35.797	785,983	45,54	35.797
Inhangapi	10.325	472,605	21,85	10.325
Santa Maria do Pará	24.624	457,724	53,80	12.318,34
São Miguel do Guamá	52.895	1.094,564	48,33	12.113,08
São domingos do Capim	30.599	1.686,765	18,14	11.574,83
Irituia	30.955	1.385,209	22,35	7.643,05
Curuçá	40.342	676,322	59,65	8.140,03
	Total= 428.891	Total= 11.035,923.	Total=599,64.	Total=154.229,81.

**Fonte:** IBGE, 2023.

As informações apresentadas na tabela 02 ajudam a entender o papel regional de Castanhal. E sobre esses indicadores, Ribeiro (2020, p. 284) discute que:

Em termos populacionais, econômicos e de infraestrutura, Castanhal é não só a principal cidade de sua região urbana, mas também de todo o Nordeste Paraense, produzindo, por isso, a mais ampla, populosa e economicamente importante área de influência. Essa condição se reflete diretamente nas interações espaciais, dando à cidade um papel de destaque na rede urbana regional.

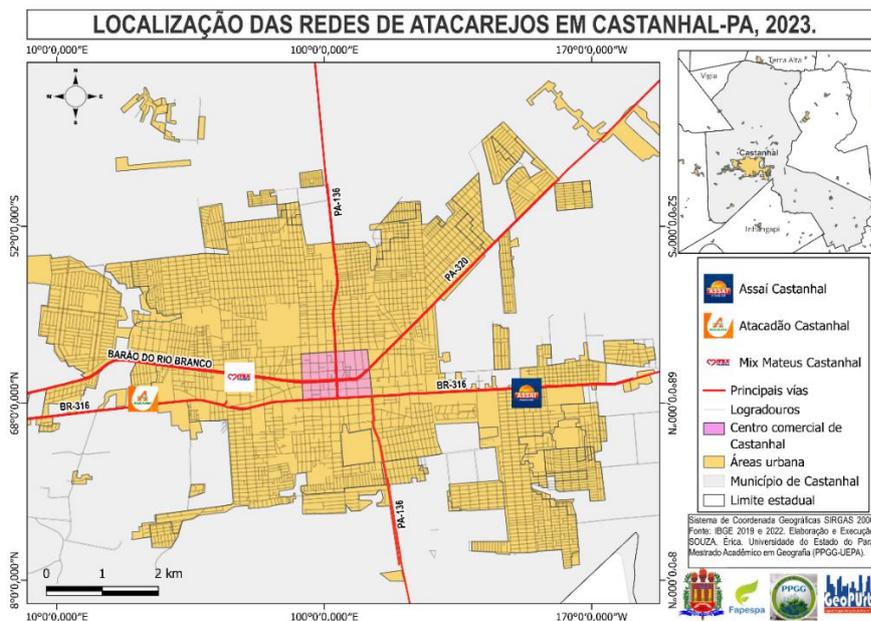
Esses indicadores analisados em conjunto demonstram a expressão da região geográfica imediata de Castanhal, e dentre eles, destaca-se especialmente o conteúdo populacional, o qual



denota o grande mercado consumidor que essa região apresenta para os empreendimentos de Castanhal, especialmente para os atacarejos.

Tratando especialmente dos atacarejos, Castanhal apresenta três empreendimentos desse ramo. Como já foi possível visualizar que os empreendimentos desse tipo, miram sempre a atuação regional de uma cidade, eles se assentam nas vias de maior circulação da cidade e em Castanhal isso não se manifesta de maneira diferente.

Na escala intraurbana, a lógica locacional dos três atacarejos estudados demonstra a busca pelas principais vias de circulação e expansão comercial de Castanhal, o que se associa ao postulado de Sposito (p. 1991, p.48) de que no processo de estruturação recente das cidades no Brasil, percebe-se “a localização de atividades terciárias tipicamente centrais ao longo de vias de maior circulação de veículos, traduzindo-se na configuração de eixos comerciais e de serviços importantes”.



**MAPA 03.** Localização das redes de atacarejos em Castanhal, no estado do Pará. 2023

**Fonte:** Elaboração própria

Sobre esta dinâmica, a partir dos estudos sobre os atacados de autosserviços, Miyazaki (2022, p. 249) apresenta que

As unidades com o formato de atacado de autosserviço, devido à possibilidade de vendas no atacado, acabam também atendendo a um mercado constituído, por exemplo, por pequenos comerciantes, muitos deles dos pequenos municípios da região. Por isso, muitos empreendimentos dessa natureza procuram escolher locais estratégicos no que se refere à facilidade de acesso às principais avenidas e, principalmente, rodovias.

