



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

MARIA EDUARDA OLIVEIRA DE LIMA

ESPAÇO E ECONOMIA URBANA EM MARANGUAPE

FORTALEZA

2023

MARIA EDUARDA OLIVEIRA DE LIMA

ESPAÇO E ECONOMIA URBANA EM MARANGUAPE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Geografia do Centro de Ciências da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção de grau de Licenciado em Geografia.

Orientadora: Profa. Dra. Alexsandra Maria Vieira Muniz

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- L699e Lima, Maria Eduarda Oliveira de.
Espaço e economia urbana em Maranguape / Maria Eduarda Oliveira de Lima. – 2023.
96 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências,
Curso de Geografia, Fortaleza, 2023.
Orientação: Profa. Dra. Alexandra Maria Vieira Muniz.
1. Maranguape. 2. Indústria. 3. Reestruturação. 4. Comércio. 5. Refuncionalização. I. Título.
CDD 910
-

MARIA EDUARDA OLIVEIRA DE LIMA

ESPAÇO E ECONOMIA URBANA EM MARANGUAPE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Geografia do Centro de Ciências da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção de grau de Licenciado em Geografia.

Aprovada em .

BANCA EXAMINADORA

Profª. Dra. Aleksandra Maria Vieira Muniz (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª. Dra. Maria Clélia Lustosa Costa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Emanuelton Antony Noberto de Queiroz
Secretaria Municipal de Educação (SME)

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho, o produto final, é culminância não somente dos dois últimos semestres de pesquisa, mas de toda a graduação, das disciplinas, pessoas e espaços pelos quais passei e convivi ao longo desses quatro anos. Gostaria de agradecer:

A minha família, em Cajueiro, pelo suporte para que eu me mantivesse no curso mesmo morando tão longe. Em Fortaleza agradeço à Tia Preta, Djayne, Célia e Liza, por me receberem com tanto cuidado e delicadeza.

A profa. Alexsandra, pela orientação, não apenas no TCC, mas desde o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), ainda no segundo semestre da graduação. Tive a honra de ser orientada desde então, em diferentes atividades.

Ao PIBID, onde pude crescer e amadurecer dentro do curso, por ter proporcionado tanto aprendizado e boas experiências. No programa conheci o prof. Emanuelton, o Manu, amigo e mestre com quem aprendi tanto, sobre ensino, geografia, pesquisa, escrita e a vida.

Aos queridos do semestre 2019.2, Douglas, Fernando, Ismael e Mário, pelos inúmeros trabalhos que fizemos juntos, as confras, cinemas, debates intensos sobre cultura pop, entre outros momentos que construímos. A graduação não teria sido tão divertida se não tivesse saído da era *teen* com vocês.

A Ellen, que desde o início de 2023 me escuta falar sobre esse trabalho, pelo carinho, cuidado e compreensão, por me fazer companhia até tarde da noite, mas sobretudo por diariamente, em meio a tanta correria, me fazer rir e sentir leve.

Aos queridos do Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (LAPUR), em especial Angelo e Kaio, pelo convívio diário. No LAPUR nós conversávamos sobre tudo, compartilhando dicas, angústias e aleatoriedades, seguindo à risca os horários de produção e almoço estabelecidos por nós mesmos.

Aos professores do Laboratório, pelos ensinamentos dentro desse ambiente, mas também nas disciplinas, que foram fundamentais para despertar em mim a ambição pela pesquisa.

