

# AS METAMORFOSES DA FEIRA ELEMENTOS DA PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO DA CONFECÇÃO POPULAR

*Por que feirante que é feirante trabalha é no meio da rua.  
Heron Moreira - Presidente da União dos  
Feirantes do Estado do Ceará.*

Etimologicamente e segundo o Dicionário Aurélio, a palavra *metamorfose* significa transformação. Do ponto de vista da Zoologia, indica mudança de forma e estrutura no ciclo de vida de um dado animal. Um exemplo ilustrativo de ordem biológica é da lagarta que um dia se transformará em bela borboleta, mas, para isso, deve passar por metamorfose de seu corpo. O verbo metamorfosear é a ação de passar por transformação, de modificar-se, implicando uma sequência de fatos e movimentos que ocorrem num dado espaço e em certo tempo, alterando as condições primeiras do objeto em metamorfose. Entendendo que a feira tem uma dinâmica socioespacial, ela passa por alterações e adaptações<sup>1</sup> com o comércio de confecção popular. Além disso, ela também expressa as contradições sociais marcadas pela precariedade do trabalho.

A comprovação de nossa tese a respeito da ocorrência de uma metamorfose nas feiras livres no Nordeste brasileiro nos conduziu a um resgate necessário dessa modalidade de comércio, de maneira que podemos captar o contexto histórico em que se formaram, sobretudo, em seus aspectos e características constitui-

---

<sup>1</sup> Aristóteles (2011, p. 57) assinala que as “[...] coisas são definidas pelas suas funções; e desde o instante em que elas venham a perder as suas características, não mais se poderá dizer que são as mesmas coisas, e sim que tão-somente têm o mesmo nome (homônima)”.

vas. Nesse capítulo, nos reportaremos aos elementos da produção, distribuição, comércio e consumo relacionados às feiras de confecção popular. No primeiro item, são destacados elementos da cadeia produtiva, das etapas da produção em microfacções que abastecem a feira, ao mesmo tempo em que apontam para as transformações e adaptações do processo de produção da confecção popular. No segundo item, retomamos as três feiras estudadas, cuidando dos fluxos, percursos e mobilidades realizados pelos feirantes, indicando a existência de circuitos formados por essas feiras. O consumo também é abordado no item seguinte, quando enfatizamos o consumo, os fluxos por ele provocados e os novos mecanismos de divulgação e adequação aos padrões de consumo da moda. E, finalmente, no item quatro “Das feiras aos galpões: da desconstrução da feira livre à construção de centros de comércio de confecção popular”, revelamos a essência dessas transformações e porque são metamorfoses de antigas feiras que foram dinamizadas pelo comércio da confecção e que se transformaram em centros comerciais. É nesse sentido que se estabelecem centros comerciais com base em feiras de confecção, mas que trazem consigo aspectos próprios do comércio de feira.

No que se refere à função exercida, as feiras permanecem como espaços de comércio desde o Medievo e, com o capitalismo, adaptou-se à dinâmica social, econômica e cultural desse sistema. Daí a pergunta: até que ponto os centros de comércio da confecção popular, a exemplo do Moda Center Santa Cruz, no Agreste pernambucano, ainda podem ser chamados de feira?

Não queremos, evidentemente, ser contundentes em afirmar que todas as feiras livres no Nordeste brasileiro mudaram ou mudam de forma, estrutura e função, deixando de ser feiras. A mudança do seu conteúdo, ou seja, da mercadoria comercializada – a confecção – provoca transformações significativas na dinâmica e estrutura das feiras populares, o que nos permitiu essa reflexão e o ensejo da pesquisa. A atividade de comércio de confecção destaca-se com a instalação de equipamentos fixos, dotados de infraestrutura e adequados à lógica de funcionamento do comércio em geral. Desse modo, perde-se a essência do comércio de feira, embora ainda se mantenha esse nome. Acreditamos que existem vários fatores que comprovam a perda dessa essência, mas o primordial é que a feira vem deixando de ocupar os espaços públicos, seja a rua ou a praça e, portanto, o caráter de feira livre.

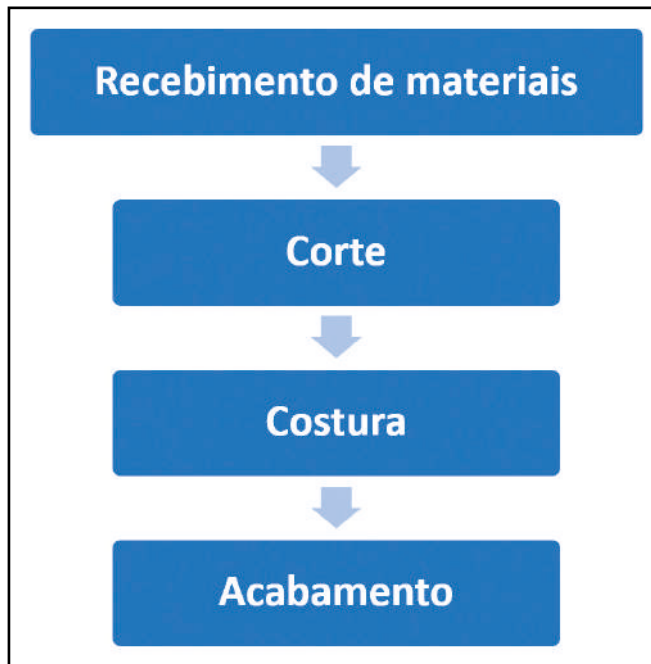
Chega-se ao consenso de que a metamorfose das feiras não se explica apenas pela esfera da comercialização. Sua materialidade também deve ser explicada pela produção, dado que a grande oferta da mercadoria confecção popular suscita o surgimento de espaços dedicados exclusivamente ao seu comércio, dentre eles, a feira.

## 5.1 A PRODUÇÃO QUE ABASTECE AS FEIRAS DE CONFECÇÃO

### 5.1.1 A cadeia produtiva da confecção

As feiras de confecção do Nordeste brasileiro são abastecidas, principalmente, pelas pequenas e microindústrias de confecção, distribuídas, sobretudo, por Pernambuco, Bahia e Ceará, onde se destacam alguns pontos, no território desses estados, com maior concentração de estabelecimentos, conforme vimos no capítulo imediatamente anterior. A cadeia produtiva da indústria de confecção envolve, de um modo geral, quatro etapas de produção: recebimento da matéria-prima, corte do tecido, costura das peças e acabamento (Figura 22).

**Figura 22** - Cadeia produtiva da Indústria de Confecção.

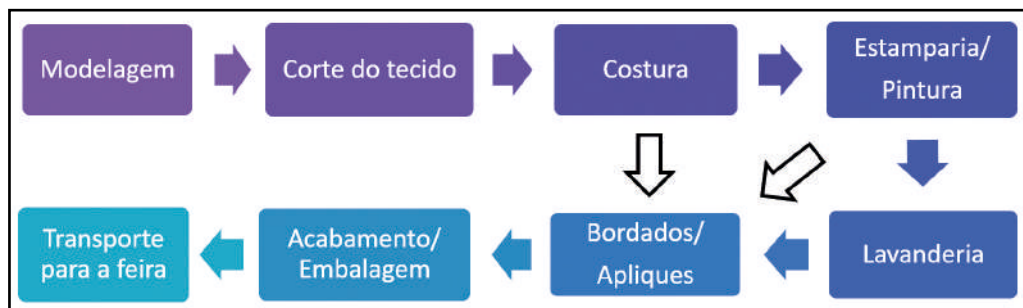


Fonte: BNB (2006).

Tratando-se, em específico, da produção da confecção popular, observa-se que as etapas de sua produção se assemelham ao fluxograma construído pelo BNB. A pesquisa de campo, entretanto, nos possibilitou maior detalhamento das fases de produção das pequenas fábricas, nas quais aparecem etapas como modelagem, estamparia, transporte, lavanderia e bordados/apliques (Figura 23), que não foram contempladas no fluxograma apresentado pelo BNB, haja vista tratar do caráter mais geral da cadeia produtiva.

A primeira etapa da produção é a modelagem, que compreende a escolha ou escolhas de quais peças e modelos serão confeccionados e qual a quantidade a ser produzida. O processo de modelagem é dinâmico, pois envolve a criação e a habilidade por parte de quem o executa. Além disso, há uma atenção constante às tendências de moda exibidas pela grande mídia, que contribui para a popularização dos costumes, ao ponto de uma feirante relatar ser comum por parte dos compradores frases como: “Você não tem aquele modelo [de calça, saia ou camisa ou acessórios] da atriz da novela tal?”. Esse é um elemento importante a se considerar na adequação do tecido, bem como na modelagem e no corte.

**Figura 23** - Etapas da produção da confecção popular descrita pelos feirantes.



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Assim como as modas aparecem repentinamente, também desaparecem no mesmo ritmo, exigindo maior flexibilidade e rapidez da produção em se adequar à demanda. As “roupas da moda”, muitas vezes plagiadas de marcas famosas, saem de tendência, ou seja, saem do gosto dos compradores, caindo assim a sua procura na barraca da feira. Esse fato é determinante sobre a decisão do fabricante, muitas vezes feirante, quanto à quantidade de peças fabricadas. Nesse sentido, não seria exagero afirmar que a produção se torna flexível e ajustada aos momentos e tendências, adaptando o mercado da confecção popular à lógica dos grandes fabricantes. Com isso, a mercadoria seria vendida mais facilmente e, como dizem os feirantes, “não encalha”, pois é necessário sempre ter novidades na barraca. A produção, conseqüentemente, não pode ser em grande escala, devendo ser ajustada de acordo com a demanda de saída do produto na barraca, o que é sentido no dia a dia da feira, quando as pessoas chegam em busca de determinado tipo de roupa, influenciando o feirante que é impelido a se adequar ao mercado consumidor da feira.

Em suma, ter mercadorias diferenciadas na feira é um desafio, tanto pelas alterações nas tendências de moda quanto pela capacidade de adequação da

pequena produção à rapidez do fornecimento de novas mercadorias. Isso enseja alguns embates entre feirantes a respeito da comercialização de mercadorias similares ou, ainda, daqueles que se ressentem, conforme relatos, de vizinhos que copiam suas roupas, não obstante ouvirmos de muitos a afirmação conciliadora de que há espaço para todos na feira.

Definidos os moldes, cores e tipos de tecidos, os cortes são realizados. Muitos fabricantes ainda cortam suas peças do modo tradicional, ou seja, riscando-as com o giz, enquanto outros utilizam máquinas de corte<sup>2</sup> que permitem ter maior rapidez nessa etapa da produção. Após o corte, as partes das peças são encaminhadas para a costura, atividade que consiste em uni-las. A essa etapa podem-se agregar outras, como pregar golas, mangas e botões.

Conforme o tipo de peça confeccionada, passa-se, ainda, pela etapa de customização, que consiste em: pinturas, lavagens, bordados, apliques de estamparias, ilhoses, *strass*, botões, rendas, dentre outros aviamentos. O *jeans*, cuja produção é considerável, passa por uma etapa exclusiva, que é a de lavanderia. Os tipos de lavagem do *jeans* acompanham as tendências de tons.

O acabamento constitui, evidentemente, uma das últimas etapas da produção e envolve a limpeza das peças com a retirada de sobras de costura e o controle de qualidade, mas que é feito, todavia, apenas por uma minoria de confeccionistas, pois o tempo de fabricação e a produtividade da pequena facção influenciam diretamente no preço das peças na feira.

Tratando-se ainda da etapa da customização das peças, muitos fabricantes denominam de “aprontamento da peça”, que envolve as etapas de pregar botões, ilhoses, *tags*, etiquetas, tachinhas, cravinhos que dão destaques metálicos nas peças *jeans*, modinha ou acessórios. Depois disso, as peças ainda podem passar por aplique de brilhos. Segundo anúncio de uma facção de “aprontamento de roupas”, em Toritama/PE, o custo do serviço de faccionamento ou, ainda de “aprontamento” da peça, era de R\$ 0,40 (quarenta centavos de real) por peça, isto no ano de 2016. Esse valor é, ainda, subdividido pelas etapas executadas, ou seja, R\$ 0,15 (quinze centavos de real) para a limpeza das peças, R\$ 0,10 (dez centavos de real) para colocar brilho e R\$ 0,15 (quinze centavos de real) para embalar em sacos plásticos. Em Caruaru, essas facções fazem o “aprontamento” agregando novos elementos à peça de *jeans*, como podemos observar na figura 24. A última etapa é a embalagem das peças em sacos plásticos. Finalizadas as

---

<sup>2</sup> Conforme o relato de fabricantes que têm facções, o serviço de modelagem e corte do tecido também pode ser terceirizado. Já existem pessoas especializadas nesse serviço, cujo operador é comumente chamado cortador.

etapas de acabamento, etiquetamento e embalagem, as peças estão prontas para seguir para a feira.

**Figura 24** – Peça *jeans* com etiquetas, *tags*, botões, ilhoes.



Fonte: [www.facebook.com/www.aliptronsaprontamento.com.br](http://www.facebook.com/www.aliptronsaprontamento.com.br)

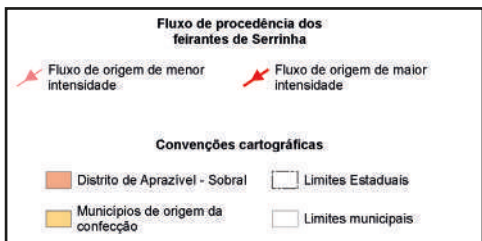
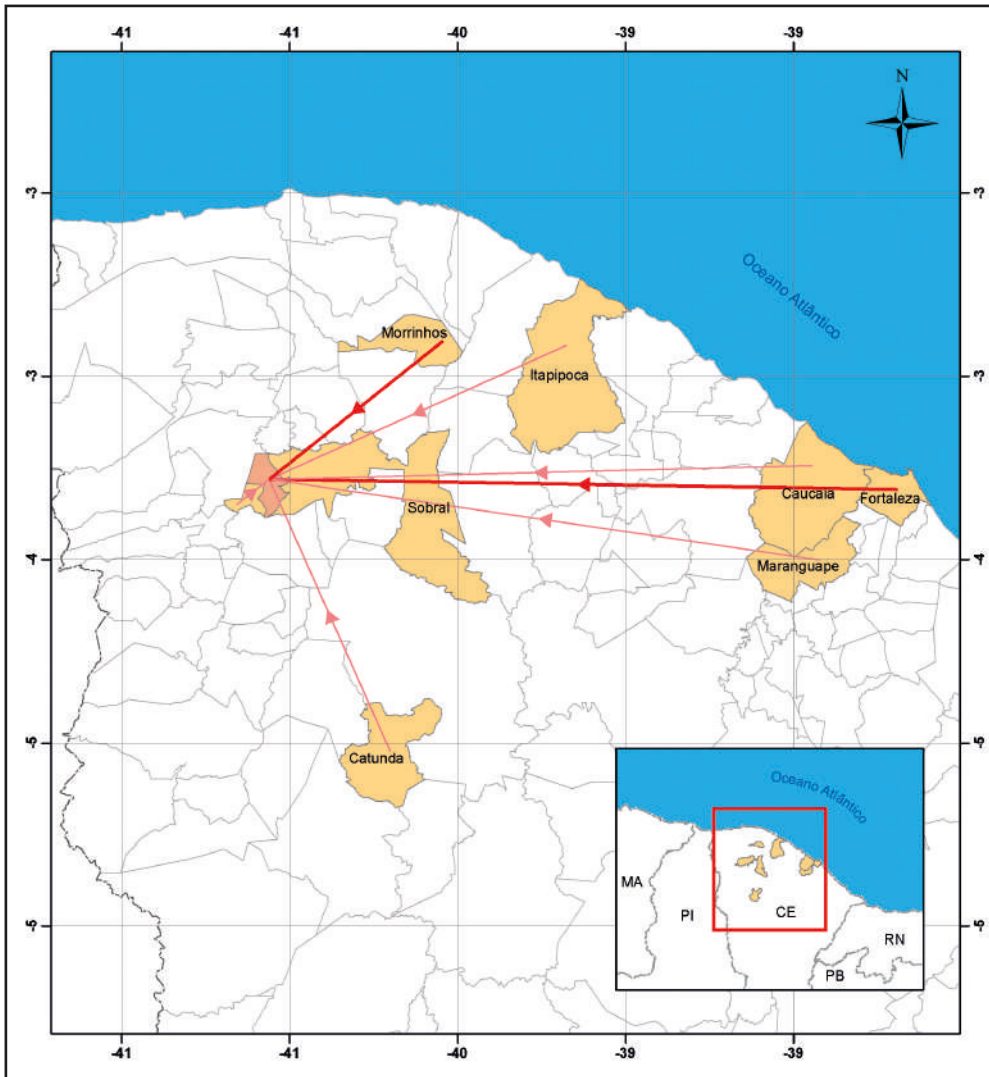
### 5.1.2 Origem da produção e distribuição da confecção nas feiras

A confecção comercializada nas feiras de Pernambuco, Bahia e Ceará é produzida em diversos pontos do território desses estados, porém, produtos provenientes de outros estados brasileiros também são comercializados nas feiras nordestinas e até mesmo a confecção produzida na China, que constitui hoje o grande exportador de artigos industrializados em todo o mundo.

No caso da feira de Apazível, a confecção comercializada é produzida, sobretudo, em Fortaleza e sua região metropolitana, mas conta com fabricantes locais, isto é, que residem em Sobral e outros municípios no noroeste cearense (Figura 25). Assim, a produção que alimenta a feira de Apazível, da mesma maneira que as outras feiras da confecção estudadas, tem origem nas diversas escalas – local, estadual, regional, nacional e até internacional.



**Figura 25** - Mapa de Fluxo de origem da confecção comercializada na feira de Aprazível, em Sobral/CE, no âmbito regional/local.

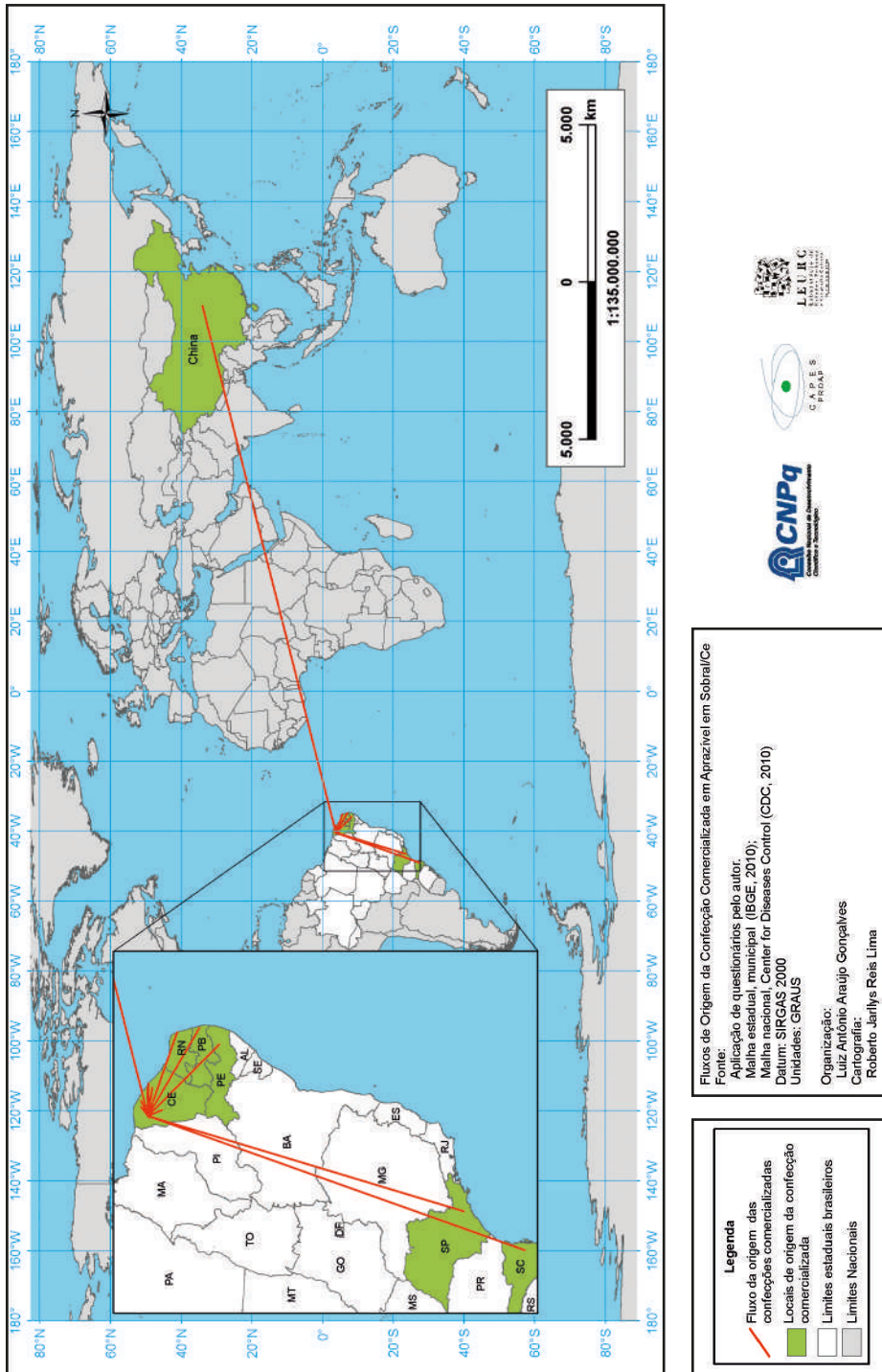


Na escala do Município de Sobral, onde está o Distrito de Aprazível, o destaque é para o Distrito-Sede, que fornece modinha, seguido de Rafael Arruda, Distrito produtor de redes e Taperuaba, que fabrica moda infantil e para recém-nascido. Essa não é, entretanto, a produção mais representativa no conjunto de produtos que abastece a feira de Aprazível. Na escala estadual, a produção é proveniente, em sua maior quantidade, de Fortaleza, conhecida como um grande polo de confecção, não somente do Nordeste, mas também do Brasil. Atualmente, as pequenas confecções distribuem-se nos bairros periféricos desta Metrópole, e nos municípios metropolitanos de Maranguape, Caucaia e Maracanaú, que abrangem tanto pequenas fábricas caseiras quanto microempresas formalizadas. Ainda no Estado do Ceará, destacam-se Frecheirinha e Morrinhos, municípios da microrregião de Sobral e próximos a Aprazível, que abastecem a feira com a produção de moda íntima. Na escala regional, isto é, entre os estados nordestinos, destacam-se a Paraíba, o Rio Grande do Norte e Pernambuco, que fornecem, sobretudo, produtos de modinha, *jeans*. Na escala nacional, o destaque é para os artigos do segmento cama, mesa e banho, que procedem dos estados de São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. E no plano internacional, conforme salientado, a China é o grande representante, com a comercialização, sobretudo, de calças, bermudas, camisas, bonés, em geral, cópias de grifes famosas que invadem o espaço da feira e evidenciam sua articulação com o mercado global (Figura 26).