Em Castanhal, a localização dos atacarejos se dá ao longo das principais vias de acesso ao centro comercial da cidade [Barão do Rio Branco (Mix Atacarejo) e BR-316 (Assaí e Atacadão)]. A localização destes empreendimentos funciona como uma eficiente estratégia para



se utilizar da condição de cidade média de Castanhal e, por conseguinte, de sua expressiva área de influência. Desse modo, consegue-se somar na composição do mercado consumidor tanto os moradores da própria cidade quanto aqueles originários dos municípios da área de influência.

Isso ganha ainda mais nitidez quando se considera alguns pontos levado nos estudos de Vargas (2018), no que tange a lógica socioespacial de empreendimentos varejistas. Dentre eles, destaca-se a acessibilidade das vias e dos transportes que dão acesso à área; o potencial de crescimento de renda e demográfico da cidade; a interceptação de negócios, pensando na capacidade de captar consumidores que se locomovem de um lugar para outro.

Em Castanhal, os atacarejos estão situados em áreas periféricas com espaços amplos para receber a infraestrutura das lojas. Pois, fora do centro comercial da cidade, eles conseguem assentar bem melhor toda a infraestrutura necessária para atender os seus clientes. Conforme foi possível ver melhor no Quadro 01, as características desse tipo de superfície comercial é a grande demanda por espaços mais amplos para garantir todo o processo de funcionamento, o qual varia desde espaços mais fartos internamente na loja, até uma área específica para o abastecimento das suas mercadorias.

Situados em espaços mais periféricos, onde conseguem atender uma demanda variada de público, conseguem somar na composição do mercado consumidor tanto os moradores da própria cidade quanto aqueles originários dos municípios da área de influência. Isso ganha ainda mais força quando se considera que parte importante do mercado consumidor dos atacarejos é formada por “transformadores” (comerciantes, restaurantes, bares, padarias, etc.), boa parte deles de outros municípios e que buscam em Castanhal o abastecimento de suas atividades.

Com o intuito de compreender melhor a dinâmica de funcionamento das grandes superfícies comerciais atuantes em Castanhal, foi organizado um quadro com as principais informações dessas lojas instaladas na cidade. As informações apresentadas no quadro foram retiradas do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Ao consultar os CNPJs dos novos atacarejos, foi possível obter diversas informações sobre essas empresas, como razão social, nome fantasia, data de abertura, endereço e contato. Além destes também é possível encontrar informações sobre a atividade econômica desses empreendimentos. Por meio da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), encontramos o principal ramo de atuação da empresa e as atividades secundárias do estabelecimento, conforme apresentado no Quadro 01.

**Quadro 01-** Castanhal. Síntese das principais informações sobre as novas superfícies comerciais. 2023

<b>Síntese das principais informações sobre as novas superfícies comerciais atuantes em Castanhal</b>	
<b>Assai atacadista</b>	<b>Nome empresarial:</b> Sendas distribuidora S.A <b>Tipo de unidade:</b> Filial <b>Data de abertura:</b> 03/08/2018



	<p><b>Atividade principal:</b> Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – hipermercados.</p> <p><b>Atividade secundária:</b> Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios; comércio varejista de laticínios e frios; comércio varejista de carnes – açougues; comércio varejista de jornais e revistas; carga e descarga; lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares; cantinas - serviços de alimentação privativos; correspondentes de instituições financeiras; outras atividades auxiliares dos serviços financeiros não especificadas anteriormente; atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários; emissão de vales-alimentação, vales-transportes e similares.</p>
Mix Mateus	<p><b>Nome empresarial:</b> Mateus Supermercados S.A.</p> <p><b>Tipo de unidade:</b> Filial</p> <p><b>Data de abertura:</b> 13/06/2018</p> <p><b>Atividade principal:</b> Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - supermercados</p> <p><b>Atividade secundária:</b> Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios; Restaurantes e similares; Administração de cartões de crédito; Emissão de vales-alimentação, vales-transportes e similares</p>
Atacadão	<p><b>Nome empresarial:</b> Atacadão S. A</p> <p><b>Tipo de unidade:</b> Filial</p> <p><b>Data de abertura:</b> 24/08/2018</p> <p><b>Atividade principal:</b> Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – hipermercados.</p> <p><b>Atividade secundária:</b> Carga e descarga e correspondentes de instituições financeiras.</p>

Fonte: Elaboração própria a partir da Redesim, 2023.

Partindo deste neste panorama, observa-se a atuação dessas redes supermercadistas em campo. Desta maneira, separamos os serviços que cada loja oferece aos seus clientes.