RESUMO

Maranguape é atualmente o quarto mais populoso município da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), assim como também ocupa a quarta posição em estabelecimentos comerciais e empresas industriais, indicativos da sua relevância econômica entre os 19 municípios membros da região. Ao longo dos séculos XIX e XX, período no qual a cultura algodoeira no Ceará estava em seu auge, o município figurava entre os principais produtores, cuja qualidade do algodão maranguapense era apreciada nacional e internacionalmente. O crescimento da cidade, atrelado a cotonicultura, foi notável, chegaram investimentos em estrutura urbana e também no setor industrial, como foi o caso da Fábrica Maranguape, pioneira do ramo têxtil no município. Sede de parte da história de desenvolvimento industrial local, a fábrica, em suas diferentes administrações, para além de sua importância na economia municipal e geração de empregos, foi um importante equipamento de ação social na comunidade. O trabalho, portanto, busca resgatar a importância econômica desse fixo, hoje refuncionalizado em um pátio comercial, trazendo luz ao destaque que o setor terciário alcançou e suas reverberações na produção do espaço. O objetivo geral é analisar a atuação e importância da Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA) para a economia local, o impacto desse fixo ao longo do tempo e diante de sua refuncionalização para equipamento de expansão do setor terciário, um supermercado. Para essa pesquisa de abordagem quali-quantitativa, o plano metodológico se divide nas etapas de: Levantamento bibliográfico e documental; Consulta a informantes-chave; Levantamento de dados secundários acerca dos setores que nos interessam no estudo, como o industrial, comércio e serviços; Visitas de campo e, por fim; Sistematização das informações e escrita. Assim sendo, o trabalho tentou preencher as lacunas de estudo sobre esse fixo em Maranguape e propor uma discussão sobre a sua refuncionalização em equipamento do terciário, setor que ganhou força no centro da cidade nas últimas décadas.

Palavras-chave: Maranguape; indústria; reestruturação; comércio; refuncionalização.

ABSTRACT

Maranguape is currently the fourth most populous municipality in the Fortaleza Metropolitan Region (RMF), and also ranks fourth in terms of commercial establishments and industrial companies, indicative of its economic importance among the 19 municipalities in the region. Throughout the 19th and 20th centuries, when cotton farming in Ceará was at its peak, the municipality was one of the main producers, and the quality of Maranguape's cotton was appreciated nationally and internationally. The city's growth, linked to cotton farming, was remarkable, and investments were made in urban structures and also in the industrial sector, as was the case with the Maranguape Factory, a pioneer in the textile industry in the municipality. Home to part of the history of local industrial development, the factory, in its different administrations, in addition to its importance to the municipal economy and job creation, was an important social action facility in the community. The study therefore seeks to understand the economic importance of this building, which has now been repurposed into a commercial courtyard, shedding light on the prominence that the tertiary sector has achieved and its reverberations in the production of space. The aim is to analyze the role and importance of the Maranguape Textile Factory (FATEMA) for the local economy, its impact over time and its refunctionalization into equipment for the expansion of the tertiary sector, a supermarket. For this qualitative-quantitative research, the methodological plan is divided into the following stages: Bibliographic and documentary survey; Consultation of key informants; Survey of secondary data about the sectors that interest us in the study, such as industrial, commerce and services; Field visits and, finally; Systematization of information and writing. In this way, the work attempted to fill in the gaps in the study of this building in Maranguape and propose a discussion on its refunctionalization into tertiary equipment, a sector that has gained strength in the city center in recent decades.

Keywords: Maranguape; industry; restructuring; commerce; refunctionalization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa de localização do Município de Maranguape.....	29
Figura 2 – Território do município de Maranguape antes e depois da emancipação.....	39
Figura 3 - Mapa de localização da antiga Fábrica Maranguape, no centro da cidade.....	46
Figura 4 - Matéria de jornal citando a FATEMA, 19–.....	51
Figura 5 – Mapa de localização da vila e distância da FATEMA.....	54
Figura 6 - Estrutura da fábrica antes e depois da demolição, em 2021.....	55
Figura 7 – Distritos atravessados pela CE-065 e a situação de domicílio da população..	67
Figura 8 – Projeto do Maranguape Industrial Park.....	72
Figura 9 – Supermercados no distrito de Maranguape.....	74
Figura 10 – Alguns serviços encontrados no Centro de Maranguape.....	75
Figura 11 – Estratégia de promoções adotadas pelos supermercados.....	76
Figura 12 – Maranguape Shopping Mall, primeiro shopping center do município.....	78
Figura 13 – Pátio Pirapora e estabelecimentos que fazem parte do empreendimento.....	80
Gráfico 1 – Crescimento e distribuição populacional de Maranguape.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – População de Maranguape e Maracanaú 1970-2010.....	39
Tabela 2 – Indústrias de transformação ativas em Maranguape 2005-2020.....	43
Tabela 3 – População recenseada, por distrito.....	67
Tabela 4 – Estabelecimentos por setor (IBGE) em Maranguape.....	70
Tabela 5 – Vínculos ativos por setor em Maranguape.....	71
Tabela 6 – Estabelecimentos de Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios.....	73
Tabela 7 – Vínculos ativos do Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios.....	77
Tabela 8 – Admissões, Desligamentos e Saldo de empregos nas atividades de Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios.....	77