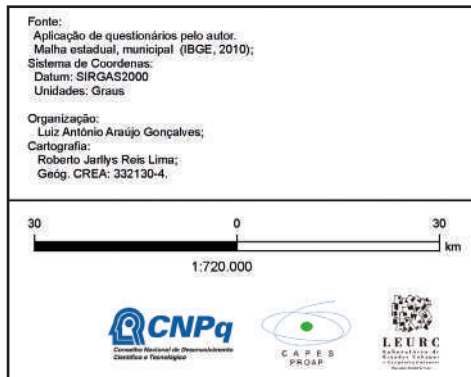
Com relação à origem das confecções comercializadas na feira da Sulanca, em Caruaru, reafirma-se a centralidade desse município não apenas em função da feira, mas também como um importante polo produtor de confecção do agreste pernambucano. Dois terços dos feirantes entrevistados em Caruaru afirmaram que as peças de roupas comercializadas, em suas barracas, eram produzidas no próprio Município ou em seus distritos. A feira, contudo, também recebe produtos confeccionados em municípios vizinhos no caso: Agrestina, São Caetano, Cupira, Camocim de São Félix, Bezerras, Riacho das Almas, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe (Figura 27). Embora estes tenham sido os locais de origem da produção confeccionista citados pelos feirantes, acreditamos que outras cidades da região também escoem sua produção para a feira de Caruaru.



**Figura 26** - Mapa de origem da confecção comercializada na Feira de Aparaízel, em Sobral/CE, no âmbito nacional/internacional.



**Figura 27** - Mapa de fluxo de origem das confecções comercializadas na feira de Caruaru – Pernambuco.



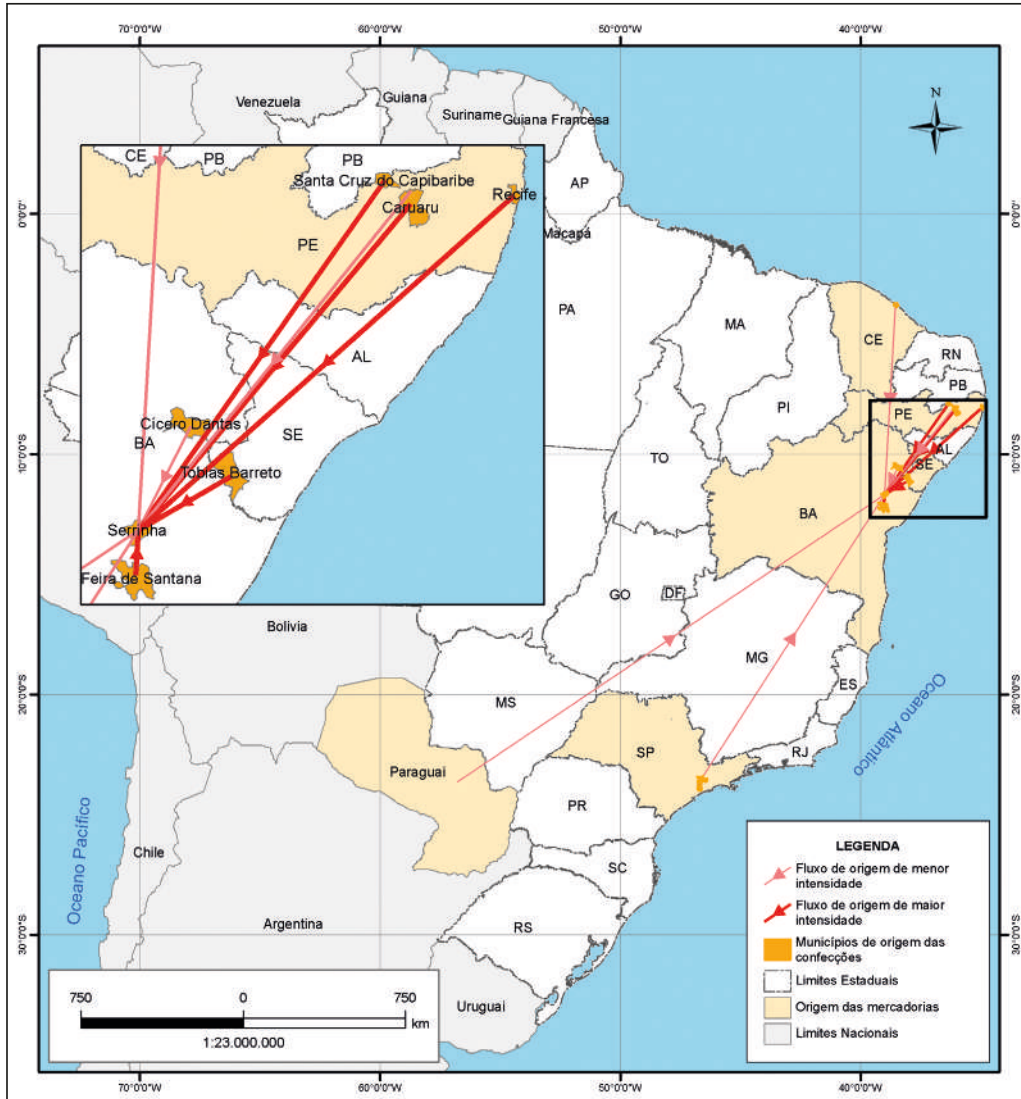
Identificamos, ainda, como origem da confecção comercializada, tanto na feira de Apazível quanto na de Caruaru, distritos rurais, mais especificamente nos Estados do Ceará e Pernambuco. Neste, a situação é mais comum na região do agreste, onde são corriqueiros os chamados fabricos, que se distinguem das facções<sup>3</sup>, predominantes no meio urbano.

No tocante à feira de Serrinha, podemos observar uma situação distinta das outras feiras, pois, conforme podemos visualizar na Figura 28, o fluxo de mercadorias comercializadas vem principalmente das cidades do polo confeccionista do Agreste pernambucano (Santa Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru), onde os feirantes adquirem a modinha, o *jeans* e a moda íntima. Ressaltamos, ainda, que muitos feirantes se deslocam para São Paulo, em especial, para o polo que compreende os bairros Braz, Bom Retiro e a Rua 25 de Março, para adquirir produtos diferenciados para a venda em Serrinha. Os feirantes que trabalham com moda infantil, cama, mesa e banho, e artigos para recém-nascido, adquirem esses produtos na cidade sergipana de Tobias Barreto, considerada um polo de produção dinâmico desses tipos de confecções. Um número menor de feirantes informou comprar mercadorias em Fortaleza, Recife e na cidade próxima de Feira de Santana. Interessante é o relato de um feirante, ao informar que adquire mercadoria que vem do Paraguai, em geral, roupas para esporte, resquícios de uma época em que era comum esse fluxo de pessoas, os chamados sacoleiros, que comercializavam informalmente produtos desse país. Hoje ainda existe, na cidade de Feira de Santana, um espaço de revenda chamado *Feiraguay*.

---

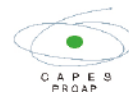
<sup>3</sup> De acordo com Sá (2011), embora os fabricos e facções sejam unidades produtivas domésticas, que executam as etapas da confecção de roupas, em parte ou no todo, há uma distinção entre os dois. No caso do fabrico “[...] são locais de trabalho, geralmente no interior das residências de seus proprietários, onde as pessoas produzem suas mercadorias para a comercialização na feira. [...] Já a facção funciona como uma firma terceirizada, prestando um serviço às demais empresas, geralmente grandes fabricantes [...]” (p. 27).

Figura 28 - Mapa de fluxo de origem das confeções comercializadas na feira de Serrinha/BA.



Fonte:  
Aplicação de questionários pelo autor.  
Malha estadual, municipal (IBGE, 2010);  
Malha nacional, Center for Diseases Control (CDC, 2010)  
Parâmetros:  
Datum: SIRGAS2000  
Unidades: Graus

Organização:  
Luiz Antônio Araújo Gonçalves;  
Cartografia:  
Roberto Jarllys Reis Lima;  
Geólg. CREA: 332130-4.



No caso dos feirantes confeccionistas, quase a metade afirmou que faccionam ou terceirizam alguma etapa da sua produção. A maioria é composta por fabricantes que comercializam seus produtos, porém terceirizam o corte, a costura (união das peças), e, desde então, passam a outras etapas, como a lavagem das peças, bordados e acabamento das peças confeccionadas. Ainda sobre Aprazível, cinco feirantes disseram não terceirizar nenhuma etapa de produção, sendo eles pequenos fabricantes que comercializam na feira. Mesmo o feirante afirmando que sua produção é caseira, o faccionamento ocorre na medida em que ele coloca o maquinário e a matéria-prima na casa das costureiras, que passam a trabalhar diretamente para aquele confeccionista.

Em Aprazível, mais da metade dos respondentes afirmou que fabrica e comercializa também na feira. Dentre os que apenas comercializam, dois relataram que já fabricaram roupas infantis (no passado). Quase metade dos feirantes entrevistados trabalha com registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, atuando, em maioria absoluta, como Microempreendedor Individual – MEI, e alguns como Empresa de Pequeno Porte – EPP.

Quanto à origem da matéria-prima, a grande maioria dos feirantes a adquire em lojas do ramo de distribuição de tecidos instaladas em Fortaleza, localizadas, principalmente nos bairros Centro e Montese – Via Têxtil, Costa Rica Tecidos, Casa Blanca Tecidos, A. G. Tecidos, Avil, Texeira Tecidos, dentre outras. Chama atenção o fato de que ali a venda de malharia representa a maioria absoluta das compras dos confeccionistas. Há, ainda, feirantes fabricantes que se abastecem de matéria-prima em outros estados brasileiros, especificamente, em São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina e Paraná, ou seja, no Sudeste e Sul.

Em relação à quantidade de peças, há uma grande variação da produção. Observamos que a produção média é bastante diversa, pois há na feira de Aprazível alguns feirantes com maior estrutura de apoio do que outros. Fabricam na faixa de 100 a 2.000 peças por dia, chegando, em alguns casos, a ultrapassar essa quantidade. Quando se coloca além do costureiro, aparece nesse ramo o cortador de tecido.

A feira de Serrinha/BA é formada, principalmente, por feirantes que, em sua maioria, são revendedores de confecção, e apenas um reduzido número de pequenos fabricantes. Estes adquirem sua matéria-prima em centros maiores, a exemplo de Feira de Santana, e na capital, Salvador, mas há ainda feirantes que compram tanto as confecções quanto os tecidos nas cidades do agreste pernambucano. Dessa maneira, eles adquirem a matéria-prima usada na produção da confecção, ao mesmo tempo em que compram peças de roupa já prontas para revender em sua barraca.

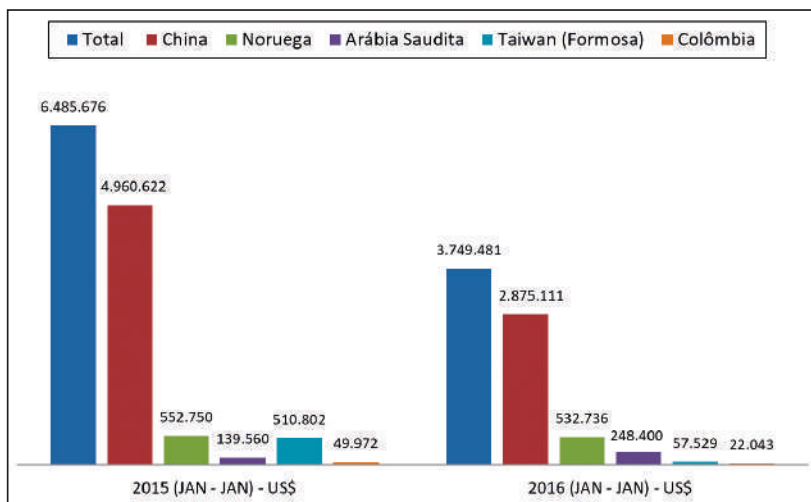
No caso de Caruaru, grande parte dos fornecedores dos insumos, isto é, de tecidos e aviamentos, está concentrada em ruas nas imediações da feira da

Sulanca, indicando o papel de atração exercido pela feira. Ali podemos encontrar estabelecimentos como Santêxtil, Agrestina Têxtil, Sobral Têxtil, Miranda Têxtil, Costa Rica Têxtil, J. C. R. Malhas, MAC Têxtil Cartex, Sanlima Têxtil Ltda., Multitêxtil, Maraujo Tecidos, Santa Cruz Tecidos e Malhas, Styllus Têxtil, Paraíba Malhas, Avil Tecidos e Aviamentos e F. G. Têxtil. Conforme entrevista, pudemos constatar que alguns estabelecimentos pertencem a antigos feirantes cujos pais e/ou avós também foram feirantes, ou seja, vendiam tecidos na feira de Caruaru, o que aponta para o papel do capital local na dinâmica dessa atividade na região.

Ainda no que concerne a Caruaru, a procedência dos insumos, ou seja, os elementos que compõem o processo produtivo, têm origem variada. Os tecidos, aviamentos e maquinários não são produzidos no Município. Isso mostra a necessidade da articulação local com centros urbanos maiores, bem como a demanda de importações dessa matéria-prima.

Da China vieram, em 2015, cerca de 76,48% das importações de Caruaru. Se considerarmos o valor total das importações para o mês de janeiro de 2016 (US\$ 3.749.481), verificamos que houve queda significativa de 42,19% em relação ao ano anterior (Gráfico 15). Outra observação importante a ser feita, além da importação de produtos chineses, é o registro de importação de países como Noruega, Arábia Saudita, Taiwan e Colômbia, ressaltando o volume de negócios com países de todos os continentes. Do ponto de vista local, pudemos constatar, em visitas a estabelecimentos de comércio de tecidos em Caruaru, dentre as pilhas de rolos do produto, a identificação do país de origem, no caso, “*Made in China*”.

**Gráfico 15** – Fluxo de importação e os principais países de origem – Caruaru (Jan-Jan 2015/2016 – US\$).



Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços/ SECOMEX (2016).



No que se refere à pauta de importação do Município de Caruaru, comparando-se o mês de janeiro de 2016 em relação ao mesmo período em 2015, os reflexos da crise econômica puderam ser notados na redução no valor (em dólar) da importação de produtos. Em janeiro de 2015, os produtos de tecidos de fios de filamento sintéticos (40,88%), tecidos de fibras artificiais descontínuas (11,61%) e outros tecidos de malha (11,32%), juntos, representaram mais de 60% da importação de produtos naquele ano, movimentando US\$ 4.138.474,00. Em janeiro de 2016, os mesmos produtos continuaram tendo grande peso dentre os 30 principais produtos importados pelo Município, ou seja, acima de 60%, porém, essa situação se mostrou favorável apenas no caso da importação de tecidos de malha, que registrou variação positiva de 78,58%, em relação a janeiro de 2015, com aumento no valor comercializado (em dólar) de US\$ 734.405 para US\$ 1.311.484 (Gráfico 16).

Ainda com relação à pauta de importação de produtos do Município de Caruaru, chama atenção a ocorrência de outros produtos que, embora tenham números menos representativos, expressam outras demandas do setor confeccionista do Município. É o caso da importação de bordados em peça, em tiras ou em motivos para aplicar, e máquinas de costura, manequins e artigos semelhantes. Igual demanda relacionada à indústria confeccionista não foi percebida com a mesma expressão em relação aos Municípios de Sobral e Fortaleza, não sendo possível proceder a uma análise comparativa.

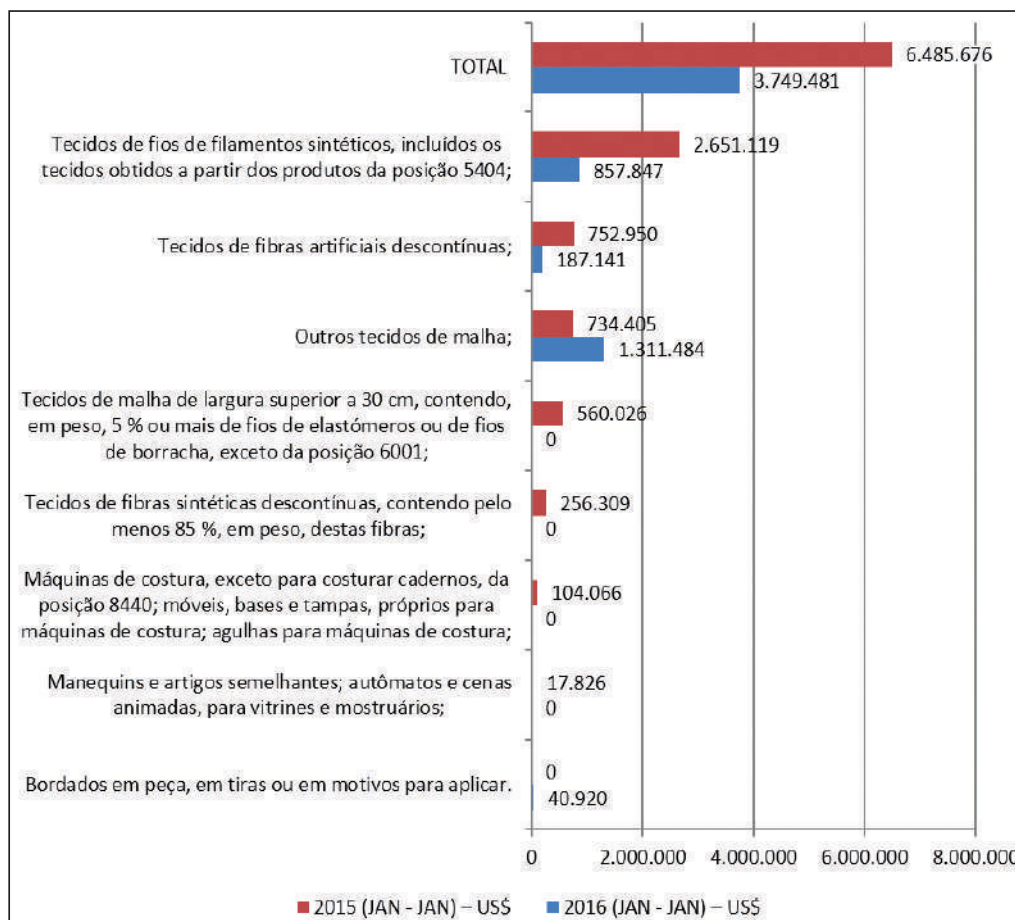
Evidentemente, devemos considerar aqui as variações das cotações das matérias-primas importadas em relação aos fatores de produção e *commodities*, o câmbio da moeda dos EEUU frente ao mercado internacional e a crise econômica brasileira recente. Apesar da retração das importações no comparativo entre os meses de janeiro de 2015 e o de 2016, a importação de tecidos permaneceu no topo dos principais produtos importados por Caruaru, ainda, representando 62,85% das importações de produtos. Somente a importação de tecidos movimentou US\$ 2.356.472 em janeiro de 2016, no Município de Caruaru.

A importação de bordados em peça, em tiras ou em motivos para aplicações também sugere a necessidade do rápido giro do capital. Essas peças ou tiras caracterizam-se como aviamentos e visam a apliques em roupas. Ora, se os bordados são trabalhos artesanais que demandam maior tempo para sua produção e aplicação em peças de roupas, a importação desse tipo de produto tem o objetivo, sobretudo, de reduzir o tempo de fabricação das peças de roupa ou, ainda, a eliminação dos custos de fabricação com o bordado local.

Atentamos, ainda, para a importação de máquinas de costura, bem como de móveis, bases, tampas e agulhas próprias para essas máquinas. Esse tipo de

produto consta na relação dos importados em janeiro de 2015, porém, está ausente da relação de janeiro de 2016. A ausência de importação desse maquinário não permite uma comparação com o mesmo período do ano anterior, porém pode nos apontar uma tendência de retração do setor para novos investimentos em modernização, aplicação e/ou renovação da maquinaria instalada, haja vista o período de instabilidade econômica por que passa o Brasil.

**Gráfico 16** – Importação de produtos referentes à indústria de confecção – Caruaru (Jan-Jan 2015/2016 – US\$)



Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços/ SECOMEX (2016).

Ainda em relação a Caruaru, constatamos que os **aviamentos** são originados dos distribuidores do Recife, Fortaleza, Salvador e Feira de Santana. Já as **máquinas de costura** contam com representantes nas cidades que prestam assistência técnica e reparos. Isso exige mão de obra de maior qualificação

e estabelecimentos especializados, a exemplo do que encontramos tanto em Caruaru quanto em Toritama e Santa Cruz do Capibaribe (Figura 29).

**Figura 29** – Anúncio de lojas de máquinas de costura e assistência técnica – Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe.



Fonte: Revista Moda Center.

Encontramos um maquinário nas facções que até há bem pouco tempo só era possível encontrar na grande indústria. Acreditamos que isso também guarda relação com a mundialização da economia, pois parte desse maquinário é importada, o que reforça o global no local. Por meio da descrição do maquinário utilizado pelos feirantes no questionário de pesquisa, parece evidente que a maioria deles adquiriu o conhecimento mínimo da atividade de modelagem, corte e costura por meio da experiência prática baseada em erros e acertos. Outra parcela é composta por pequenos fabricantes que já tiveram experiência profissional em uma grande indústria de confecção e passaram a dominar e incorporar essa organização da produção em sua pequena facção – porém não se pode afirmar que seja seguida a regra. Não obstante, há ainda aqueles que terceirizam toda a produção.