#### a) Assaí Atacadista

O primeiro atacarejo instalado foi o Assaí Atacadista (Figura 01), que atua tanto no ramo varejista quanto no atacadista na cidade, localizado às margens da BR-316, no bairro Jaderlândia. A rede pertencia ao grupo Pão de Açúcar até o ano de 2020. Em 2021, houve a cisão entre essas empresas. E atualmente o GPA e o Assaí atuam com o reporte direto do grupo Casino (Assaí Atacadista, 2022).



Figura 01- Castanhal. Loja da rede Assaí Atacadista e alguns serviços ofertados 2023  
Fonte: Campo, 2023.

A figura 01 apresenta a grande diversidade de serviços do Assaí Atacadista, em campo pode-se observar além daquelas pontudas no CNPJ da empresa, encontramos serviços de lanchonete e caixa para saque ATM. Em comparação aos outros atacarejos, o Assaí Atacadista



apresenta uma variedade menor de serviços de caixa, pois o atacarejo conta com dois caixas do banco 24 horas e uma lanchonete.

### b) O Mix Atacarejo

O Mix Atacarejo (Figura 02) foi o segundo empreendimento desse ramo a se instalar na cidade. O atacarejo trabalha diretamente com as vendas no atacado e varejo, estando localizado na Avenida Barão do Rio Branco, no bairro Nova Olinda.



**Figura 02-** Castanhal. Atacarejo Mix Mateus e alguns serviços ofertados 2023  
**Fonte:** Campo, 2023.

O estabelecimento apresenta uma variedade de serviços. Além da atividade principal, consoante as informações destacadas no Quadro 01. Em campo pode-se perceber que o atacarejo oferta serviços de padaria, lanchonete, sistema de pagamento de contas e caixas eletrônicos, conforme é apresentado na Figura 02. Os clientes que vão ao atacarejo podem encontrar uma variedade de serviços de padaria com fabricação de bolos, pães, pizzas, salgados e doces. Além destes, é possível encontrar no Mix Atacarejo, lanchonete, serviços de pagamento de contas de luz, água e boletos. Em adição a estes, encontramos pelo menos 4 caixas eletrônicos.

### c) Atacadão

A última superfície comercial instalada na cidade, foi o Atacadão, sendo uma rede brasileira de supermercado que atua no atacado e varejo, no entanto, desde 2007, a rede pertence ao grupo Carrefour. O empreendimento atua em dois formatos de loja: 1) de autosserviços e 2) central de distribuição. Em Castanhal, a loja fica às margens da BR-316, no bairro do Titanlândia. O empreendimento é apresentado na figura 03.



**Figura 03-** Castanhal. Loja da rede Atacadão e alguns serviços ofertados pelo Atacadão 2023

**Fonte:** campo, 2023.

De acordo com o Quadro 01, podemos analisar a atividade principal e secundária do Atacadão. Indo a campo pode-se perceber outros serviços que o atacarejo oferece aos seus clientes. A figura 03 também exhibe outros serviços encontrados no Atacadão, além daqueles apresentados no Quadro 01, é possível achar serviço de floricultura, lanchonete e caixa eletrônico, este último se apresenta em uma única máquina.

Este tópico procurou analisar as principais características dos atacarejos, enfatizando a lógica locacional e de funcionamento destas grandes superfícies comerciais. Também é apresentada a realidade de Castanhal, destacando a lógica de atuação de cada agente comercial na cidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, torna-se evidente o papel estratégico desempenhado pela cidade de Castanhal. Sua localização estratégica, conectada por diversas rodovias, assegura uma intensa movimentação de pessoas e mercadorias diariamente. Essas vias não só conferem a influência de Castanhal sobre 14 cidades ao longo do nordeste paraense, mas também sobre a região do Salgado.

O dinamismo econômico de Castanhal foi notavelmente ampliado com a instalação das grandes redes de atacarejos. Estes empreendimentos não apenas reforçam a posição da cidade como um importante centro comercial regional, mas também fortalecem sua centralidade como cidade média na região.

## REFERÊNCIAS

ASSAÍ ATACADISTA. **Histórico da empresa**. Sobre o Assaí. 10 nov 2022. Disponível em: <https://www.assai.com.br/quem-somos>. Acesso em: 10 nov. 2022.

ATACADÃO. **Histórico da empresa**. **Quem somos**. 10 nov 2022. Disponível em: <https://www.atacado.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 10 nov 2022.



CAÇONHO, Herculano; SALGUEIRO, Teresa Barata. As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In book: **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional** (p.9-39). Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: Labur Edições, 2007.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas**. Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia, UNESP, Rio Claro, 2004.