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAS	Associação Brasileira de Supermercados
ABRASCE	Associação Brasileira de Shopping Centers
ACESU	Associação Cearense de Supermercados
BNB	Banco do Nordeste
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CEASA	Centrais de Abastecimento S.A.
CIC	Centro Industrial do Ceará
COOTACE	Cooperativa de Transporte Complementar do Estado do Ceará
FATEMA	Fábrica de Tecidos Maranguape
FINOR	Fundo de Investimentos do Nordeste
FNE	Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste
GTDN	Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
ISS	Imposto Sobre Serviços
PIAI	Programa de Promoção e Incentivo à Atividade Industrial
PIB	Produto Interno Bruto
PLAMEG	Plano de Metas Governamentais
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
RMF	Região Metropolitana de Fortaleza
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SESI	Serviço Social da Indústria
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UFC	Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	Justificativa.....	13
1.2	Objetivos.....	14
1.3	Metodologia.....	15
2	ECONOMIA ALGODOEIRA NO CEARÁ E DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL.....	18
2.1	Fases da industrialização têxtil cearense.....	19
2.1.1	<i>Primeira Geração - Pioneiros (1882 a 1900).....</i>	19
2.1.2	<i>Segunda Geração - Empreendedores (1900 a 1960).....</i>	20
2.1.3	<i>Terceira Geração - Modernos (1960 a 1980).....</i>	21
2.1.4	<i>Quarta Geração - Novos Empresários (1980 em diante).....</i>	23
2.2	Reestruturação produtiva e desconcentração industrial no Ceará.....	24
2.2.1	<i>Na Região Metropolitana de Fortaleza (RMF).....</i>	27
3	AS FASES DA INDÚSTRIA TÊXTIL EM MARANGUAPE E A FÁBRICA DE TECIDOS MARANGUAPE (FATEMA).....	29
3.1	História do município.....	30
3.2	Fases da indústria têxtil em Maranguape.....	32
3.2.1	<i>O ouro branco em Maranguape.....</i>	32
3.2.2	<i>Empreendedores (2ª fase – 1900 a 1960).....</i>	33
3.2.3	<i>Modernos (3ª fase – 1960 a 1980).....</i>	35
3.2.4	<i>Novos Empresários (4ª fase – 1980 em diante).....</i>	38
3.2.4.1	<i>Maracanaú: Desmembramento e Desdobramentos.....</i>	38
3.2.4.2	<i>Reestruturação produtiva e novas indústrias.....</i>	40
3.3	Fábrica Gradvohl / FATEMA.....	44
3.3.1	<i>J. Macêdo assume a produção.....</i>	48

4	O COMÉRCIO EM MARANGUAPE E A REFUNCIONALIZAÇÃO.	56
4.1	Autosserviço alimentar e a (re)produção do espaço urbano.....	58
4.1.1	<i>O surgimento dos supermercados.....</i>	60
4.2	Os supermercados no intraurbano.....	64
4.3	Um panorama da economia maranguapense.....	66
4.3.1	<i>O supermercado Pinheiro.....</i>	79
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
	REFERÊNCIAS.....	86

1 INTRODUÇÃO

Maranguape é um dos municípios que fazem parte da atual Região Metropolitana de Fortaleza¹ (RMF), localizado a cerca de 27 km da capital. No último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2022, a população era de 105.093 pessoas, distribuídas entre os seus 17 distritos, principalmente nas áreas urbanas, onde mora a maioria dos seus habitantes (IBGE, 2017).

A atividade agrícola foi, ao longo do século XVIII e parte do XIX a principal fonte de economia do município e facilitou o surgimento de pequenas indústrias, cujos gêneros eram atrelados à oferta de matéria-prima local. No município foram cultivados o café, cana de açúcar, algodão, frutas, entre outros. De acordo com Aragão (2005), essa dependência da produção agrícola, foi o motivo pelo qual os primeiros centros industriais eram fábricas de aguardente, óleos vegetais, beneficiamento de algodão e arroz, fabricação de rapadura, etc.