Em Caruaru, a maioria absoluta dos respondentes fabrica e comercializa na feira. Nenhum deles tem registro de sua empresa no CNPJ. A matéria-prima é comprada em sua maioria em Caruaru ou, conforme nos relata um feirante, “[...] onde for mais barato mesmo”. Os feirantes fabricam uma diversidade de produtos que atendem ao vestuário masculino, feminino, infantil, bem como produtos de cama, mesa e banho. A produção média dos fabricantes é registrada com maior frequência na faixa de 20 a 30 peças e de 50 a 60 peças por dia, embora haja fábricas que produzam acima de 110 peças/dia e outras cuja produção varia de 15 a 20 peças/dia.

Quanto ao maquinário utilizado, em geral, os feirantes possuem uma máquina de cortar tecido, uma ou duas máquinas de costura *overlock* e outra de

costura reta. As máquinas galoneira e interlock aparecem no registro de utilização de poucos feirantes. A produção é ajustada com a demanda: “[...] como as coisas estão fracas, a gente só tá [*sic*] fazendo quando o estoque está baixo”, diz um feirante. O registro do trabalho familiar empreendido por todos pode ser percebido no relato de outro feirante: “A minha filha é quem costura e o que a gente vende vai para dentro de casa, que mora todo mundo junto”. Ou mesmo quando não habitam o mesmo teto, ainda, mantêm os laços de família pelo trabalho: “[...] quem costura são minhas duas filhas que moram perto de mim”. A contratação de costureiras, no entanto, também pode ser mensal, e sua remuneração gira em torno de R\$ 788,00 (setecentos e oitenta e oito reais) para uma jornada de trabalho de oito horas, de segunda a sexta-feira e mais quatro horas no sábado, totalizando uma jornada de 44 horas semanais. Esse modo de contratação, entretanto, parece não ser corrente na região, sendo mais comum a contratação de pessoas na confecção por produção de peças.

A modernização da produção confeccionista ocorreu também pela inserção de equipamentos industriais que, conforme já fizemos referência, também passam a fazer parte da pequena produção faccionada. Diferentemente das antigas máquinas pretas de costura *Singer*, que víamos nas casas nordestinas e que eram utilizadas pelas mulheres no coser do lar, nas facções de fundo de quintal, o que se vê são máquinas de costura industriais, com fins lucrativos, usadas por costureiras que produzem peças de roupa para vender na feira. Isso nos remete ao que Marx (2013) assinala sobre o salário, quando destaca que “[...] o salário por peça constitui a base não só do trabalho doméstico moderno, do qual já falamos anteriormente, mas também de um sistema hierarquicamente organizado de exploração e opressão” (p. 640).

O relato de vários feirantes que têm facções no quintal de sua casa reafirma a contratação de costureiras pagas por peça produzida. Para Marx (2013, p. 641), no regime de salário por tempo “[...] prevalece, com poucas exceções, salário igual para as mesmas funções, e, no regime de salário por peça, em que se mede o preço do tempo de trabalho por determinada quantidade de produto;”.

Muitos fabricantes, entretanto, faccionam partes ou todas as etapas da produção. Há aqueles que colocam o tecido na facção para corte, costura, limpeza para retirar pontas de costura, embalagem, colocação de estampas e etiquetas. Um feirante nos informou que existem peças que têm menor custo, a exemplo de uma blusa simples pela qual ele paga R\$ 1,50 (um real e cinquenta centavos) por peça. Já outros artigos têm custo maior, como as “camisas polo” e as bermudas *jeans* com detalhes que custam R\$ 4,00 (quatro reais). No que

se refere à produção de peças *jeans*, além das etapas de corte e costura, a peça de roupa ainda passa pelo processo de lavagem em lavanderias industriais especializadas. Feito isso, as peças de roupa passam por outros acabamentos, como prega de botões, bordados ou customização. Mesmo assim, é possível obter uma produção de bermudas masculinas e *shorts* femininos a um custo de R\$ 2,00 (dois reais) a R\$ 3,00 (três reais) por peça. As roupas íntimas, como calcinhas e cuecas, saem a um custo de R\$ 0,25 (vinte e cinco centavos de real) a R\$ 0,60 (sessenta centavos de real) por peça que já vem pronta para vender na feira. Os produtos de cama, mesa e banho como toalhas e lençóis têm o custo de R\$ 1,20 (um real e vinte centavos) a R\$ 1,50 (um real e cinquenta centavos) por peça, e cortinas a R\$ 0,70 (setenta centavos de real) a peça.

Para muitos feirantes, que também são confeccionistas, o custo e a imobilização de capital com maquinaria não são mais uma preocupação que costumava estar em seus cadernos de registros de contas. Com a terceirização de etapas da produção, a exemplo da costura, esse custo de produção, ou seja, as aquisições de máquinas de costura, manutenção destas e/ou alienação por tempo de uso, ficou a cargo dos costureiros e costureiras que recebem as encomendas. Isso, porém, não é regra geral, pois ocorrem situações variadas de acordo com cada feira estudada. No caso da feira de Caruaru, o faccionamento da produção de confecção pareceu ser algo consolidado, haja vista a grande quantidade de feirantes que faccionam sua produção. Mesmo assim, em muitos casos, os fabricantes fornecem a máquina de costura, linha e tecido já cortado para a costureira ou costureiro a quem está terceirizando sua produção. Essa condição é similar para os feirantes fabricantes da feira de Aprazível. No caso da feira de Serrinha, encontramos poucos feirantes que também fabricam confecção, sendo a maior parte fabricante de moda íntima e modinha. Registramos apenas um fabricante de *jeans*, embora possa haver outros no universo da feira. A média da produção diária varia de 25 a 50 peças. No segmento moda íntima, a produção é maior, ou seja, de 60 peças dia.

Os feirantes fabricantes na feira de Serrinha que faccionam etapas da sua produção, de modo geral, contratam uma ou duas costureiras com jornada de trabalho de oito horas, e a remuneração mensal é por volta de R\$ 788,00 (setecentos e oitenta e oito reais), sem carteira assinada. Outra prática comum é o pagamento por produtividade, ou seja, pelo número de peças entregues. Um feirante informou que paga R\$ 2,00 (dois reais) por peça e, ainda, estabelece metas para aumentar a produtividade das costureiras terceirizadas, conforme relata: “[...] repasso para as costureiras. Se ela fizer as 50 peças no dia ganha

100,00 reais [...]. Eles vêm pegar na porta”. Outra informação que nos foi dada é a de que muitas costureiras evitam trabalhar com carteira assinada por conta dos benefícios sociais ou aposentadoria rural, sendo a costura, nesses casos, uma fonte de complemento da renda.

Alguns feirantes terceirizam apenas costura em períodos de maior venda, pois precisam produzir maior volume de peças. Outros, ainda, embora tenham fabricação própria, adquirem outras tipologias de confecção, a exemplo do *jeans* (calças, *shorts* e bermudas) nas cidades de Toritama/PE e Santa Cruz do Capibaribe/PE, para ter maior diversidade de mercadorias em sua barraca e alcançar outros perfis de compradores. Dentre os pequenos fabricantes, estes operam com um número reduzido de máquinas (de três a dez), variando desde a máquina de cortar tecido, máquinas de costura industriais (*overlock*, costura reta, galoneira, *interlock*) até estampadora. Notamos, também, a ocorrência do trabalho familiar, ou seja, enquanto o feirante comercializa na feira, a família está trabalhando em todas as etapas da produção (corte, costura e acabamento). Chamou atenção o depoimento de um feirante que já teve uma fabricação grande e até ponto comercial em Feira de Santana, com faturamento de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), entretanto, a partir de 2014, viu sua produção cair drasticamente. Antes, em 2013, produzia cerca de 1.000 peças por quinzena e atualmente produz somente 200 peças por quinzena. Agora, tem uma pequena fábrica no fundo do quintal e comercializa sua produção na feira.

No tocante à qualificação dos feirantes, chamou atenção a ausência de formação técnica para atuar na produção da confecção. Poucos feirantes informaram ter feito curso de corte e costura para trabalhar na área, o que aponta para o grande número de fabricantes que entraram na atividade apenas com o conhecimento prático e vivencial. Tal asserção é reforçada pelo relato de uma fabricante que disse ter aprendido a costurar observando o trabalho de costureiras mais experientes. Com o tempo, foi auxiliando na costura de mão e somente depois foi aprendendo a costurar, primeiro juntando peças e depois no seu acabamento.

Diferentemente das características dos produtos comercializados na maioria das feiras livres (frutas, verduras dentre outros produtos agrícolas), a confecção não é um produto perecível, não requer condições especiais para o seu acondicionamento e estocagem. Ela chega em fardos ensacados (Figura 30), sendo logo retirada para a banca da feira. Em geral, os hortifrutigranjeiros são produtos que se deterioram e alvo de desgastes ao longo de um dia de feira, de modo que, já no



seu período final, ocorre a conhecida hora da xepa<sup>4</sup>, ou seja, a comercialização mais barata de alguns produtos antes que se tornem restos de feira. No caso da confecção, não há depreciação do preço, pois o produto não é objeto desse tipo de desgaste, de maneira que a mercadoria pode voltar para o fardo no final da feira, ser transportada sem maiores cuidados de acomodação e retornar novamente à banca em outra feira. Embora a confecção não se deteriore fisicamente em um dia de feira, ela pode sofrer desgaste de ordem simbólico-social, isto é, seguindo as tendências da moda que atinge o gosto popular ela pode não mais ser objeto de procura na barraca da feira.

**Figura 30** - Fardos de confecção aguardando a montagem da barraca – Feira de Serrinha/BA.



Fonte: Próprio autor, 2015.

Com a transformação das feiras, evidenciam-se elementos contra-hegemônicos da modernização capitalista do Nordeste brasileiro, operados nas esferas da vida, da economia, da cultura e na compreensão de tempo e espaço. Aristóteles (2011) já ensinava que um bem possuído é “[...] um instrumento útil para a manutenção da existência [...]”, e chamava atenção para a distinção e exemplificação entre o instrumento e o produto, afirmando que o primeiro é o “[...] que realiza o efeito, e ‘propriedade doméstica’ o que ele produziu” (p. 59). Com efeito, a lançadeira e, em seguida, o próprio tear foram instrumentos fundamentais para o desenvolvimento da produção têxtil, na medida em que as manufaturas obtiveram uma produção excedente ao ponto de transpor a produção corporativa artesanal.

---

<sup>4</sup> Segundo o *Dicionário Aurélio Buarque de Holanda*, o termo refere-se às mercadorias que são vendidas no período final de uma feira, sendo, em geral, mais baratas e de qualidade inferior.

Os resíduos da produção da confecção no passado histórico das costuras caseiras transformavam-se em colchas de retalhos ou, ainda, em tapetes multicoloridos a enfeitar a entrada das residências. Atualmente, em decorrência da produção confeccionista, torna-se quase impossível o seu aproveitamento total. Assim, constatamos, por meio dos trabalhos de campo, nas feiras e facções visitadas, a dificuldade que muitos fabricantes têm no descarte adequado dos restos de corte e tiras de tecidos. Muitas vezes, vimos em calçadas e terrenos baldios sacos com embalagens que antes enrolavam os rolos de tecidos, agora, cheios de tiras e outros resíduos da confecção de roupas. Uma utilidade encontrada pelos feirantes para dar cabo da grande quantidade de sobras de tecido foi utilizá-las na montagem da barraca na feira. As tiras de cores e estampas variadas encontram aí outra serventia, isto é, prender peças de roupas, lonas de cobrir a barraca, cabides, manequins e ainda amarrar os fardos de confecção. Ao final, a paisagem da feira mais parece fitas de santos presas no gradil das igrejas e pedestais das imagens.

Alguns profissionais, em geral, também costureiras, oferecem o serviço de faccionamento nas imediações das feiras por meio de panfletos. Outros profissionais que operam máquinas especializadas no corte do tecido oferecem seus serviços nas redes sociais, anunciando a vantagem de redução de perdas no corte do tecido.

A comercialização da confecção que ocupava as barracas das feiras livres e de ruas no passado recente começa a tomar outra configuração ao se fixar em centros de comércio popular. O comércio de confecção, no entanto, ainda tem seu espaço na feira e esta, por conseguinte, ainda tem o espaço público como marco referencial. São feirantes e fabricantes formando redes que articulam feiras em circuito e, conforme defendemos nesse trabalho, redefinem a centralidade e função regional de algumas cidades nordestinas em virtude da produção confeccionista e inserção da confecção popular no espaço da feira. São os casos de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama, que têm sua paisagem transformada nos “dias de feira”, quando se comercializa confecção. Essa ilustração também cabe para vários outros pontos no Nordeste, o que é reafirmado por caravanas de feirantes que fazem circuitos semanais de feiras, como veremos a seguir.

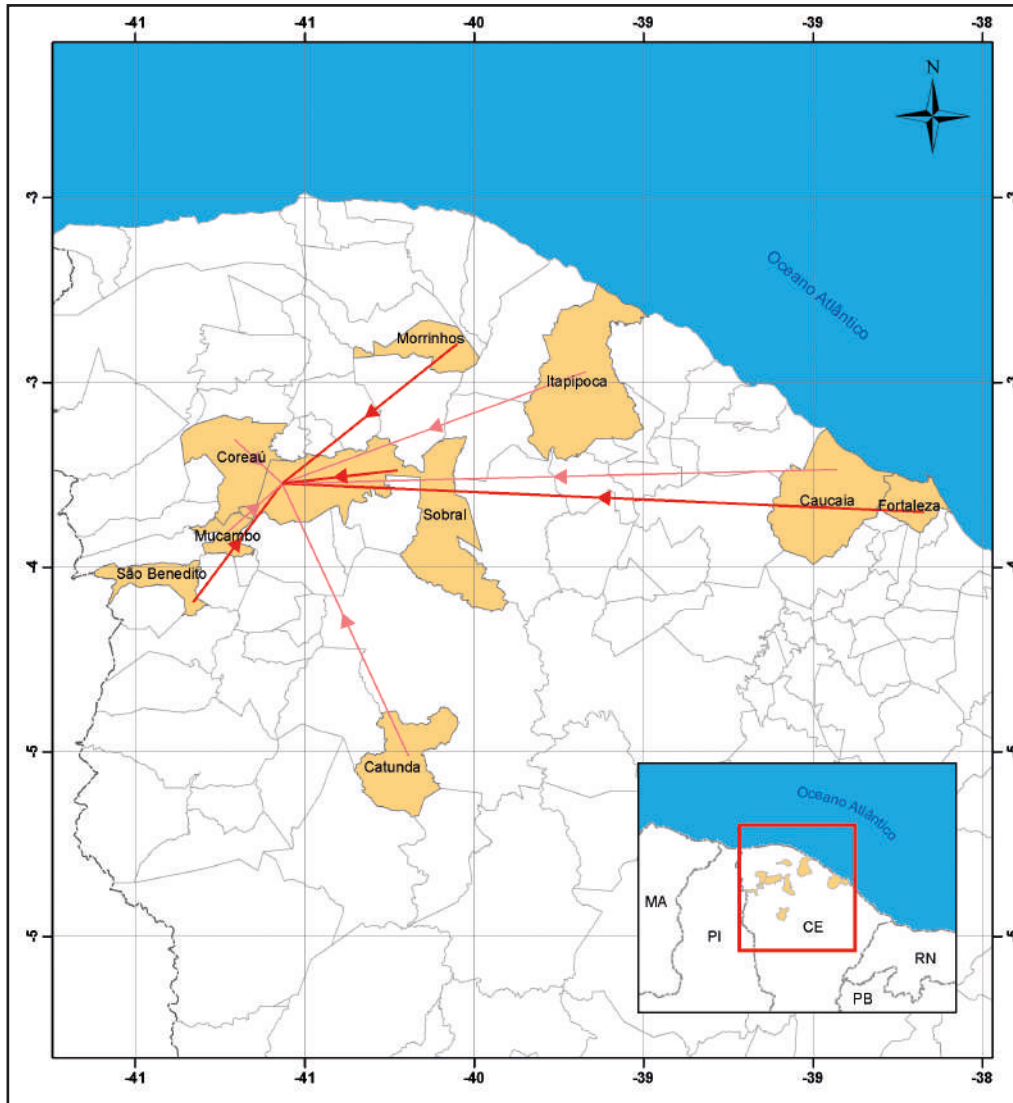
## **5.2 OS CIRCUITOS DAS FEIRAS DE CONFECÇÃO**

As três feiras de confecção, objeto deste estudo, compõem redes geográficas, articuladas em circuitos e em níveis escalonares diferentes. Na escala do Estado, as feiras de vários municípios e distritos são articuladas por caravanas de feirantes

e compradores, também chamados de sacoleiros, que organizam trajetos de acordo com a distância percorrida, a logística de transporte da mercadoria e o público consumidor, formando circuitos de feiras estaduais, o que não impede, entretanto, que haja também articulações e trocas com as feiras de outros estados nordestinos.

Essas feiras, em geral, ocorrem em variados dias da semana. No Distrito de Aprazível, o dia de feira é sexta, enquanto em Caruaru é na segunda-feira e em Serrinha ocorre na quarta-feira e no sábado. Os feirantes do Aprazível são procedentes, em maioria, de Fortaleza ou Caucaia na RMF, mas também de municípios próximos como Coreaú, Catunda, Itapipoca, Morrinhos, Mucambo e São Benedito (Figura 31). Conforme já tratamos, a Associação dos Feirantes do Aprazível – AFA – organiza feiras em outras cidades. Esse circuito tem início na madrugada da quinta-feira com a Feira do Município de São Benedito e do Ipu pela tarde. Ao final da feira de sexta, no Aprazível, muitos feirantes se redistribuem para outras feiras de municípios do Noroeste cearense. No sábado, uma parcela vai para feira do Distrito de Deserto, em Itapipoca. Outra parte dos feirantes se desloca para as feiras dos municípios de Hidrolândia, Reriutaba e Cariré. Nesse mesmo dia, outros feirantes estarão na feira do Município de Cascavel, no litoral Leste do estado ou, ainda, cobrindo as feiras de bairro, em Fortaleza. No domingo, parte dos feirantes segue para a feira de Pacajus; outros feirantes irão para as feiras dos Municípios de Mucambo e Amontada, enquanto os demais fecham esse circuito com a última feira, na madrugada do sábado para o domingo, na feira da rua José Avelino, na área central do comércio de confecção popular em Fortaleza/CE. Constatamos, ainda, o fato de que feirantes também se dirigem para feiras na segunda-feira no Município de Bela Cruz, terça no Município do Marco e na quarta-feira no Município de Santana do Acaraú (Figura 32).

**Figura 31** - Mapa de fluxo - Procedência dos feirantes do Distrito de Aprazível, Sobral/CE.



**Fluxo de procedência dos feirantes de Serrinha**

Fluxo de origem de menor intensidade.
 Fluxo de origem de maior intensidade.

**Convenções cartográficas**

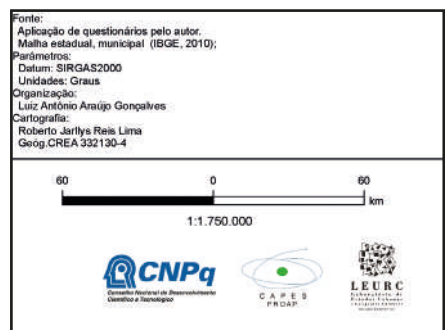
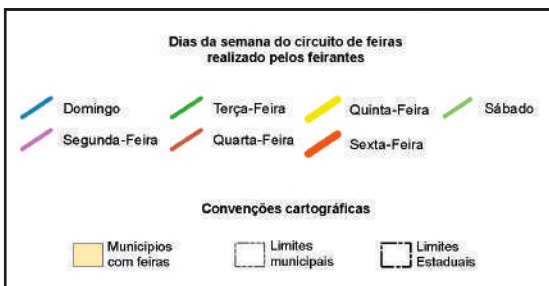
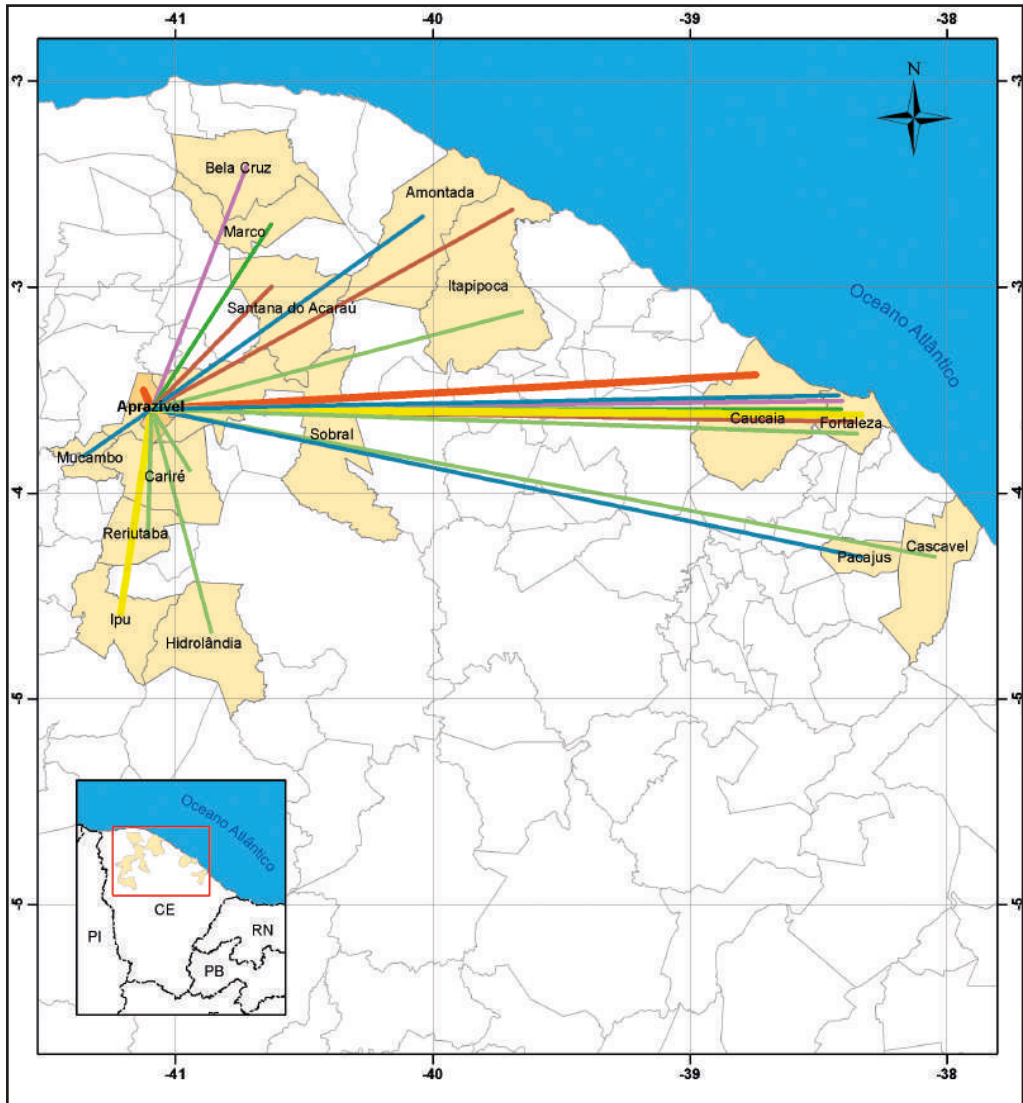
Limites Estaduais
 Municípios de procedência dos feirantes

Limites municipais

Fonte:  
 Aplicação de questionários pelo autor;  
 Malha estadual, municipal (IBGE, 2010);  
 Sistema de Coordenadas:  
 Datum: SIRGAS2000  
 Unidades: Graus  
 Organização:  
 Luiz Antônio Araújo Gonçalves  
 Cartografia:  
 Roberto Jarlys Reis Lima  
 Geóg.CREA 332130-4

80 0 80 km  
 1:1.950.000

Figura 32 – Circuito de feiras realizadas pelos feirantes do Distrito de Aprazível - Sobral/CE.



