

RUBEM BRAGA

O SUPER-MERCADO

FUI outro dia visitar um super-mercado — aquele que Jorge Vargas e Haroldo Uchôa abriram na rua Bolívar. Passei ali uma hora ou mais, e vi como a coisa funciona. Não tenho dúvida, por isso, em enviar meus parabéns a Schmidt e a outras pessoas que estão em vias de abrir super-mercados: o negócio, sendo bem organizado e lançado em grande, é excelente.

Não sei se as grandes firmas que exploram dezenas de armazéns, como a Casa Oliveira e a Gaio Marti, já sentiram o impacto da concorrência desse novo estilo de comércio. O armazém comum tem ainda sobre o super-mercado duas vantagens importantes: a entrega a domicílio e a venda a crédito. Logo, porém, que aparecerem outros super-mercados e a concorrência se acentuar, é quase certo que eles também passarão a fazer a entrega a domicílio, quanto ao crédito, em grande parte é dispensável, pois a freguesia do super-mercado tende a comprar em um só dia para toda a semana ou para todo o mês as mercadorias que se conservam esse tempo.

A atração que o super-mercado exerce é simples: em um ambiente limpo e agradável a pessoa compra quase tudo o que necessita, desde a carne ao papel para escrever cartas, vai tocando seu carrinho, se servindo dela mesma, e economiza tempo e andanças. Não tenho dúvida de que muitos pequenos armazéns, açougues, quitandas, mercearias, etc., terão grande dificuldade em enfrentar a concorrência dos super-mercados. Estes não abata o pequeno comércio porque podem oferecer ao público mais conforto e, se necessário, melhores preços, pelo fato de fazerem compras em grande escala. Só o pequeno comércio mais especializado poderá aguentar, não esse feito na base da balança viciada, do fruto estragado, do preço regateado, do chão imundo, moscos, piadas para a cozinheira mulata, etc. Nessa luta o «know-how» vencerá a «cumplicência».

O mal que pode causar o super-mercado está, como o nem que ele traz, na sua própria natureza de grande empresa capitalista: tendência para o monopólio, imposição de preços baixos aos produtores cuja mercadoria ele absorver, imposição de preços altos ao público, uma vez anulada a concorrência; concentração de dinheiro em um menor número de mãos, etc.

Cumprimentei os donos da casa e ia me retirar quando cádi em tentação peguei meu carrinho e comeci a colhêr pacotes, latas, caixinhas. . . O super-mercado é uma totalidade deste momento de nosso desenvolvimento capitalista e vai crescer em escala não apenas municipal como regional e nacional. Sugerir que ele possa ter alguma coisa de benemérito ou que vai resolver algum problema sem criar outros pelo menos iguais é, simplesmente, uma pilhéria. Ele é sobretudo um grande negócio que está na hora de fazer — e eu lamento, meu caro Augusto Frederico Schmidt, não ter nem capital nem competência para me associar com você, sem lirismo nenhum, nem a menor intenção de salvar a Pátria.

Mesmo porque o presidente Juscelino e o general Lott é que são paizor para isso.