Consulta de CNPJs. Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral. **Redesim** 2018. Disponível em: [https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva\\_solicitacao.asp](https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp). Acesso em: 05 de abril de 2023.

CORRÊA, Roberto Lobato. A periodização da rede urbana da Amazônia. **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro. Vol. 1, n. 1, p. 39-68, 1987.

CORRÊA, Roberto Lobato. Construindo o conceito de cidade média. *IN: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (ORG). Cidades médias espaços em transição*. São Paulo: Expressão Popular, 2007. P. 23-34.

CORRÊA, Roberto Lobato. Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço: Um texto para discussão In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, p. 41-52, 2020.

ÉGLER, Eugênia Gonçalves. A zona bragantina no Estado do Pará. **Revista Brasileira**.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 6º ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GRUPO MATEUS. Histórico da empresa. **Sobre o Grupo Mateus**. 10 nov. 2022. Disponível em: <https://www.grupomateus.com.br/sobre/>. Acesso em 10 nov 2022.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Regiões de Influência das Cidades 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico Brasileiro**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama de Castanhal**, censo 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/castanhal/panorama>. Acesso em 17 de ago. 2022.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. Rio de Janeiro: Coordenação de Geografia IBGE, 2017.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **IBGE Cidades [online]**. 2023. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 09 abr. 2023.

MATIOLI, Victor; PERES, João. **Donos do mercado: como os grandes supermercados exploram os trabalhadores e a sociedade**. São Paulo: Elefante, 2020.



MINAYO, Maria Cecília de Souza. (org.) Trabalho de campo: contexto de observação, interação e descoberta In: MINAYO, Maria Cecília de Souza. (org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade** (Série Manuais Acadêmicos). Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

MIYAZAKI, Vitor Koiti. O ramo supermercadista nas cidades médias In: MIYAZAKI, Vitor; GOMES, Vinícius Biazotto; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SOUSA, Guilherme Moreira. **As lógicas econômicas e espaciais do ramo supermercadista**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2022.

OLIVEIRA, Abrahão. **O início e a consolidação de um dos maiores conglomerados empresariais do país - O Pão de Açúcar**. São Paulo in foco, 2014. Disponível em: acesso em 09 de dez de 2022.

PARÁ. **Diário Oficial do Estado do Pará**, 28 de dezembro de 2011, caderno 2, p. 8. Belém: IOEPA, 2011.

PMC – Prefeitura Municipal de Castanhal. **A cidade modelo do Pará completa 86 anos, 2018**. Disponível em: <https://www.castanhal.pa.gov.br/a-cidade-modelo-do-para-completa-86-anos/>. Acesso em 10 de jan. de 2023.

RIBEIRO, Willame de Oliveira. **Rede urbana e interações espaciais na Região Nordeste do Pará**. Belém: EDUEPA, 2020.

RIBEIRO, Willame de Oliveira. Entre a metrópole e a cidade média: a complexidade das interações espaciais e das dinâmicas de centralidade da cidade de Castanhal, no nordeste paraense. **Geosp – Espaço e Tempo (Online)**, v. 20, n. 1 p. 115-129, 2016.

SEVERINE, Fausto. A febre dos atacarejos. **Núcleo de Desenvolvimento de Expansões Varejistas**, 8 de outubro de 2018. Disponível em: <https://www.ndevbrasil.com.br/a-febre-dos-atacarejos/>. Acesso em: 10, set. 2022.

SILVA, Carlos Henrique Costa da. O papel dos supermercados e hipermercados nas relações entre cidade, comércio e consumo. **Geografia**, Rio Claro, v. 30, n. 3, p. 610-625, 2005.

SILVA, Carlos Henrique Costa da. Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana. Florianópolis; **Geosul**. V. 58, p. 149-178, 2014.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Estruturação urbana e centralidade. In: Encontro de Geógrafos de América Latina, 3, 1991. **Anais...** Toluca/México. v. 1. p. 44-55.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Et al. O estudo das cidades médias brasileiras. IN: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (ORG). **Cidades médias espaços em transição**. São Paulo: Expressão Popular, 2007. P. 35-68.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Novas redes urbanas: Cidades médias e pequenas no processo de globalização. **Geografia (Online)**, v. 35, n. 1 p. 51-62, 2010.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SOUSA, Guilherme Moreira. Concentração econômica e expansão territorial: lógicas espaciais do ramo supermercadista. In: MIYAZAKI, Vitor; GOMES, Vinícius Biazotto; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SOUSA, Guilherme Moreira. **As lógicas econômicas e espaciais do ramo supermercadista**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2022.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. 2 ed. Barueri: Editora Manole, 2018.