No caso de Caruaru, os feirantes são em sua maioria do próprio Município, muito embora, acreditamos que comparecem nesse circuito feirantes de vários Municípios vizinhos e da região agrestina. No contexto da pesquisa de campo, registramos a ocorrência de feirantes procedentes dos Municípios de Bezerros, Agrestina, São Caetano, Camocim de São Félix e Cupira (Figura 33). Os circuitos de feiras realizados pelos feirantes de Caruaru apresentam, contudo, uma particularidade, pois tendo em vista a forte centralidade da produção da confecção nessa cidade e o seu comércio na feira, bem como a ocorrência de outras grandes feiras de confecção nos Municípios de Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, os feirantes de Caruaru realizam um circuito pequeno, representado no curto trajeto e dias que realizam outras feiras. Nesse caso, em razão do dia das feiras de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe ser na segunda-feira, sua movimentação é tamanha a ponto de muitos feirantes não precisarem realizar outras feiras nos demais dias da semana<sup>5</sup>. Mesmo assim, alguns feirantes informaram que montam barraca nas feiras dos Municípios de Bezerros/PE, no sábado, e em Camocim de São Félix/PE e Barra de Guarabira/PE mesmo na segunda-feira (Figura 34).

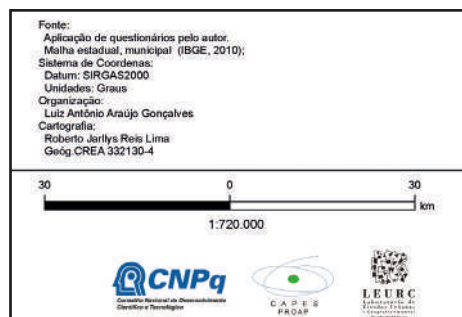
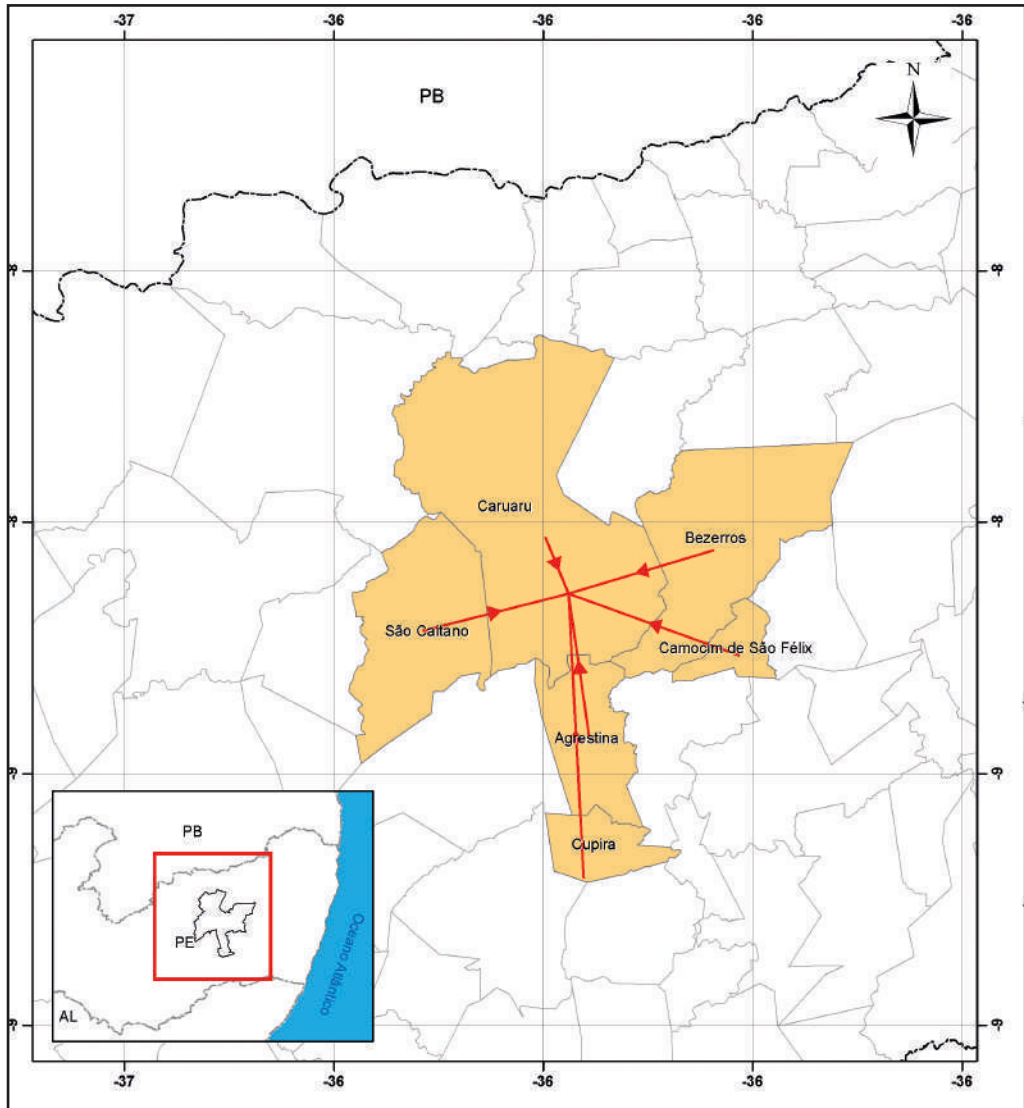
A feira de Serrinha, apesar de ser bem menor do que a de Caruaru, chama atenção pela capacidade de atrair feirantes que procedem de outras cidades, atraindo, inclusive, feirantes do estado vizinho, Sergipe (Figura 35). A feira de sábado em Serrinha, recebe feirantes de outros municípios de sua região de entorno, a exemplo do município de Feira de Santana. Assim, o circuito de feiras em que Serrinha está inserida é bem amplo, ou seja, é composto por um raio de abrangência que alcança cerca de 20 municípios do sertão baiano, atingindo, ainda, o já comentado Tobias Barreto, no estado de Sergipe. Nos demais dias, esses feirantes percorrem outros municípios participando, por exemplo, das feiras de Araci, Santo Amaro e Sátiro Dias na segunda-feira, dos municípios de Santa Bárbara e Conceição do Jacuípe na terça-feira, de Água Fria na quinta, de Conceição do Coité e Ribeira do Pombal na sexta-feira (Figura 36).

---

<sup>5</sup> Segundo informações dos feirantes por nós entrevistados, o que ocorre, via de regra, é a estratégia de aquisição ou aluguel de pontos de vendas, na feira ou em Centros Comerciais, de Toritama/PE e Santa Cruz do Capibaribe/PE, a fim de garantir o alcance de outro público de compradores de confecção.



Figura 33 – Mapa de Fluxo – Procedência dos feirantes de Caruaru/PE



**Figura 34** – Mapa do circuito de feiras realizadas pelos feirantes de Caruaru/PE.

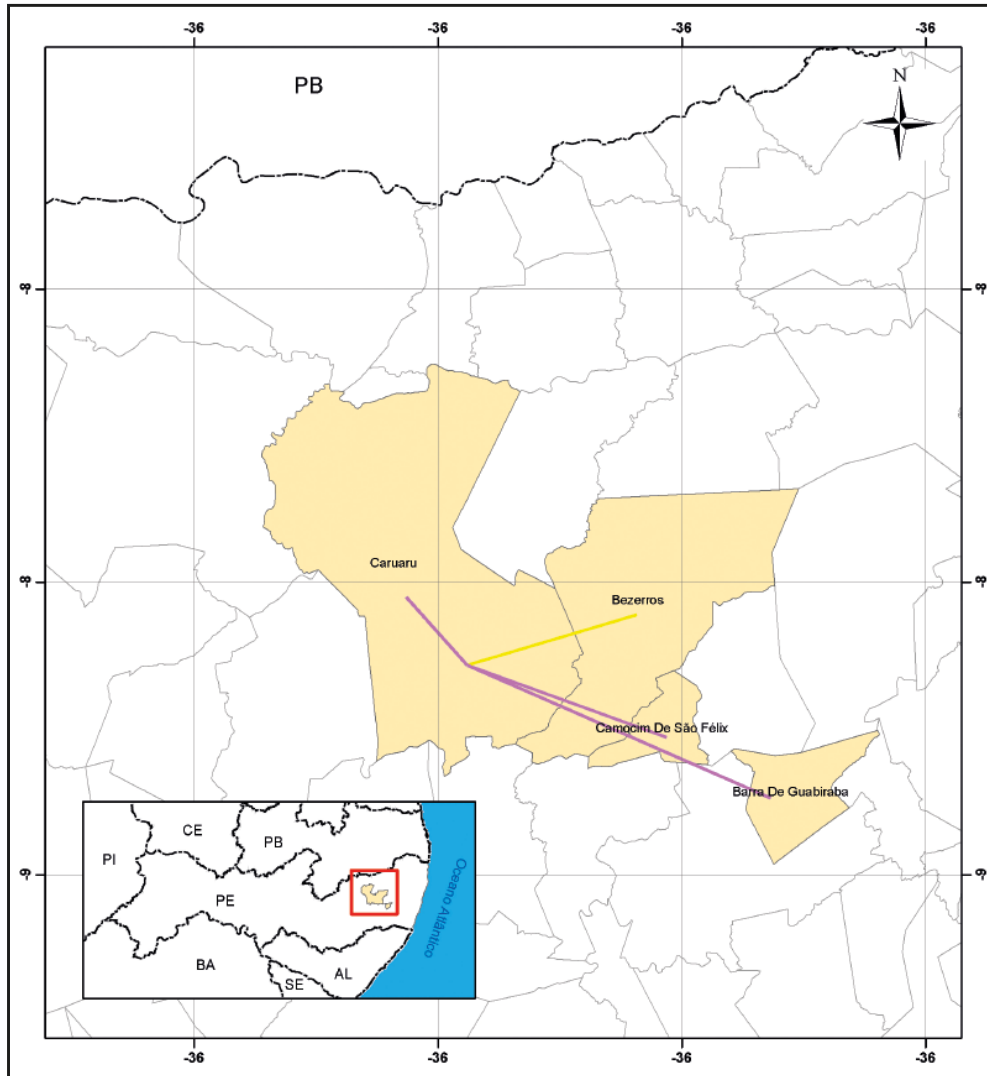
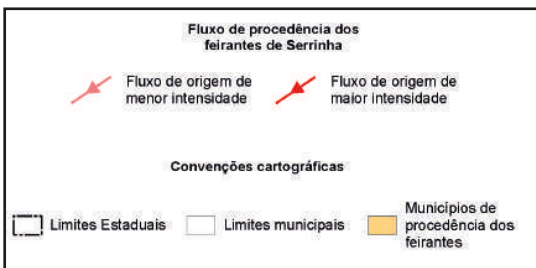
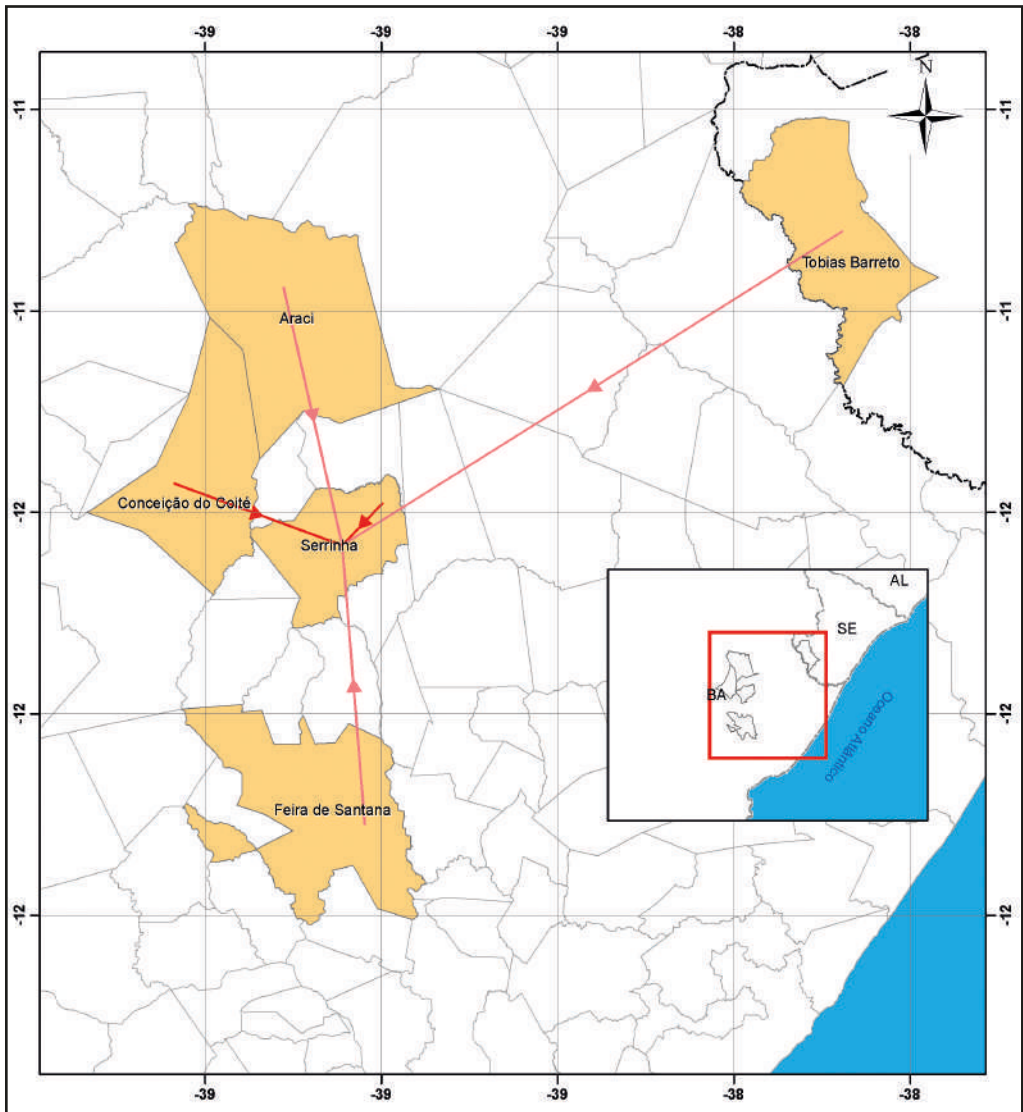
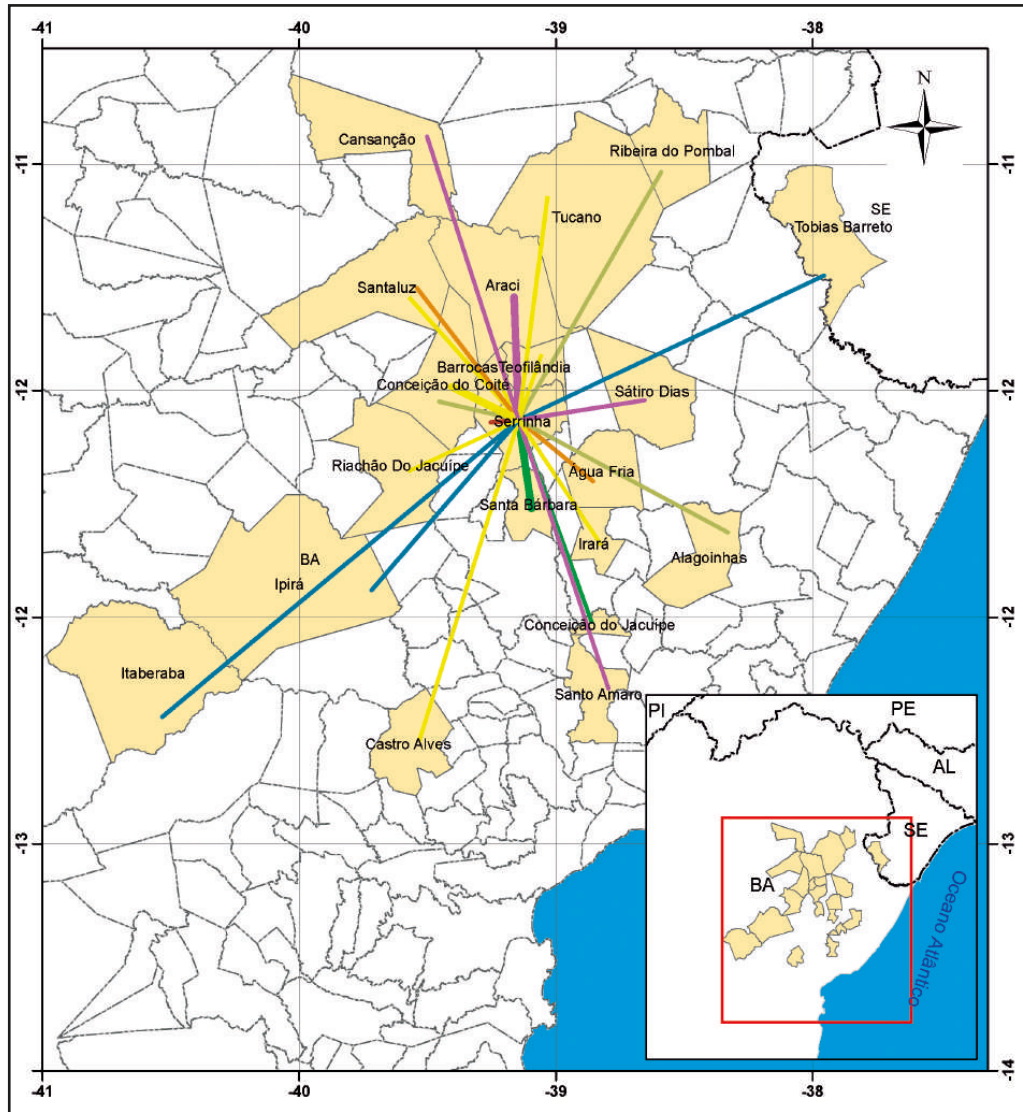


Figura 35 – Mapa de Fluxo - Procedência dos feirantes da Feira de Serrinha/BA



**Figura 36** – Circuito de feiras realizadas pelos feirantes de Serrinha/BA.



Essas feiras, malgrado apontarem redes geográficas com dinâmica relevante, mostram, ainda, profundas desigualdades e/ou contradições, que se evidenciam nos grandes valores movimentados no dia de feira, contrapondo-se ao grande número de homens e mulheres, jovens e idosos, que buscam no comércio de confecção na feira uma oportunidade de gerar renda sem qualquer garantia, a não ser o exemplo de sucesso de colegas e vizinhos de barraca. Nesse sentido, o ideal do empreendedor ganha força nas falas dos feirantes, embora tenham consciência da grande rotatividade da feira. Um sistema técnico que viabilizou o circuito de feiras de confecção foi, sem dúvida, as rodovias estaduais e federais que cortam municípios, estados e até regiões, garantindo o percurso de longos trajetos, tanto por feirantes quanto por sacoleiros (GONÇALVES; AMORA, 2013).

A articulação das feiras de confecção associadas à rede rodoviária aponta uma dinâmica de alteração de algumas estruturas tradicionais no Nordeste, com a mudança de atividades, como a agricultura de subsistência, com forte apelo da ação da natureza, para a produção confeccionista em cidades, distritos e localidades rurais. O sertanejo substitui a enxada pela máquina de costura. Antes, o produto de seu trabalho (agrícola) dependia da chuva, portanto, da natureza. Agora, a matéria-prima é o tecido, o aviamento, sem contar a moda que sai de um mundo globalizado, ligado pelas redes sociais. A feira de confecção nos mostra que o sertão não está fora, à margem ou independente das transformações do processo produtivo global.

A produção têxtil, em larga escala, é insumo para as confecções, já o trabalho assalariado ou por produção, este sim, é o responsável pelos baixos custos da produção. O trabalhador, em geral, é autônomo e é da sua produtividade diária e de sua família que se tornam possíveis os baixos preços das mercadorias – vestuários que se realizam nas feiras. E mais: há de se ressaltar as continuidades e descontinuidades no processo de produção e reprodução das feiras. O espaço do encontro, muitas vezes, de iguais, das trocas, do lazer, ainda permanece, entretanto, as pessoas têm pressa, é preciso chegar cedo, ganhar tempo, afinal o transporte, *Topic* e o ônibus da caravana têm hora para partir e é preciso apressar-se, pois ainda serão muitos quilômetros a percorrer, porquanto outras feiras os esperam.

Embora as feiras não estejam voltadas especificamente para as cidades onde se instalam, a rede que elas criam são associadas a outra, que é a rede de cidades. Em alguns casos, como Arazível e Deserto, a feira acontece fora da cidade, em Distritos situados a poucos quilômetros da Sede urbana do Município, porém à margem da rodovia, o que até certo ponto explica a escolha do lugar. Fica mais



clara a relação da feira com o urbano, mas resta mais patente ainda o descolamento dos mercados periódicos tradicionais no espaço urbano contemporâneo. A centralidade é dada pelas vias de acesso, a exemplo do distrito de Aprazível, um pequeno aglomerado urbano situado, estrategicamente, no entroncamento de rodovia que atende a um público de outras cidades e estados.

Conforme mostraremos mais à frente, em virtude da grande expressão do comércio de confecção na feira, alguns capitais locais, regionais e nacionais, sem adentrar diretamente a esfera da produção confeccionista, buscam apropriar-se de uma parcela da mais-valia gerada por esse tipo de comércio, justamente na esfera da circulação e comercialização da confecção. Isso ocorre, também, em virtude da demanda reprimida de espaços para a realização das feiras livres nas cidades, associada à ação de repressão por parte do poder público municipal. Assim, como alternativa gerada à explosão do comércio da confecção na feira, vários empreendimentos comerciais surgem com origem de capital heterogênea, a fim de capturar esse segmento de mercado popular. Esses empreendimentos comerciais buscam associar-se à identidade da feira, sobretudo, à sua maneira de organização e funcionamento. Em compensação, passam a ofertar uma infraestrutura de que a feira não dispõe, nem poderia, dada sua essência de aglomeração temporária e, por vezes, improvisada. Essa condição é almejada pelo feirante, porém, envolve assumir custos fixos, diferentemente da barraca na feira. Vejamos no tópico a seguir.

### **5.3 AS TRANSFORMAÇÕES NO CONSUMO E O FLUXO DE COMPRADORES DA FEIRA**

Denominamos o vestuário comercializado na feira de confecção popular, pois este se fez um produto de massa, na medida em que as roupas deixaram de ser feitas para durar e passaram a ser confeccionadas para atender a uma “estação”, ou seja, uma tendência de moda. Os principais compradores das feiras de confecção estudadas são, sobretudo, sacoleiras e sacoleiros que saem das mais diversas cidades da região Nordeste e de outras do País em busca de mercadorias para serem comercializadas novamente em seus lugares de origem. É desse modo que as sacoleiras e os sacoleiros compõem o grande mercado das feiras que fazem “as vezes” de mercado atacadista.

Do ponto de vista da sua configuração, aparentemente, a feira permanece a mesma, entretanto, mudanças significativas ocorreram com a entrada de



produtos da confecção na feira. O consumidor final<sup>6</sup>, que antes se dirigia à feira para adquirir produtos alimentícios, buscava nisso o valor de uso, a subsistência, ou seja, o conjunto de gêneros alimentícios necessários para sustentar a família, ou, ainda, a utilidade de um objeto em suas atividades diárias. Já na feira de confecção, o público visitante é o comprador da mercadoria confecção, identificado na figura do sacoleiro que é, antes de tudo, um intermediário, um comerciante<sup>7</sup> que visa ao lucro, ao valor de troca, operacionalizando a lei do comércio, ou seja, “[...] comprar mais barato e vender caro [...]” (MARX, 2011, p. 731). O consumo final é realizado em vários pontos de comércio difusos alhures, que podem ser constituídos por pequenas lojas em bairros populares na periferia das metrópoles ou em cidades médias e pequenas, a fim de revender a mercadoria comprada na feira com o atrativo do preço fixo, a sete ou dez reais por peça (Figuras 37 e 38).

**Figura 37** – Loja de roupas (sete reais a peça).  
Bairro Vila Pery – Fortaleza/CE



Fonte: Fotos do autor (2014).

<sup>6</sup> Marx (2011, p. 734) nos indica que o consumidor é aquele sujeito que adquire um produto e “[...] não compra para vender novamente”.

<sup>7</sup> O Comerciante é descrito por Marx (2011), como aquele sujeito que “[...] compra e vende unicamente ‘visando ganhar’ [...]” (p. 734).

**Figura 38** – Loja de roupas (dez reais a peça).  
Bairro Conjunto Itaperi – Fortaleza/CE.



Fonte: Fotos do autor (2014).

Às vezes o alcance desse circuito é tão amplo que vai além dos limites estaduais e também regionais. A feira de Caruaru, por exemplo, atrai compradores do estado de São Paulo, na região Sudeste, bem como do Rio Branco/AC, na região Norte. Isso sem contar o grande fluxo gerado dentro da própria região Nordeste, com a vinda de compradores de municípios de vários estados como Serrinha/BA, Arapiraca/AL, Patos/PB, Lagarto/SE, Goianinha/RN, Juazeiro do Norte/CE (Figura 39). No caso de Serrinha, os compradores vêm de vários municípios próximos e distantes como Cansanção, Queimadas, Santaluz, Araci, Barrocas, Biritinga, Lamarão, Ichu, Conceição do Coité, Riachão do Jacuípe, Santa Bárbara, Feira de Santana, Santo Antônio de Jesus e da Capital baiana, Salvador (Figura 40).

A procedência dos compradores de Aprazível chama atenção pelo grande alcance espacial da feira, que atinge quase todos os municípios da porção Noroeste do estado do Ceará. Além das interações espaciais com Fortaleza e os municípios metropolitanos, a feira do Aprazível captura um público de sacoleiras (os) e comerciantes de vários Municípios dos Estados do Piauí e do Maranhão, cuja maior concentração de compradores procede de Parnaíba/PI e Cocal dos Alves/PI ou, ainda, de Tutóia e Codó no estado do Maranhão (Figura 41). Chama atenção, ainda, quanto a procedência de compradores da feira de Aprazível, o fato de muitos serem provenientes de quase todos os estados nordestinos (à exceção de Alagoas e Sergipe) e atraírem compradores de capitais como São Luís/MA, Recife/PE e Salvador/BA, mas também de pequenos municípios como Itaituba no Sudoeste do Estado do Pará, na região Norte (Figura 42)

Figura 39 – Fluxo de origem dos compradores da feira de Caruaru/PE.

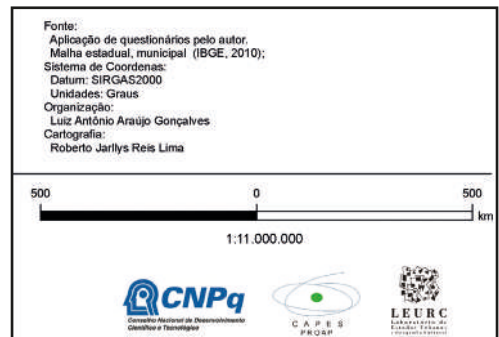
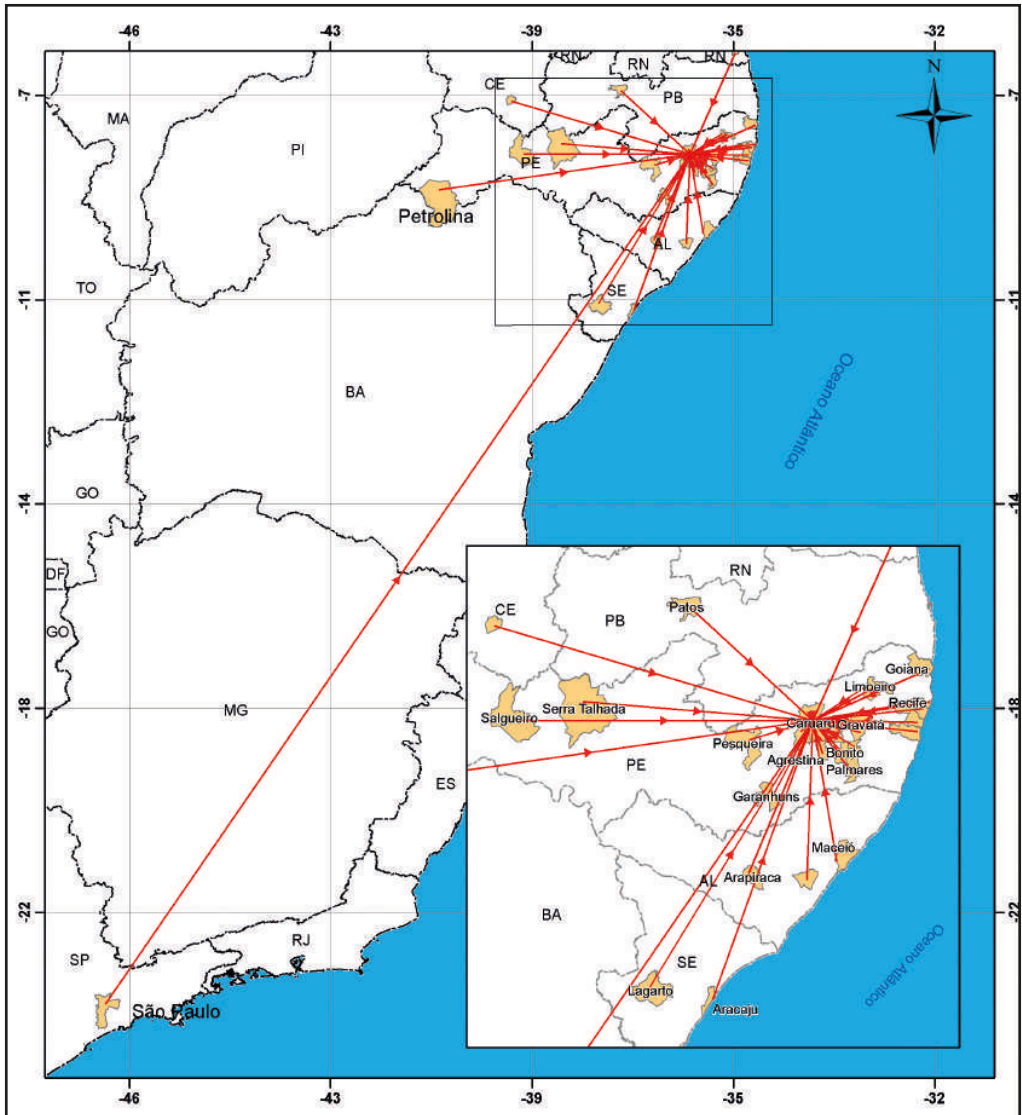
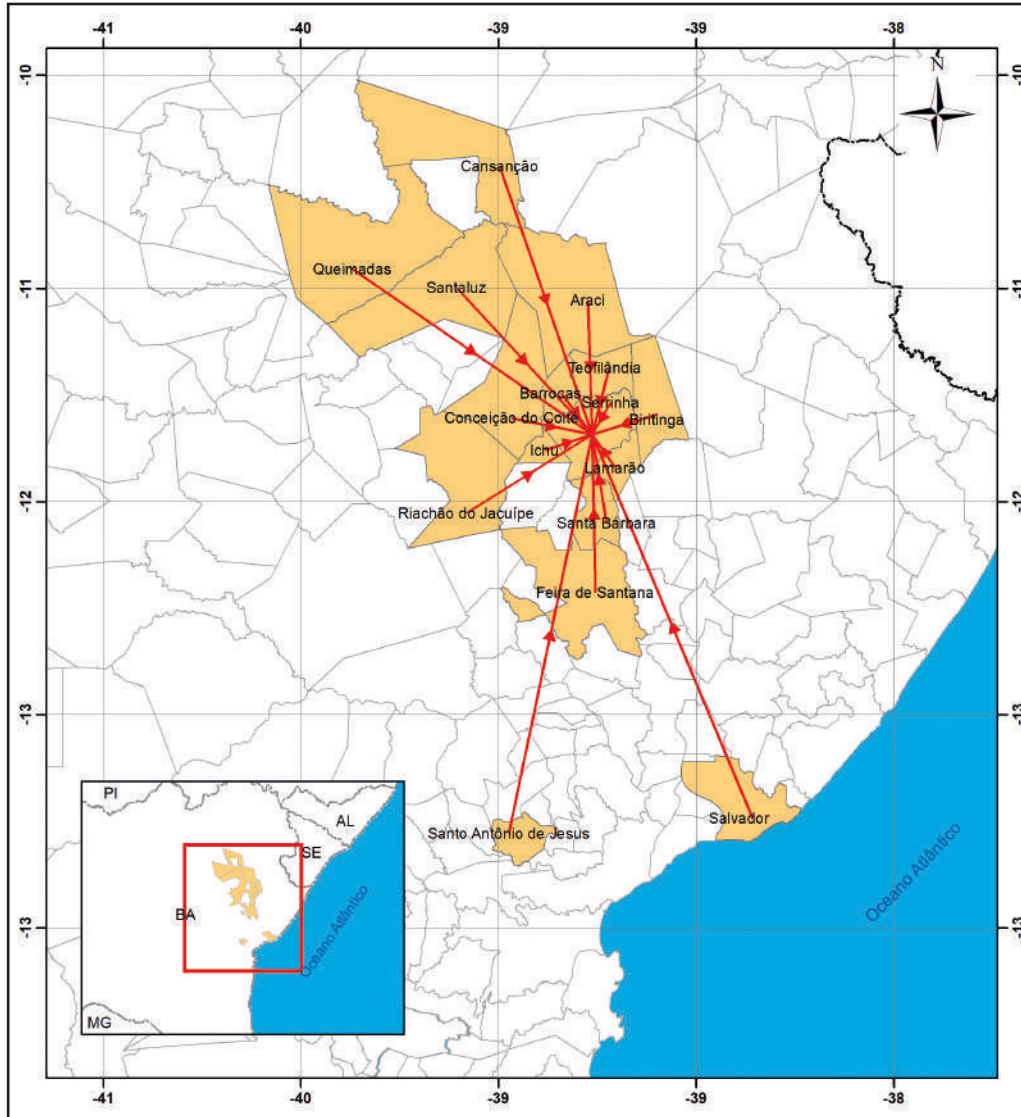


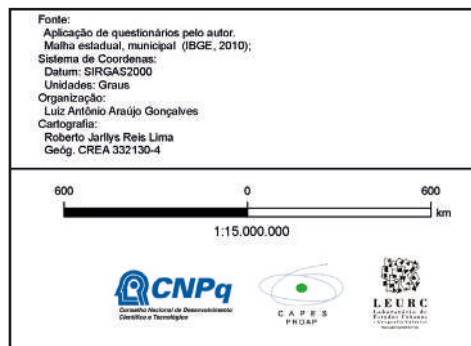
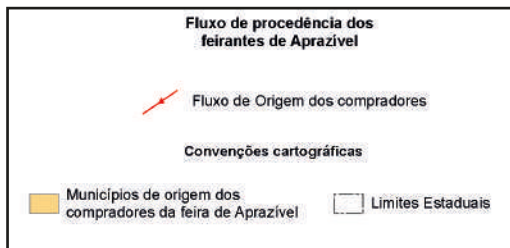
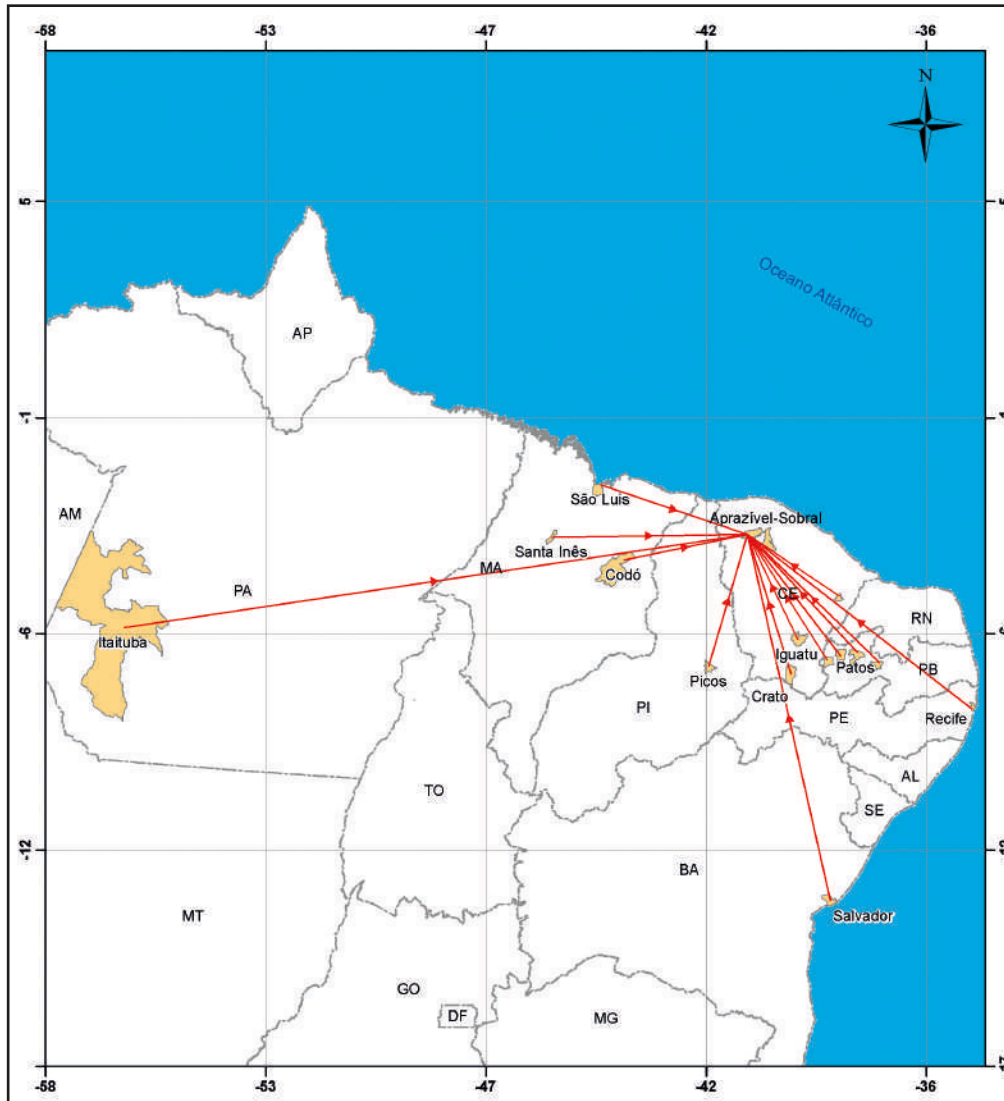
Figura 40 – Fluxo de origem dos compradores da feira de Serrinha/BA







**Figura 42** – Origem dos compradores da Feira de Apazível, Sobral/CE (Recorte regional)





Ao longo da pesquisa, nos percursos e rotas realizadas nos trabalhos de campo, deparamos vários sujeitos da pesquisa que chamaram nossa atenção. Vale destacar o encontro com um senhor morador da cidade de Tabatinga, às margens do rio Solimões, no extremo Oeste do Estado do Amazonas, Município fronteiriço com a Colômbia, próximo a *Benjamin Constant*, fronteira com o Peru. Ele seguiu conosco o mesmo trajeto saindo de ônibus da rodoviária de Caruaru até a rodoviária do Recife e também daí até o aeroporto internacional do Recife – Gilberto Freyre. Nesse percurso, ele nos contava que já havia passado pelas feiras de confecção e centros de compras em Fortaleza e tinha vindo até o Agreste pernambucano para comprar moda íntima e *jeans*. Esse senhor relatou que possuía loja na sua cidade e uma vez por mês realizava esse trajeto para repor seu estoque de mercadoria. Fazia o percurso sem levar consigo nenhuma mercadoria. Quando indagado onde levava suas compras, ele nos respondeu que despachava a carga por empresas de transporte aéreo. Em outro momento, deparamos um casal que carregava algumas sacolas *jeans* vazias em um carrinho de compras e uma pequena bolsa de viagem. Realizamos o mesmo trajeto de Fortaleza para Caruaru, trocando apenas de modal de transporte no Recife – do aéreo para o terrestre. Em conversa informal, relataram que eram lojistas e vieram para Caruaru comprar mercadorias para renovar o estoque. Esse movimento repõe nossa reflexão sobre os diversos movimentos promovidos pelo comércio da confecção popular na feira na região Nordeste.

Existe também o segmento de sacoleiras que fazem caravanas até as feiras. Essa modalidade de deslocamento ocorre com o pagamento de ônibus fretado para esse fim e ainda conta com um guia da caravana. No trabalho de campo, deparamos com sacoleiros, compradores que faziam o percurso das feiras. Constatamos que muitos comerciantes da feira de Serrinha fazem caravanas quinzenais para as feiras do Agreste pernambucano (Toritama e Santa Cruz do Capibaribe) para comprar mercadorias e repor seus estoques de produtos. A mercadoria retorna juntamente com eles no ônibus para sua cidade de origem.

Um aspecto que chama atenção nas feiras é o uso das Tecnologias de Informação e Comunicações – TIC's que têm se intensificado à medida que as localidades nordestinas ganham suporte da rede de comunicação móvel. No caso da feira de Aprazível, até há bem pouco tempo, não havia acesso à telefonia móvel, mas o problema foi resolvido e a localidade já usufrui da telefonia e internet móveis.

Faz algum tempo que o cartão de visita é utilizado para repasse dos contatos dos feirantes e localização da barraca na feira, todavia se encontra nesse cartão o número de contato do *Whatsapp* ou o endereço da *Fanpage* no letreiro da barraca,

indicando que ela também pode ser localizada nas redes sociais. Os contatos com os clientes agora são realizados por esse meio de comunicação, onde os feirantes divulgam a chegada de novos modelos e números de peças para os compradores (lojistas e sacoleiros) que vão para a feira na quinzena do mês. Há, ainda, a criação, por parte dos feirantes, de grupos de *Whatsapp*, por onde são enviadas fotos de modelos e/ou manequins vestidos com peças informando as mercadorias novas no boxe da feira. Muitos contatos com compradores são realizados por meio de *postagens* na página de redes sociais, como o *Facebook*, que deixam seu número registrado para ser incluído no grupo do *Whatsapp* do feirante.

De outro modo, muitos feirantes realizam procedimentos de produção direcionada, *just in time*, de acordo com a demanda solicitada, tendo a feira como ponto de encontro. Conforme o relato de um feirante que é fabricante de modinha, ele só produz quantidades maiores se for por encomenda, pois não tem muito capital fixado em peças fabricadas, aviamentos e tecidos. Assim, tem como gerenciar melhor seus custos e vender na feira sem ficar com peças paradas no estoque.

Conforme veremos mais à frente, o que se verifica é a difusão do comércio de confecção popular em várias feiras de grandes, médias e pequenas cidades no Nordeste brasileiro. Entendemos que a inserção da confecção no espaço dessas feiras ocorreu em decorrência da produção de pequenas confecções e microfacções, o que repercute na utilização do espaço público para sua comercialização, entrando em conflitos com outras lógicas de produção do espaço urbano. Trataremos a seguir de explicar sobre alguns casos de empreendimentos que surgem da lógica de organização e normatização do funcionamento das feiras. Muitos deles já existiam quando iniciamos nossa pesquisa, outros foram surgindo no decorrer do tempo de pesquisa, em substituição às feiras livres, cujo comércio da confecção exerceu a maior força e expressão.

## **5.4 DAS FEIRAS AOS GALPÕES: DA DESCONSTRUÇÃO DA FEIRA LIVRE À CONSTRUÇÃO DE CENTROS DE COMÉRCIO DE CONFECÇÃO POPULAR.**

As questões relativas à normatização e planejamento dos espaços e dias de feira ensejam calorosos debates, envolvendo associações de feirantes, os Poderes Executivo e Legislativo, e a mídia, por meio dos jornais impressos e televisados, notícias em *blogs* da internet etc. Em grande parte, os debates reportam-se à retirada da feira para outras áreas urbanas que, na visão dos os gestores, não “interfirmam” na dinâmica da cidade. As opiniões pró ou contra a permanência

da feira livre nas áreas centrais das cidades mobilizam vários agentes sociais, desde os feirantes, que passaram a se organizar em associações, até entidades de classe, proprietários fundiários, promotores imobiliários e o Poder Público. A opção levantada quase sempre vem capitaneada por projetos de construção de empreendimentos privados para acolherem esses feirantes fora das áreas centrais, embora alguns comerciantes afirmem que a feira é benéfica, porque traz o movimento de pessoas.

De modo geral, comprovamos esse movimento de reivindicação e conflito dos feirantes nas três feiras foco desse estudo. Embora essas feiras estivessem situadas em realidades específicas, a luta em comum era pela sua permanência no espaço público. A solução dada pelo Poder Público aos comerciantes da feira, porém, foi pela dissolução da aglomeração de barracas e sua retirada da rua para serem alocadas em terrenos, galpões e/ou empreendimentos mediante o pagamento de taxas ou, ainda, mediante a “compra” de um espaço do boxe (2mx2m – 2mx1m). É preciso esclarecer que a compra do boxe nesses espaços garante apenas a posse e exploração econômica do espaço, não havendo direito de propriedade para quem o adquire.

Ao longo do tempo da pesquisa, vários empreendimentos foram surgindo, alguns grandiosos, dadas as dimensões de sua infraestrutura, outros nem tanto por adaptarem estruturas já existentes que ganharam outra função. Ambos, entretanto, buscavam reproduzir a lógica de organização e funcionamento do espaço da feira, basicamente, com a formação de fileiras de boxes/bancas. Alguns estabelecimentos ganhavam o nome de “Cidade” no sentido weberiano<sup>8</sup> mais qualitativo, outros de “Center”, ou, ainda, manteve-se a alcunha de “Feira” com o intuito de preservar a associação da sua imagem à da feira. A aglomeração agora se daria em estabelecimentos comerciais privados que nada mais são do que grandes galpões que comercializaram centenas de boxes ou espaços comerciais para os comerciantes que antes estavam na feira.

O comércio da confecção popular, que se utilizava da aglomeração da feira, à medida que se intensifica o processo de acumulação e exploração, contraditoriamente, moderniza sua estrutura, isto é, centros de comércio da confecção popular. Interessante é salientar, conforme veremos adiante, que, apesar da lógica de funcionamento ainda remeter ao funcionamento de uma feira, esses espaços deixam de ter a liberdade da feira para se enquadrar à lógica dos empreendimentos imobiliários de iniciativa privada (PINTAUDI, 1992).

---

<sup>8</sup> Atribuído à aglomeração de imóveis que formam uma grande localidade.

Além de Caruaru, o comércio da confecção popular também está concentrado nas cidades próximas de Santa Cruz do Capibaribe e Toritama. A cidade de Santa Cruz do Capibaribe também tinha uma grande feira localizada em sua área central e ganhou evidência com o comércio de roupas na feira, ainda, nos anos de 1980 e 1990. O crescimento da feira deu origem a um dilema marcado pela necessidade de ordenamento da cidade e a expansão da atividade econômica da indústria e comércio confeccionista.

Segundo Xavier (2006, p. 124), a produção da confecção nesta cidade ocorreu “[...] pela iniciativa dos pequenos empresários, dos microempresários e dos trabalhadores autônomos. A produção cresceu e difundiu-se pelas cidades vizinhas, iniciando um processo de cooperação, através de intensa divisão do trabalho [...]”. O comércio de confecção que sucedia nas ruas centrais da cidade de Santa Cruz do Capibaribe, cuja feira também era denominada de Feira da Sulanca, passou a ser motivo de vários conflitos, haja vista que o crescimento do número de feirantes e, conseqüentemente, de barracas provocava inúmeros problemas ordenamento e fluxo para os cidadãos. Segundo o relato das pessoas com quem conversamos, a feira era composta por bancas montadas ou mesmo em lonas estendidas no calçamento. Conforme descreve Thonny Hill (2012, p. 37), o comércio da confecção na feira “[...] se espalhava por 26 ruas do centro da cidade, em bancas de madeira, sem estrutura para receber os milhares de compradores vindos de diversos estados do país e também do exterior”. A estrutura e o fluxo de pessoas na feira da Sulanca, em Santa Cruz do Capibaribe nos anos 1980, é descrita na entrevista com um morador da cidade, que nos relatou como era o comércio de confecção popular nas ruas do local e como isso levou à concepção do um centro comercial.

Como a gente estava na feira, na rua, ocupando 40 ruas da cidade. Uma peculiaridade: a gente tinha feira aqui na quinta e na segunda e com a movimentação, a feira estava sempre mudando de dia. E tinha uma coisa interessante que era o seguinte, se a feira era na segunda, o pessoal, os montadores de banco, tinha [*sic*] que colocar o banco na rua no dia anterior. Aí interditava a cidade, chegando ao ponto que a gente só ter [*sic*], praticamente, dois dias mesmo aqui na cidade para o trânsito fluir normalmente, no resto dos dias a cidade era ocupada pelos bancos [de feira]. Aí a gente tinha um prefeito aqui que hoje é deputado federal e já tinha um prefeito anterior que já tinha dado a ideia de criar o Moda Center, e ele [o primeiro] aproveitou a deixa do outro e cedeu esse terreno aqui. Esse terreno era do município. Ele reuniu as pessoas, associações etc. e doou esse terreno para a construção do Moda Center. Uma empresa construiu e dividiu do mesmo modo como é a construção de um edifício de apartamentos. A empresa vai construir, aí você compra antes da construção, você vai pagando, apostando no empreendimento que ia vender todas as partes. E assim foi feito com o Moda Center, o povo comprou, acreditou e estamos aí. (Entrevista 03, 2012).

O comércio de confecção na feira ocupava toda a área do centro da cidade, de modo que chegou ao limite. Com a mobilização do poder público municipal, juntamente com os empresários do ramo de confecção e feirantes-fabricantes, foi idealizado o projeto de um centro de compras que desafogasse o centro da cidade e promovesse a atividade de comércio de confecções. Os feirantes e fabricantes da cidade e outras próximas foram incentivados a adquirir boxes no novo empreendimento situado na Rodovia Estadual PE-160, na saída da cidade para o sertão.

O Moda Center Santa Cruz (MCSC) foi inaugurado em 7 de outubro de 2006, reunindo confeccionistas e feirantes da região do Agreste pernambucano e estados vizinhos (Figura 43). O empreendimento é autodenominado como o maior centro atacadista de confecções da América Latina, composto em sua maioria por fabricantes reunidos na modalidade de condomínio comercial. Para justificar esse título, o empreendimento conta, conforme dados de 2015, 9.624 boxes (2x1 m) divididos em seis módulos, 707 lojas e uma infraestrutura formada por seis praças de alimentação, numa área coberta de 120 mil metros quadrados (m<sup>2</sup>), contando, ainda, com vários serviços, como alojamentos para motoristas, posto ambulatorial, caixas eletrônicos, carrinhos de compra, sistema de som (rádio *center*) e TV (TV *center*), câmeras de segurança, SAC (para os condôminos) e rede Wi-Fi. Do lado de fora e compondo o conjunto do empreendimento, dispõe-se um amplo estacionamento com 6.000 vagas para carros de passeio e 500 vagas para ônibus. Além disso, 19 hotéis-dormitório estão dispostos nos limites da propriedade.

Essa gama de serviços segue os traços característicos de um *Shopping Center* (SC) na definição de Pintaudi (1992), todavia direcionado para o comércio atacadista do vestuário de moda popular, haja vista que a maioria absoluta do público consumidor do MCSC é composta de sacoleiros e lojistas que adquirem a mercadoria para vendê-la alhures. De outro modo, a exposição das mercadorias pouco lembra as vitrines de um SC, sendo marcante a paisagem de roupas e manequins expostos nas bancas de ferro dispostas em fileiras – identificadas por códigos alfanuméricos – que mais lembram uma feira, apesar da construção deste centro de compras ter ocorrido justamente para a retirada da feira das ruas de Santa Cruz do Capibaribe.

**Figura 43** – Vista frontal do “Moda Center Santa Cruz”.



Fonte: Próprio autor, 2016.

Nos períodos de maior movimento, o local chega a receber mais de 150 mil clientes por semana, vindos de todo o País. Segundo informações da gerência de comunicação do MCSC, no mês de dezembro do ano anterior, esse equipamento chegou a receber cerca de 500 ônibus de todos os estados do Norte e Nordeste e até mesmo de estados de outras regiões do Sul, Sudeste e Centro-Oeste. Na ocasião de nossa visita ao MCSC, em 26 de novembro de 2012, eles tinham recebido caravanas de compradores vindos do Rio Grande do Sul e de São Paulo.

Mesmo sendo um centro de comércio atacadista de confecção, o MCSC ainda preserva um hábito da feira, ou seja, o “dia de feira”, que diz respeito aos dias de maior concentração de confeccionistas e de compradores. Assim, “os dias de feira” no MCSC ocorrem sempre às segundas e terças, das 7h às 18h. Nos períodos de alta temporada, ou seja, a partir da segunda quinzena de maio e durante todo o mês de junho, e no mês de novembro e dezembro, esse centro de compras também abre aos domingos, sempre no mesmo horário. Não há grande movimento de quarta a sábado, de modo que centenas de boxes e lojas permanecem fechados, abrindo de acordo com a determinação de cada comerciante.

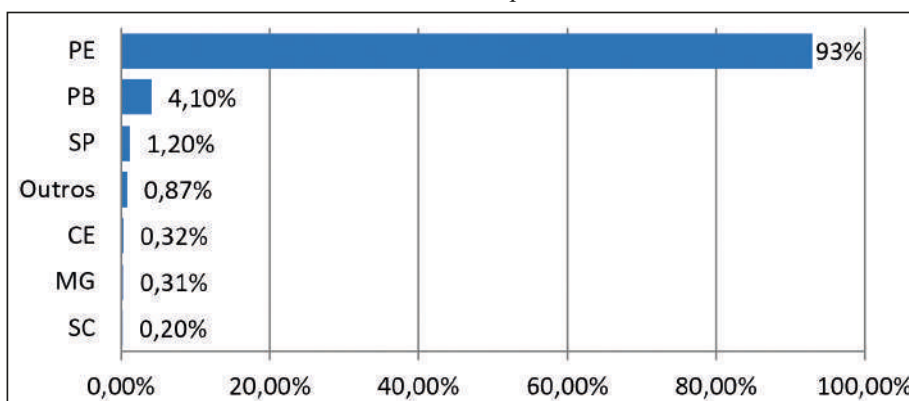
As ferramentas de mídia digital e redes sociais são usadas intensamente pelo setor de comunicação e *marketing* do MCSC, a fim de informar o maior número de clientes possível, formado por sacoleiros e sacoleiras vindos em caravanas de ônibus que partem de várias cidades e regiões do País. Os informes referentes aos dias de abertura do empreendimento mostram que este abre também aos domingos, durante os meses de novembro e dezembro de 2015. Interessante também



é notar que o anúncio de abertura do centro comercial ocorre como se fosse um dia de feira. Outro registro relevante diz respeito ao grande número de pessoas que visitam a *fanpage* do MCSC, com registro de cerca de 40 mil visualizações.

Os dados da pesquisa *As Fronteiras da Atividade Empreendedora Baseada no Moda Center Santa Cruz*, realizada no mês de maio de 2013, pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente do Município de Santa Cruz do Capibaribe, indicam a origem dos produtos comercializados naquele centro de venda de confecção. Os dados revelam que 93% dos produtos ali comercializados têm origem no próprio Estado de Pernambuco. Há também, no entanto, a participação de produtos originários de estados vizinhos, como Paraíba (4,10%) e Ceará (0,32%). Dentre os produtos confeccionados em outras regiões do País, destacam-se aqueles procedentes da região Sudeste, especificamente, dos Estados de São Paulo (1,20%) e Minas Gerais (0,31%). Vale apontar que o Estado de Santa Catarina, embora esteja mais distante, na região Sul, responde por 0,20% dos produtos comercializados no MCSC (Gráfico 17).

**Gráfico 17** - Origem dos produtos nacionais comercializados no MCSC, em Santa Cruz do Capibaribe/PE.



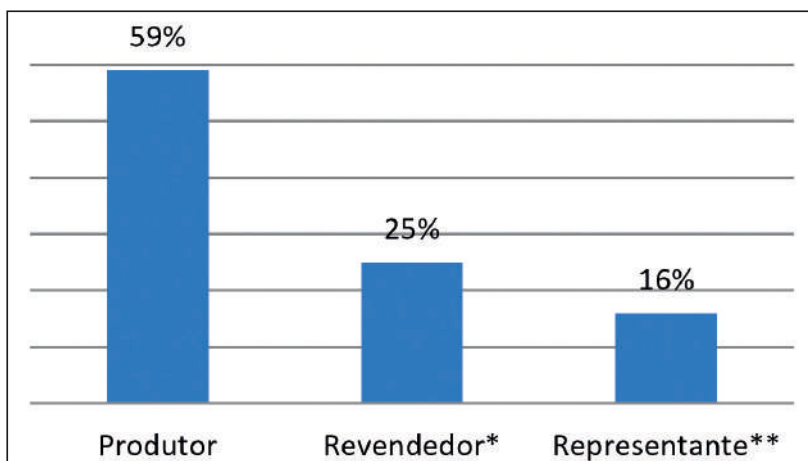
Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente/  
Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Capibaribe/PE.

Ainda segundo o mesmo estudo, dentre os comerciantes que têm boxe ou loja nesse empreendimento, 59% foram identificados como produtores de confecção. E, ainda, cerca de 25% eram revendedores, ou seja, compram a mercadoria para revender. Outros 16% foram classificados como representantes, isto é, aqueles que apanham a mercadoria em consignação para vender (Gráfico 18). Segundo os dados fornecidos pela Gerência de Comunicação e *Marketing* do MCSC, ao todo, o empreendimento totaliza um universo de 10.331 comerciantes/pontos de vendas distribuídos entre boxes e lojas. Se transformarmos os dados percentuais supracita-

dos em números absolutos, podemos verificar que cerca de 6.095 comerciantes do MCSC são fabricantes, 2.583 são revendedores e 1.653 representantes.

Desde a primeira visita a esse empreendimento, chamou-nos atenção o grande número de comerciantes, de modo que seria esclarecedor obter a informação do número de fabricantes por tamanho e formalização da empresa. Esse dado, entretanto, não estava disponível ou sistematizado pelo estabelecimento e obtê-lo de outro modo como a aplicação de questionário tornaria nossa pesquisa inviável, ou melhor, levaria a um estudo exaustivo e nos desviaria do objetivo geral e recorte de nossa pesquisa. Conversando, porém, com as pessoas que vendiam confecção nos boxes, pudemos constatar que muitos eram pequenos fabricantes que tinham facções domiciliares, ou fabricos, como se denomina na região. Aqueles com quem conversamos nos relataram que tinham bancas de rua na antiga feira que ocorria no centro da cidade. Com a mudança do comércio de confecção da feira para o MCSC, juntaram economias para comprar um box de 2x1 metros.

**Gráfico 18** – Comerciantes empreendedores do MCSC, por tipologia



\* Revendedor é aquele que compra e revende um produto.

\*\* Representante é aquele que vende um produto que pegou em consignação.

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente/  
Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Capibaribe/PE.

A diferença entre o revendedor e o representante pode ser melhor refletida com suporte no parâmetro de que são sujeitos que não têm a preocupação em produzir e toda a soma de encargos que isso representa. O revendedor, ao adquirir a mercadoria, vê-se apenas diante da obrigação de realizar a venda dessa mercadoria e, assim, obter o lucro e repor seus estoques. Já o representante vende

a mercadoria, mas não necessariamente é obrigado, pois aquilo que não for vendido – a ponta de estoque – retorna para o fabricante da confecção consignada.

O MCSC concentra grande número de comerciantes de confecção popular originários de dezenas de municípios dos Estados de Pernambuco e Paraíba. Em parte, as rodoviárias federais BR-104, que cortam o Agreste de Norte a Sul, e a BR-232, de Leste a Oeste, contribuem para que o raio de atração do MCSC alcance fabricantes, revendedores e representantes de cerca de 16 municípios paraibanos, juntamente com outros 38 municípios do agreste e zona da mata pernambucana.

Ao total, o empreendimento mobiliza comerciantes de 54 municípios que têm pontos de venda no MCSC; esses comerciantes vêm tanto da Capital pernambucana, de municípios de sua região metropolitana, quanto de cidades importantes do Agreste, como Caruaru, Bezerros, Gravatá, Pesqueira, Belo Jardim, Vitória de Santo Antão.

Do lado paraibano, o MCSC atraiu comerciantes de cidades importantes no contexto regional num raio de 100 a 150 quilômetros de distância, como Campina Grande e Patos. O maior contingente, contudo, vem de lugares em torno de 50 quilômetros, portanto, municípios mais próximos situados nos Estados de Pernambuco e Paraíba, denotando que a produção confeccionista ainda é essencialmente local/regional. Essa atração também ocorre com pequenos fabricantes e confeccionistas de outras cidades, como São Bento, Catolé do Rocha e São José de Piranhas, na Paraíba, que se deslocam para o MCSC a fim de se beneficiar da aglomeração e concentração de compradores para vender sua pequena produção. Estes, por motivos diversos, não conseguiram adquirir um ponto de venda nesse Centro de comércio, ficando de fora. Com isso utilizam outras estratégias locais, como as proximidades das hospedarias e hotéis, as barracas no terreno ao lado do empreendimento e até mesmo dentro dessa estrutura, abordando os compradores que ali trafegam.

Em 2012, quando realizamos nossa primeira visita ao MCSC, verificou-se que nos fundos do empreendimento havia um terreno com uma grande movimentação de pessoas que formavam ali uma aglomeração precária de bancas de madeira entre becos de terra batida. Ali ocorria outra feira improvisada que será abordada mais à frente. Em conversas informais com os feirantes nessa área contígua ao MCSC, foi-nos relatado o fato de que muitos dos que comercializavam nesse local chegavam ainda de madrugada de municípios bem distantes dali. Na ocasião, conversando com uma feirante que vendia redes de dormir, ela relatou que era procedente do Município de Jardim de Piranhas, no Estado do Rio Grande do Norte, de onde trazia produtos de cama, mesa e banho (redes

de dormir, tapetes, mantas, panos de prato etc.) para comercializá-los em Santa Cruz do Capibaribe. Quando indagamos o que justificava uma viagem tão longa, ela nos respondeu que era em função da grande concentração de pessoas, e afirmou que o movimento de pessoas e dinheiro compensava estar ali.

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente do Município de Santa Cruz do Capibaribe elaborou um ranque dos municípios de acordo com o número de empreendedores que comercializam sua produção no MCSC. Conforme podemos verificar no Quadro 2, Santa Cruz do Capibaribe é o município com a maior quantidade de comerciantes no MCSC. Em seguida, vêm os municípios próximos, como Caruaru, Brejo da Madre de Deus, Taquaritinga do Norte, Toritama, Surubim, Vertentes, Jataúba, Riacho das Almas e Frei Miguelinho, todos pertencentes ao Estado de Pernambuco, compondo a lista dos dez municípios com maior número de comerciantes.

**Quadro 2** – Ranque dos 30 municípios, com maior número de empreendedores que escoam sua produção para o MCSC.

1. Stª Cruz do Capibaribe/PE	11. São Caitano/PE	21. Vitória de Sto. Antão/PE
2. Caruaru/PE	12. Cupira/PE	22. *Campina Grande/PB
3. Brejo da Madre de Deus/PE	13. Agrestina/PE	23. *Congo/PB
4. Taquaritinga do Norte/PE	14. Limoeiro/PE	24. Stª. Maria do Cambucá/PE
5. Toritama/PE	15. *Queimadas/PB	25. *Patos/PB
6. Surubim/PE	16. Pesqueira/PE	26. Recife/PE
7. Vertentes/PE	17. *Barra de São Miguel/PB	27. Bezerros /PE
8. Jataúba/PE	18. Moreno/PE	28. Canhotinho/PE
9. Riacho das Almas/PE	19. *Alcantil/PB	29. *Caraúbas/PB
10. Frei Miguelinho/PE	20. Belo Jardim/PE	30. Passira/PE

\* Municípios paraibanos.

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente/  
Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Capibaribe/PE.

Os dados apontam para uma composição de capital de origem local e para a capacidade mobilizadora da venda de confecção na economia regional. O MCSC conta com comerciantes originários de pelo menos 54 municípios, dos quais 16 são do Estado da Paraíba, o que evidencia a centralidade e o alcance espacial do Município de Santa Cruz do Capibaribe, em virtude da produção e comercialização de artigos do vestuário em geral. Isso nos mostra a espacialização dos empreendedores que comercializam no MCSC. Se este tem 10.331 pontos de venda, entre boxes e lojas, e há mais de 2.500 empreendedores de Santa Cruz do

Capibaribe, logo, o empreendimento tem, no mínimo, 24% dos pontos de venda ocupados por empreendedores do próprio Município.

O segundo maior contingente de comerciantes vem dos Municípios de Caruaru e Brejo da Madre de Deus. Seguidos dos comerciantes que procedem dos Municípios de Jataúba, Taquaritinga do Norte, Riacho das Almas, Vertentes e Surubim, do lado pernambucano. O mesmo não ocorre com os municípios paraibanos, limítrofes ou mais próximos, destacando-se apenas o Município de Barra de São Miguel. Os demais municípios têm número abaixo de dez comerciantes atuando no MCSC.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) estabelece uma hierarquia para a rede urbana brasileira e classifica as cidades e suas regiões de influência<sup>9</sup>. De acordo com o documento Região de Influência das Cidades – REGIC, de 2007, Recife é uma metrópole cuja rede urbana exerce influência sobre oito capitais regionais, dentre elas Caruaru, que, por sua vez, é classificada como uma capital regional C.

Desse modo, Caruaru exerce influência sobre cerca de 20 municípios do Agreste pernambucano<sup>10</sup>. Nos anos de 1980, eram 46 municípios e em 1970 essa influência dava-se sobre 68 municípios<sup>11</sup>. Embora o Município de Santa Cruz do Capibaribe ainda esteja submetido à hierarquia urbana de Caruaru, o grande número de empreendedores que têm pontos de vendas no Moda Center Santa Cruz aponta uma subcentralidade desse Município em relação a Caruaru, promovida, sobretudo, pela produção e comércio da confecção.

De acordo com os dados da Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego, o número de estabelecimentos de confecção de artigos do vestuário e acessórios nos municípios que têm empreendedores que

---

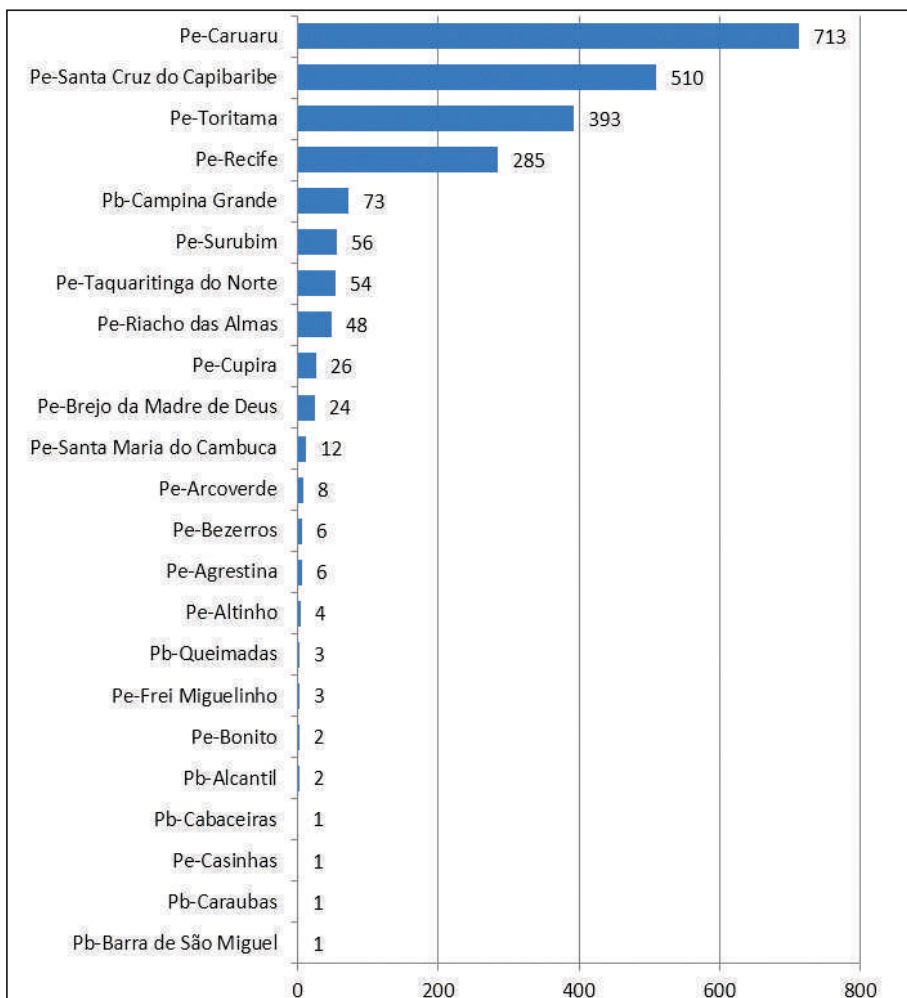
<sup>9</sup> Segundo o REGIC, IBGE (2008), as cidades são classificadas em cinco grandes níveis e subdivididas em dois ou três subníveis. São eles: 1. Metrôpoles (Grande metrópole nacional, Metrópole nacional e Metrópole); 2. Capital regional (Capital regional A, Capital regional B e Capital regional C), 3. Centro sub-regional (Centro sub-regional A, Centro sub-regional B), 4. Centro de zona (Centro de zona A, Centro de zona B) e 5. Centro local.

<sup>10</sup> O Município de Caruaru exercia influência sobre outros 22 municípios pernambucanos. São eles: Agrestina (PE), Altinho (PE), Barra de Guabiraba (PE), Belém de Maria (PE), Bonito (PE), Brejo da Madre de Deus (PE), Cachoeirinha (PE), Camocim de São Félix (PE), Caruaru (PE), Cupira (PE), Frei Miguelinho (PE), Ibirajuba (PE), Jataúba (PE), Lagoa dos Gatos (PE), Panelas (PE), Riacho das Almas (PE), Sairé (PE), **Santa Cruz do Capibaribe** (PE), São Caitano (PE), São Joaquim do Monte (PE), Taquaritinga do Norte (PE) e **Toritama** (PE). (IBGE, 2008, p. 4, grifo nosso).

<sup>11</sup> Cf. IBGE (1987) e IBGE (1972).

comercializam no MCSC, em 2014, são ao todo de 2.232 estabelecimentos. Conforme verificamos no gráfico 19, o maior número está concentrado nos municípios pernambucanos de Caruaru (713), seguido de Santa Cruz do Capibaribe (510), Toritama (393) e Recife (285). Dentre os municípios de menor expressão, destacam-se outros do mesmo Estado com até 20 estabelecimentos, como Surubim (56), Taquaritinga do Norte (54), Riacho das Almas (48), Cupira (26), Brejo da Madre de Deus (24). No Estado da Paraíba, destaca-se Campina Grande, com 73 estabelecimentos de confecção de artigos do vestuário e acessórios. O Município está inserido naqueles que mobilizam comerciantes com boxe e/ou loja no MCSC.

**Gráfico 19** - Estabelecimentos de confecção de artigos do vestuário e acessórios nos municípios com empreendedores no Moda Center Santa Cruz (2014).



Fonte: RAIS/MTE.



O início das atividades do empreendimento Moda Center Santa Cruz, em 2006, permitiu a retirada da feira de confecção das ruas de Santa Cruz do Capibaribe, solucionando o conflito com outras dinâmicas urbanas da cidade. Esse é, todavia, um equipamento privado que não absorveu totalmente a grande quantidade de pessoas que comercializava na antiga feira da cidade. Muitos feirantes que antes estavam comercializando sua produção nas bancas da feira não tiveram recursos para arcar com o investimento de adquirir um boxe no MCSC.

Após a “mudança da feira” para um espaço privado, pequenos comerciantes e fabricantes de confecção, para sobreviver na atividade, formaram uma aglomeração de bancas de madeira, aproveitando um terreno localizado nos fundos do MCSC, e ali passaram a comercializar suas mercadorias de modo improvisado e sem estrutura, conforme constatamos em trabalho de campo (2012). Avistava-se ali uma feira livre dotada do que lhe era mais característico, ou seja, uma aglomeração temporária e improvisada.

Em conversa com feirantes que tinham fabricos em cidades próximas e que comercializavam sua pequena produção naquele lugar, a informação repassada era a de que a infraestrutura era precária, havendo apenas um banheiro masculino e outro feminino que foram construídos de modo emergencial pela Prefeitura de Santa Cruz do Capibaribe. Quando visitamos essa área, várias poças de lama impediam a passagem dos clientes. Desse modo, os feirantes e compradores utilizavam a infraestrutura de banheiros do MCSC, gerando conflitos, dado o grande fluxo de pessoas. Em razão da proximidade e da similaridade da atividade comercial, aquele espaço ficou conhecido como o “calçadão do Moda Center”.

Visando a resolver o problema dessa feira que se formou de modo precário e sem infraestrutura de funcionamento, contrastando com as instalações do MCSC, e que permanecia por anos, a Prefeitura de Santa Cruz do Capibaribe desenvolveu um projeto de requalificação daquela área, com a construção de infraestrutura metálica para cobertura das bancas, piso industrial, banheiros, iluminação, praça de alimentação e área de estacionamento. Assim, em 18 de setembro de 2014, foi inaugurado o “Calçadão de confecções Miguel Arraes de Alencar”. A antiga aglomeração precária de bancas de madeira no chão batido deu lugar a uma infraestrutura de apoio, tanto para os pequenos fabricantes confeccionistas quanto para os clientes, sacoleiras e lojistas.

Saindo do Município de Santa Cruz do Capibaribe e seguindo pela rodovia federal BR-104 por aproximadamente 20 quilômetros, chega-se à cidade de

Toritama<sup>12</sup>, conhecida pela fabricação de *jeans*. Toritama, a exemplo de outras cidades pernambucanas e nordestinas, surgiu de uma fazenda de criação de gado, cujo povoamento<sup>13</sup>, em meados do século XIX, formou-se no entorno de uma capela erguida em devoção à Nossa Senhora da Conceição, em terras doadas às margens do rio Capibaribe. O Município constituiu-se, atualmente, pela Sede e o Distrito de Cacimbas. A cidade está localizada na Mesorregião do Agreste pernambucano, na Microrregião do Alto Capibaribe e a 129 quilômetros de distância do Recife. O desenvolvimento histórico do Município sempre esteve ligado às atividades agropecuárias, sendo classificado pelo IBGE como um centro local e subordinado a Caruaru que se constitui em um centro regional (IBGE, 2008).

O Município de Toritama, nas últimas décadas, especializou-se na fabricação de *jeans* e lá se encontra uma grande concentração de fábricas, facções e lavanderias direcionadas para a produção de confecção, principalmente, do segmento *jeans*. Esse Município se insere na área do Arranjo Produtivo Local do Agreste pernambucano delineado pelo SEBRAE/PE, que visa a promover o desenvolvimento econômico por meio da produção e venda de confecções, tendo como produto principal o *jeans*.

Em Toritama, também encontramos uma grande feira de comércio de confecção, também chamada de feira da Sulanca, que ocorre aos domingos. O comércio, no dia de feira, ocupa as margens da rodovia BR-104, concentrando grande número de barracas de madeira que também se aglomeram na “rua do *jeans*”, que leva essa denominação em virtude do produto principal produzido pelo município (Figura 44).

---

<sup>12</sup> O Município de Toritama tinha uma população de 35.554 em 2010 e população estimada, para 2016, em 43.174 habitantes. A cidade fica no Agreste pernambucano e tem uma área territorial de 25,7 km<sup>2</sup> com densidade demográfica de 1.383,21 hab./km<sup>2</sup> (Cf. dados do IBGE, 2010b; 2016).

<sup>13</sup> A localidade tornou-se Distrito de Vertentes em 1924 e tinha a denominação de Torres, haja vista ser o nome da fazenda de gado pertencente a João Barbosa. Em 1938, o distrito foi transferido de Vertentes para Taquaritinga do Norte. Em 1943, passou a denominar-se Toritama, sendo elevada à condição de Município em 1954 (Cf. dados do *site* IBGE Cidades).

**Figura 44** - Vista frontal da “rua do jeans” ao lado esquerdo do “Parque da Feira”.



Fonte: Próprio autor, 2012.

Além da grande aglomeração de barracas, várias lojas de fábrica também se instalaram naquela área, tanto à margem direita quanto à esquerda da rodovia. Ali também está situado o empreendimento “Parque das Feiras de Toritama”<sup>14</sup> (Figura 45), que é o principal centro comercial da confecção produzida no Município, principalmente, o *jeans*. Ele foi construído em 2001, com o objetivo de centralizar e organizar o comércio de confecção, antes realizado em feiras livres às margens da BR-104, em um processo semelhante ao ocorrido no caso do Moda Center Santa Cruz. Em razão do grande fluxo de compradores que se destinam a Santa Cruz do Capibaribe e Caruaru, várias lojas de fábrica e marcas locais foram se instalando ao longo da rodovia.

**Figura 45** – Vista frontal do empreendimento Parque das Feiras, em Toritama/PE.



Fonte: Próprio autor, 2016.

<sup>14</sup> O empreendimento Parque das Feiras de Toritama está situado na Av. Dorival José Pereira, s/n. Bairro: Parque das Pedras. Tel.: 81-3741.3286. Sítio: <[www.parquedetoritama.com.br](http://www.parquedetoritama.com.br)>.

Apesar de o principal produto comercializado ser o *jeans*, o Parque das Feiras também comercializa outros produtos de confecção. Estima-se que cerca de 10 mil compradores visitem o empreendimento, por semana, vindos de várias partes do País, mas, principalmente, dos Estados de Alagoas, Bahia, Sergipe, Maranhão, além de outros municípios pernambucanos, consoante informou o presidente da Associação dos Lojistas do Parque das Feiras – ALPF. O movimento de pessoas também é grande na feira da Sulanca, que fica ao lado do Parque das Feiras. Este empreendimento também funciona como um condomínio comercial, onde os inquilinos pagam uma taxa para manter a organização com a infraestrutura, serviços de segurança e zeladoria. A estrutura interna do Parque das Feiras conta com 122 lojas e 880 boxes, em uma área coberta de 10.562 metros quadrados (m<sup>2</sup>).

A atividade de comércio de confecção conta, ainda, com algumas entidades, como a Associação dos Comerciantes do Parque das Feiras de Toritama – AS-CONTE<sup>15</sup>, Associação dos Feirantes e Sulanqueiros de Toritama – AFEST<sup>16</sup> e a Associação Comercial e Industrial de Toritama – ACIT. Vale ressaltar que, no jornal lançado pela AFEST, por ocasião do seu 10º aniversário de criação e do 11º aniversário do Parque das Feiras, este empreendimento foi ressaltado como “patrimônio social, econômico e corporativo” da cidade de Toritama. O empreendimento também tenta estabelecer um cronograma de atividades, associado a eventos comemorativos, que inclui festejos juninos, festival de cultura regional, desfiles de promoção do comércio do vestuário com artistas nacionais. A ACIT, juntamente com a ALPF e a Prefeitura Municipal de Toritama realizam um festival que promove o *jeans*. Em 2016, o Festival do Jeans de Toritama já estava na sua 15ª edição.

Para a direção, o Parque das Feiras visa a ser um centro de referência nas vendas no atacado e varejo de vestuário. O empreendimento conta com a orientação de uma consultoria<sup>17</sup>. Com relação à estrutura organizacional do centro comercial, a consultoria e a direção do centro comercial estão produzindo um mapa comercial do Parque das Feiras, com uma lista das empresas distribuídas

---

<sup>15</sup> A referida Associação foi declarada de **utilidade pública** pela Câmara de Vereadores de Toritama conforme Projeto de Lei nº 02/2010, de 5 mar. 2010.

<sup>16</sup> A Associação também foi declarada de **utilidade pública** pela Câmara de Vereadores de Toritama conforme Projeto de Lei nº 05/2010, de 25 mar. 2010.

<sup>17</sup> Segundo *Jornal do Parque das Feiras*, o trabalho da consultoria visa a tornar o empreendimento mais competitivo, sustentável e estratégico. Nesse sentido, a empresa está elaborando um planejamento estratégico para os próximos dois anos. Estão sendo analisados os cenários (interno e externo) de competitividade, instabilidade e globalização para estabelecer ações para a sustentabilidade econômica do “Parque das Feiras”.

por segmento (com endereço e telefone) para a rápida identificação e localização das lojas e boxes, tendo em vista a reclamação de clientes que perdiam muito tempo para localizar as lojas. Além disso, o mapa do parque contará com a sinalização das alamedas e o número das lojas e boxes. Também está sendo realizada uma pesquisa de perfil, satisfação e caracterização dos inquilinos e clientes. O objetivo, segundo o jornal informativo, é identificar as necessidades, intenções, dificuldades e o perfil socioeconômico dos clientes internos (inquilinos) e clientes externos (compradores). A ALPF também busca fazer parcerias para a realização de cursos profissionalizantes para a população local.

A feira, montada ao lado do empreendimento Parque das Feiras, assim como as demais feiras estudadas anteriormente, padece de vários conflitos no que se refere às questões de uso e ordenamento nos espaços públicos. Conforme o *Jornal do Parque das Feiras*, a ALPF estava fazendo um abaixo-assinado para ser entregue à Prefeitura Municipal de Toritama. O documento tinha como objetivo solicitar a retirada dos bancos de madeira das ruas situadas no entorno do Parque das Feiras após o término do horário da feira da Sulanca. Isso aponta o conflito da apropriação do espaço da rua pelos vendedores da feira e a atuação política dos lojistas do empreendimento Parque das Feiras, para alcançar seus interesses. O poder público municipal organiza o funcionamento da feira por meio do Código de Posturas daquele município. Em 2014, o gabinete do prefeito expediu um comunicado que determinou o horário de funcionamento, tanto da feira livre quanto do comércio (bancas, lojas etc.) no entorno do Parque das Feiras, sendo o seu descumprimento punido com apreensão da mercadoria e cancelamento do alvará.

No Ceará, essa modalidade de venda da confecção popular em centros comerciais ocorre de um modo diferenciado de Pernambuco. Enquanto neste estado se formou um polo de produção confeccionista que se apropriou do espaço das feiras tradicionais para distribuir sua produção, surgindo, posteriormente, grandes galpões comerciais, no caso do Ceará esse movimento é mais recente, marcado, sobretudo, pelo surgimento de empreendimentos privados voltados para comercialização de pontos de venda para o público de feirantes fabricantes de confecção, não necessariamente galpões comerciais.

As feiras de comércio de confecção na cidade de Fortaleza ocorrem, em grande maioria, na rua como comércio ambulante, caracterizado por formas de trabalho precário, fruto das mutações no mundo do trabalho. Produzem, assim, novas relações com o espaço urbano, sobretudo, por meio da apropriação e da improvisação de pontos de comércio informal. Sendo assim, alguns empreendi-



mentos privados surgiram para atender a essa demanda por espaço de comércio de confecção popular, porém, conforme observaremos à frente, ocorreram várias ações de centralização da atividade no Centro de Fortaleza e outras de dispersão do comércio de confecção pelos municípios da Região Metropolitana de Fortaleza – RMF. Esse movimento ganhou maior força em decorrência dos conflitos de uso e ocupação gerados pelo comércio de confecção, nos anos 2000, tendo como recorte principal a Praça Dom Pedro II, situada em frente à Catedral Metropolitana de Fortaleza, mas popularmente chamada de Praça da Sé. Em 2009 os “feirantes da Sé” foram retirados por força de lei e alocados no empreendimento *FeiraCenter*<sup>18</sup> (Figura 46), localizado no Município de Maracanaú, na RMF (GONÇALVES, 2014).

**Figura 46** – Vista do empreendimento *FeiraCenter*, em Maracanaú/CE.



Fonte: Próprio autor (2014).

A expressão do comércio de confecção despertou o interesse de agentes econômicos locais e regionais, proprietários de terras urbanas que buscaram lucrar com a grande demanda de pessoas disputantes de um espaço de comércio na feira. Nesse sentido, ao longo da Rua José Avelino, situada nas imediações da Praça da Sé, vários galpões foram sendo adaptados com estrutura metálica de boxes para o comércio da confecção (Figuras 47 e 48).

---

<sup>18</sup> O *FeiraCenter* foi uma obra viabilizada na gestão do Prefeito Roberto Pessoa (2008-2012) e tinha o objetivo de estabelecer um grande centro comercial que diversificasse o perfil de atração de investimentos para Maracanaú até então voltado para a atração de novas indústrias por conta do histórico do Município de acolher distritos industriais. Sobre isso, ler a dissertação de Keane Barroso de Carvalho (2009).



**Figura 47** – Vista do empreendimento Galpão da Felicidade, na Rua José Avelino, em Fortaleza/CE.



Fonte: Próprio autor, 2014.

**Figura 48** – Vista do empreendimento Galpão do Pequeno Empreendedor, na Rua José Avelino, em Fortaleza/CE.



Fonte: Próprio autor, 2014.

O comércio de confecção na rua José Avelino é dividido em três segmentos de comerciantes. Aqueles que se estabeleceram em pequenos boxes nos galpões, os que comercializam a confecção na feira, e existe, ainda, o terceiro perfil de comerciante, o vendedor ambulante, que se estabelece nas bordas da feira, comercializando sem permissão para vender sua pequena produção. Em conversas informais com alguns desses ambulantes, percebemos que, em geral, são pessoas que não têm um ponto de venda na feira, mas comercializam roupas e acessórios nas calçadas do entorno (Figura 49).

**Figura 49** – Comércio ambulante na feira da Rua José Avelino esquina com a Av. Alberto Nepomuceno.



Fonte: Próprio autor, 2014.

A Rua José Avelino destaca-se no contexto do comércio ambulante pela aglomeração e concentração do comércio de confecção popular de Fortaleza. Desse modo, é considerado um dos principais polos produtores e de comércio de confecção popular do Nordeste. Os galpões foram sendo ocupados pelos feirantes que tinham saído da feira da Praça da Sé. Uma parcela que detinha recursos foi adquirindo boxes em antigos armazéns e galpões adaptados para acolher o comércio de confecção. A expressão do comércio popular de confecção e a pressão política dos feirantes e confeccionistas nessa área da cidade conduziu o Poder Público Municipal a sancionar a Lei Municipal nº 9.559/2009, que criou o Polo de Negócios do Empreendedor Individual na Rua José Avelino, autorizando

a atividade de comércio de confecções em geral, artigos de cama, mesa e banho, calçados, bolsas, cintos e similares e bijuterias. A regulamentação dessa atividade, entretanto, permitiu o comércio apenas no interior dos prédios. Essa ação visou a reduzir e combater drasticamente o comércio ambulante nos dias de feira e a aglomeração dos vendedores ambulantes naquela rua.

Mesmo com a formalização do Polo de Negócios da Rua José Avelino, outros empreendimentos surgiram a exemplo do Feirão Leste-Oeste <sup>19</sup>, inaugurado no final do ano de 2015, atendendo à demanda de pontos de comercialização de confecção popular na área de entorno da feira de confecção da Rua José Avelino, no Centro de Fortaleza/CE. Podemos asseverar que a dinâmica do comércio de confecção popular, tanto na feira quanto nos galpões do polo de confecção da Rua José Avelino, conforme já expressamos, também promoveu uma reestruturação das formas espaciais e de suas funções primeiras naquela área do Centro. Isto quer dizer que, na prática, vários imóveis e terrenos no entorno da feira foram se adaptando para absorver a demanda por boxes, tendo como público-alvo os vendedores da feira da Rua José Avelino, mas também de outras feiras formadas próximas dali, como a feira de confecção da Rua Governador Sampaio.

Conforme matéria do jornal *Diário do Nordeste*, de 20/02/2015, o lançamento desse novo empreendimento foi resultado da “[...] parceira entre dois empresários proprietários de boxes na feira da Rua José Avelino com os donos do Mucuripe Club. ‘Temos um contrato de aluguel de 10 anos e eles terão um percentual em cima do faturamento’”. Como podemos verificar na fala de um dos sócios do empreendimento, o espaço foi locado para abrigar a atividade de comércio popular e com a previsão de instalar, de modo gradual, 3.000 boxes e 260 lojas de alvenaria. Segundo a matéria do referido jornal, “O espaço deve acomodar não somente feirantes que atuam na Rua José Avelino, mas também comerciantes de feiras adjacentes”.

O empreendimento conta com praça de alimentação, restaurante, lanchonete e banheiros, além de estacionamento para ônibus e área de entretenimento. O horário de funcionamento do Feirão Leste-Oeste foi fixado nas quartas e quintas, sábados e domingos, tirando proveito, obviamente, dos mesmos dias da feira na Rua José Avelino, quando é maior movimento e há mais aglomeração de pessoas,

---

<sup>19</sup> A manchete do jornal *Diário do Nordeste*, Caderno Negócios, de 20 de fevereiro de 2015, é expressiva ao apontar o novo empreendimento que substituirá uma casa de shows: “Mucuripe dará lugar à maior feira da Capital. O Feirão Leste-Oeste ocupará o espaço onde funcionou, durante 17 anos, o complexo Mucuripe Club.” (MUCURIBE, 20/02/2015).

compradores e feirantes. Os boxes com dimensões padronizadas (3x1 m) são comercializados no regime de condomínio. Ao adquirir o ponto de venda no empreendimento, ainda há a cobrança da taxa administrativa mensal R\$ 100,00. Muitos feirantes ou pequenos comerciantes adquiriram o ponto de venda ou simplesmente investiram na aquisição de outro ponto de venda.

O grande número de vendedores de confecção no entorno da feira chamou a atenção dos agentes imobiliários e proprietários fundiários para a oportunidade de novos ganhos. Conforme ressalta Corrêa (2002, p. 16); esses últimos atuam “[...] no sentido de obterem a maior renda fundiária de suas propriedades, interessando-se em que estas tenham o uso que seja o mais remunerador possível, especialmente uso comercial ou residencial de *status*”. Embora o comércio popular de confecção não traga o *status* pretendido, o empreendimento visou à oportunidade de, a exemplo de outros, tirar proveito, primeiramente, da localização, ou seja, da proximidade da Rua José Avelino. Em segundo lugar, valer-se da grande procura por pontos de venda de confecção, haja vista os conflitos<sup>20</sup> recorrentes da ação do Poder Público Municipal em inibir a expansão do número de feirantes e barracas nos dias da feira de confecção na Rua José Avelino.

Segundo a entrevista de jornal, o proprietário do antigo clube e sócios do empreendimento Feirão Leste-Oeste: “Chamou nossa atenção o crescimento significativo da feira, que chegou ao lado do Mucuripe Club. Nossa intenção é desenvolver e qualificar o Polo José Avelino, consolidando Fortaleza como o maior polo de moda da região Nordeste” (FEIRÃO..., 2015). A instalação do empreendimento, certamente, contribuiu para a qualificação do Polo de Moda da Rua José Avelino, agregando mais um espaço de compras naquela área, e, conseqüentemente, da cidade de Fortaleza como principal centro de moda do Nordeste. Jogou, todavia, para o feirante e o pequeno fabricante o risco maior de sair da feira e investir suas economias no empreendimento. Entendemos que a ação, nesse sentido, reafirma a desconstrução da feira livre para a estruturação de centros de comércio popular de confecção capitaneada por agentes privados. Conseqüentemente, a lógica de organização dos espaços é privatista, embora a grande expressão desta talvez seja o caráter de livre comércio no meio da rua promovido pela feira; uma aglomeração que consegue demarcar uma centralidade e atrair investidores para seu entorno.

---

<sup>20</sup> O jornal *Diário do Nordeste*, de 28/07/2013 relata o conflito entre policiais e vendedores ambulantes na Praça da Sé, resultando em duas pessoas feridas e cinco detidas (FISCALIZAÇÃO..., 2013). Já o jornal *O Povo*, de 10/04/2014, noticia que a operação de fiscalização na feira da Rua José Avelino terminou em confronto e que os feirantes atearam fogo no caminhão e motorista da equipe de fiscalização (FEIRANTES..., 2014).



É importante ressaltar uma prática das feiras livres, que é o aluguel da barraca pelo dia de feira. Essa estratégia de locação do boxe também é utilizada pelo Feirão Leste-Oeste, a fim de captar aqueles feirantes que desejam comercializar dentro do empreendimento, mas não têm capital para comprar um boxe.

O aluguel do boxe é por tempo determinado, no valor de R\$ 100,00; ou seja, o feirante pode alugar o boxe e utilizar-se dos dias de maior movimento – de quarta para quinta-feira e de sábado para domingo – da feira da Rua José Avelino. Essa estratégia também pode ser uma solução para os boxes que ainda não foram negociados e permanecem ociosos nos dias de feira.

Embora o nome fantasia seja Feirão, é mais um centro de comércio de confecção que visou a se aproveitar da busca de novos espaços para a venda autônoma de confecção no entorno da feira de Confecção da Rua José Avelino. Para isso, o empreendimento também se adaptou à estrutura da feira, ou seja, à estrutura dos boxes, agregando outras que a feira não dispõe, a exemplo dos banheiros. Conforme podemos verificar, o Feirão Leste-Oeste utiliza-se de várias mídias para divulgar e consolidar o empreendimento, tanto com alimentação de informações no *site* de internet, em redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, como em anúncios em programas nas emissoras de TV's locais. Em um desses anúncios, podemos observar na chamada de um desses programas: “[...] são preços de feirão no varejo e atacado em uma estrutura de *shopping center*”.

Matéria do *Diário do Nordeste*, de 27/12/2015, aponta que os galpões e *shoppings* populares têm ganhado cada vez mais espaço naquela área do Centro de Fortaleza, direcionados, sobretudo para o comércio varejista e atacadista de confecção. A matéria do jornal ressalta a importância da atividade pela geração de empregos e movimentação monetária significativa: “Boxes geram 100 mil empregos e até R\$ 70 milhões/mês”. Os empreendimentos surgem como uma solução para o grande número de vendedores ambulantes de confecção que ocupam as ruas e calçadas e acabam atrapalhando o trânsito na Avenida Alberto Nepomuceno. Apesar dos vários galpões criados para abrigar o comércio de confecção popular, ainda é grande o número das barracas e feirantes na feira da madrugada.

A dinâmica das transformações recentes dos espaços comerciais no Centro de Fortaleza implica não somente uma nova centralidade, mas a reafirmação da área central da cidade com a criação de centros de comércio de confecção e *shoppings* populares, também denominados de *pop shoppings*. Acreditamos que a feira de confecção da Rua José Avelino contribuiu para reforçar essa centralidade ou alguém poderia visualizar um tipo de empreendimento, como

o Feirão Leste-Oeste, se não fosse a intensa atividade da feira de confecção da Rua José Avelino.

O impasse a respeito da retirada da feira de confecção da Rua José Avelino, no Centro de Fortaleza, já vem se arrastando há alguns anos. Os órgãos de fiscalização da Prefeitura de Fortaleza agem de modo sistemático para disciplinar o espaço da feira, a fim de que ela não se espraie para as ruas no entorno. Por tal razão, o Poder Público Municipal, conjuntamente com entidades de classe, conduz a discussão para o âmbito dos projetos de natureza privada que deem conta da demanda dita “reprimida” por esse mercado, apesar do impasse entre a Prefeitura de Fortaleza e os feirantes da Rua José Avelino.

Haja vista o exemplo de sucesso ocorrido com o Moda Center Santa Cruz, conforme tratamos anteriormente neste trabalho, outros empreendimentos aparecem sob inspiração do caso do agreste pernambucano, que se tornou referência do comércio atacadista de confecção popular no Nordeste brasileiro. Alguns grupos econômicos despertaram para essa demanda por espaço de comercialização da confecção popular. Nesse sentido, surgiu o empreendimento Centro Fashion Fortaleza, em 2015, encabeçado pelo Grupo Marquise<sup>21</sup> visando a atender à demanda dos feirantes de confecção que estão sendo retirados da Rua José Avelino. O empreendimento está sendo edificado no galpão de uma antiga fábrica de tecidos na Rua Philomeno Gomes.

O empreendimento Centro *Fashion* Fortaleza está localizado em área próxima ao centro comercial da cidade e, considerando o anúncio da fachada, aspira à grandeza, intitulado-se como o maior mercado popular de moda do Ceará. O projeto recebeu o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Fortaleza. Para isso, expõe números em placa de anúncio na frente do empreendimento que, de início, tinha a proposta de ofertar 300 lojas e 6.500 boxes, número este que, posteriormente, foi revisado para 8.400 boxes. Do ponto de vista dos fatores locacionais, o equipamento está situado em área próxima ao Centro da cidade e do Polo de confecção da Rua José Avelino, podendo ser rapidamente acessado.

---

<sup>21</sup> O Grupo Marquise é de origem cearense e congrega várias empresas que, juntas, somam mais de seis mil funcionários, obtendo assim um faturamento recente superior a um bilhão de reais. A empresa tem origem e atuação reconhecida no mercado de construção civil e de infraestrutura. Nos anos de 1980, o grupo se inseriu no segmento de serviços ambientais, sobretudo, de coleta de lixo e limpeza urbana, inicialmente na cidade de Fortaleza e, posteriormente, em várias cidades do Norte, Nordeste e Sudeste; todavia, o grupo tem uma área de atuação diversificada, atuando nos ramos de hotelaria, comunicação, centrais de atendimento ao consumidor, *shoppings centers*. Mais recentemente, essa empresa se projeta para duas novas áreas, ou seja: a área hospitalar e de moda popular.



Outro grupo empresarial cearense, Grupo Pague Menos<sup>22</sup>, também resolveu investir na construção de um centro do comércio atacadista de confecção popular que tem a denominação de Fortaleza Moda Center. Ainda em construção e com previsão de funcionamento apenas para o final de 2016 e início de 2017, o Fortaleza Moda Center se intitula em anúncios como o maior espaço de moda do Ceará. O empreendimento está localizado nas proximidades da Avenida Washington Soares. A capacidade do empreendimento é de 4.672 bancas com dimensões de 1,9x0,9 (1,71 m<sup>2</sup>) distribuído em três pavimentos. O espaço também vai abrigar 1.428 lojas e foi inspirado no empreendimento Moda Center Santa Cruz, no agreste pernambucano. Segundo informações do *site* virtual, além das bancas, o empreendimento conta ainda com quiosques e praça de alimentação, caixas eletrônicos, lotérica, farmácia, salão de beleza e um auditório.

A promoção do empreendimento estabeleceu um estande de vendas no local do terreno onde ele será edificado e também nas imediações do Polo de Negócios da Rua José Avelino. As dimensões da área, de mais de 100 mil metros, são um fator utilizado para atrair lojistas e feirantes a estabelecer seu negócio ali. A localização próxima do acesso à rodovia estadual CE-040 também é um fator atrativo, pois permite o acesso de quem vem dos municípios do leste do estado, bem como permite acessar a BR-116 por intermédio do quarto anel viário de Fortaleza. Fora o desembolso de uma quantia considerável para obter bancas ou lojas no Fortaleza Moda Center, o investidor ainda deverá pagar um aluguel mensal de R\$ 190,00 mais taxa condominial de R\$ 70,00, totalizando um custo fixo inicial de manutenção do espaço de R\$ 260,00, sem registrar outros custos, como energia, transporte da mercadoria, alimentação etc.

Outro empreendimento, mais modesto, instalou-se recentemente no bairro Messejana, na mesma zona onde será estabelecido o Fortaleza Moda Center. Lançado em 2014, o empreendimento *Feira Pop Messejana* também é direcionado ao público dos pequenos fabricantes e feirantes de confecção. Situado nas imediações da área central do bairro Messejana, encontra-se na rua José Hipólito, próximo à igreja matriz de Nossa Senhora da Conceição.

O projeto do empreendimento tem capacidade para abrigar 767 barracas e já conta com a 1ª etapa concluída, ou seja, 135 boxes vendidos. Segundo informações

---

<sup>22</sup> O Grupo Pague Menos é cearense e tem seu ramo de origem no comércio varejista de produtos farmacêuticos (medicamentos e produtos relacionados de higiene e beleza). Hoje, o grupo tem abrangência geográfica nacional com uma rede de 828 lojas (farmácias) distribuídas em cerca de 300 municípios dos 26 estados da Federação e o Distrito Federal. O Grupo, entretanto, tem várias empresas em outros ramos, como construção civil, corretora de valores, imobiliária, gerenciadora de serviços, comércio e importação, dentre outras.

da gerência comercial, o empreendimento conta com área pavimentada, estrutura de banheiros, estacionamento para carros e ônibus, segurança 24 horas, zona *Wi-Fi*. O feirante e fabricante que quiser obter um espaço de comércio ali deverá arcar com uma entrada (luvas) de R\$ 2.000,00 à vista ou, então, R\$ 2.500,00 a prazo, com prestações a negociar. Além de pagar pelo espaço ocupado, o feirante terá de pagar uma taxa semanal no valor de R\$ 70,00 para manutenção do equipamento. Para isso, é realizado um contrato anual dessa prestação com cálculo de aumento baseado no IGP-M do ano.

Não é por acaso que o nome fantasia e o *slogan* do centro comercial levam a denominação da feira (Feira Pop Messejana – a melhor feira popular). Segundo o gerente, o equipamento tem vocação para atuar tanto no atacado quanto no varejo e, para isso, tem como fatores atrativos a proximidade das principais vias de saída da cidade, ou seja, CE-040 e BR-116.

Embora seja um empreendimento privado, a estrutura dos “pontos de comércio” remete ao modelo de organização de uma feira livre com barracas constituídas por armações e baús de ferro e cobertura de lona (Figura 50). Segue a mesma estrutura e enfileiramento das barracas de feira. Nesse sentido, os cabides são instrumentos indispensáveis para a exposição da mercadoria na barraca (vestidos, camisas, *shorts*, biquínis, calções, calças *jeans*, dentre outros). Os manequins vestidos com conjunto chamativos são marcantes na paisagem das barracas (Figura 51). Essa organização de barracas e instalações não foge do padrão das feiras de confecção visitadas ao longo da pesquisa.

**Figura 50** – Estrutura das barracas do empreendimento *Feira Pop Messejana*.



Fonte: Próprio autor, 2015.

**Figura 51** – Vista frontal do empreendimento *Feira Pop Messejana*.



Fonte: Próprio autor, 2015.

O comércio de confecção popular em galpões reconfigurou uma parte da área central de Fortaleza, porém, apontou para a difusão do comércio da confecção em outras feiras da Região Metropolitana de Fortaleza. Esse é o caso do Feirão de Confeccões (Tend Moda), situado no Município de Caucaia, a oeste de Fortaleza. O terreno da feira de confecção encontra-se às margens do entroncamento das rodovias BR-222 (federal) e CE-085 e CE-040 (estaduais) que ligam a Capital cearense com os municípios ao oeste do Estado, bem como, com outros estados da região Nordeste (Piauí e Maranhão) e região Norte do País.

O empreendimento foi lançado no ano de 2015 com estrutura prevista para 3.200 boxes e estacionamento com capacidade para 150 ônibus. No trabalho de campo realizado no empreendimento, em 2015, pudemos observar a estrutura que em muito se assemelhava às barracas de uma feira livre, composta de bancada de zinco e coberta de lona (Figura 52). O equipamento tinha a denominação de Feirão de Confeccão da Caucaia, sendo alterado, posteriormente para Tend Moda.

**Figura 52** – Estrutura e disposição das barracas do Feirão de Confeção da Caucaia/CE.



Fonte: Próprio autor, 2014.

Outro exemplo é a Feira Popular Metropolitana de Maracanaú, surgida de parte dos feirantes que já passaram pelos espaços da Rua José Avelino e Feira *Center*. A feira é especializada no comércio de confecção e conta com a localização estratégica no quarto anel viário da RMF, um elemento característico comum às feiras de confecção estudadas que é a busca pela proximidade a eixos rodoviários. Chama atenção o fato de que comercializam no atacado e varejo (Figura 53). Os horários de funcionamento da feira nos mostram os dias de funcionamento regular das terças aos domingos. Entendemos que o dia de feira, ou seja, os dias de grande movimento ocorrem às quartas-feiras, sábados e domingos, quando acontece a grande concentração de feirantes (Figura 54).

**Figura 53** – *Outdoor* instalado na entrada da Feira Popular Metropolitana de Maracanaú/CE.



Fonte: Próprio autor, 2014.



Figura 54 – Destaque dos dias de “feiras grandes”.



Fonte: Próprio autor, 2014.

Em Salvador, o *Bahia Outlet Center* é um equipamento situado no Polo Industrial de Confeção, da Rua do Uruguai. Esse estabelecimento foi inaugurado em 1997 e hoje conta com 200 lojas, distribuídas nos segmentos de confecções, calçados, enxoval para bebês e acessórios. Assim como outros equipamentos dedicados ao comércio de confecção, ele dispõe de serviços como caixas eletrônicas, agência lotérica, posto do SEBRAE/BA, praça de alimentação, estacionamento, atraindo o mercado consumidor popular, principalmente, pelos preços baixos.

Mencionamos, ainda, outros projetos concluídos recentemente ou ainda em construção, como é o caso dos camelódromos em Feira de Santana e Serrinha, que visam, no primeiro caso, a abrigar todos os comerciantes de confecção popular e acessórios localizados na Rua Sales Barbosa, no centro de Feira de Santana, ao lado do antigo mercado. O segundo caso, visa à retirada dos feirantes e vendedores ambulantes da área central de Serrinha para o Empreendimento Centro Comercial Atacadista de Serrinha.

Em tempos de crise econômica e desemprego, conforme aponta matéria do jornal *Tribuna da Bahia*, de 03 de setembro de 2015, é grande o quantitativo de pessoas que se ocupam em atividades ocasionais de maneira autônoma. Em Salvador, esse número chegou a passar a marca de 40 mil vendedores ambulantes que atuam nas ruas dessa Metrópole. Esses trabalhadores têm-se instalado em espaços públicos da Capital baiana, de modo a se constatar que: “[...] calçadas,

portas de lojas, pontos de ônibus estão ocupados por bancas, tabuleiros, caixotes e todo tipo de equipamentos utilizados pelos vendedores ambulantes” (FONSÊCA, 2015, p. 7). Ainda segundo a reportagem do referido jornal, a estimativa para o final do ano de 2015 na cidade de Salvador e região metropolitana era de agravamento, em razão de saldo negativo, de empregos registrados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD.

O contexto de grande desemprego em Salvador tem repercussões no espaço urbano, em sua economia urbana. O crescimento recente do número de ambulantes nas ruas da cidade levou a Prefeitura Municipal de Salvador – PMS a buscar “[...] áreas públicas disponíveis próximas a esses locais para construir espaços disciplinados para o comércio ambulante [...]” (FONSÊCA, 2015, p. 7). A PMS vai retomar, assim, a política pública de reordenamento do espaço urbano por meio da construção de camelódromos. De 2015 a 2016, pudemos acompanhar, por meio dos jornais, a construção de vários espaços de concentração do comércio ambulante, como os camelódromos na Rua Nova de São Bento (120 ambulantes), Estação da Lapa (130 ambulantes) e na Baixa dos Sapateiros (150 ambulantes).

A obra do Camelódromo, situado na Baixa dos Sapateiros, no centro histórico de Salvador também denominado de *shopping* do povo, ainda estava em fase de acabamento, de modo que as barracas ainda estavam ocupando a calçada em frente ao camelódromo. Apesar de Fonsêca (2015) afirmar ser grande a variedade de produtos comercializados, observamos a grande oferta de confecção popular expostas nas barracas. Conforme Oliveira (2016), o Camelódromo da Baixa dos Sapateiros<sup>23</sup> foi inaugurado no dia 16 de maio de 2016, abrigando 120 vendedores ambulantes, embora haja 150 boxes. Outros feirantes cadastrados pela Secretaria de Ordem Pública – SEMOP/PMS deverão ocupar os boxes restantes. A entrega de outros camelódromos foi anunciada, como o de Aquidabã, Feira de Cosme Farias e previstos camelódromos em Mussurunga, Amaralina e Boca do Rio.

---

<sup>23</sup> A Baixa dos Sapateiros, embora esteja situada nas imediações do centro histórico de Salvador, é marcada pelo comércio popular, como lojas de eletrodomésticos como Casas Bahia e Insinuante; todavia, podemos verificar muitas lojas de roupas, com destaque para aquelas que operam com preços fixos por peça, ou seja, qualquer peça na loja por determinado preço. As chamadas lojas de dez, sete até de cinco reais mostram o apelo do comércio de confecção popular.