Após o declínio do cultivo cafeeiro, o algodão ganhou força na segunda metade do século XIX e em pouco tempo Maranguape tornou-se um dos principais produtores de algodão do estado. A fibra de excelente qualidade era a preferida pelo mercado externo (Leitão, 2009).

No mesmo período, o capitalismo industrial e seu processo civilizatório se consolidaram na Europa, resultando em crescimento populacional, avanços tecnológicos e facilitando a circulação de mercadorias, pessoas e ideias. O continente europeu, irradiador dessa industrialização, investe em empreendimentos e estrutura industrial em países da América Latina, entre eles o Brasil (Alvarenga Júnior, 2018). Na França, o processo de industrialização se deu com destaque para a produção de tecidos, que se desenvolveu de forma acelerada no aglomerado urbano da Alsácia e com destaque para a figura do *commissionnaire*² — comissário.

No Ceará, a partir de 1890, o cultivo de algodão cresce significativamente, a ponto da base mercantil local crescer a partir dessa atividade, atraindo para Fortaleza comerciantes de outros pontos do Brasil e Europa, entre eles os comissários franceses. Nesse período, o judeu alsaciano Gerson Gradvohl, *commissionnaire* de indústrias de tecido viaja ao Ceará com certa

¹ A Região Metropolitana de Fortaleza foi criada pela Lei Complementar nº 14, de 6 de junho de 1973 com os municípios de Fortaleza, Caucaia, Maranguape, Pacatuba e Aquiraz, mas atualmente, além destes, outros foram incluídos, totalizando 19 municípios.

² No século XIX, os industriais não tinham mais o gosto de ir pessoalmente em busca de compradores, “[...] O comissário é justamente chamado a desempenhar, em troca de uma honesta remuneração, esse papel indispensável de intermediário, que a conjuntura impõe, entre produtores e consumidores, afirmando-se como um regulador da atividade industrial.” Léon Pierre (1976b p. 286-287), em trecho traduzido por Monteiro (2023).

frequencia para procurar produtos que seriam de interesse as fábricas francesas³ (Alvarenga Júnior, 2018).

Primeiramente, alocou-se em Camocim, onde estava um dos principais portos da época para o escoamento de algodão, mudando-se pouco depois para Sobral, onde instalaram uma usina de beneficiamento e comércio de algodão. Em Aracati, os Gradvohl fundaram, em 1872, a filial da Gradvohl Frères no Ceará, casa de comércio de tecidos e artigos de armarinho, em seguida o empreendimento mudou-se para Fortaleza (Alvarenga Júnior, 2018).

Devido ao sucesso dos negócios da família Gradvohl em Sobral, conforme descrito acima, o capital acumulado e a necessidade de embalagem para sua produção, decidiram por instalar uma unidade fabril em Maranguape na década de 1920, sob administração de Leon e Roberto, filhos de Gérson Gradvohl, interesse dessa pesquisa (ARAGÃO, 2002).

A unidade permaneceu em atividade até o final da década de 1950, quando entrou em crise e decretou falência. Já em 1960, a fábrica falida foi adquirida pelo Grupo J. Macedo, com o propósito de intensificar a produção de sacos de algodão para o Moinho de Trigo Fortaleza, outra empresa do mesmo grupo (LEITÃO, 2009, p. 117)

Assumindo o nome Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA), a recém-adquirida instalação trouxe bons resultados para o grupo, pois tinha uma produção expressiva e empregava um número considerável de pessoas. Além disso, foi um importante equipamento de atuação social em Maranguape, frente às boas condições de trabalho oferecidas aos seus empregados, que à época não eram exigidas por lei, a realização de formações junto ao Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), assistência médica e odontológica, piso salarial superior à média das outras empresas do setor, alimentação para os funcionários e o 13º salário, a construção de uma Vila Operária etc.

Enquanto em atividade, perpassou três das quatro gerações de desenvolvimento industrial elencadas por Aragão (2002): os Pioneiros (1882-1900), os Empreendedores (1900-1960), os Modernos (1960-1980) e a os Novos Empresários (1980 a 2002). A FATEMA foi uma das empresas pioneiras que se beneficiou dos incentivos fiscais disponibilizados pelo Estado, a partir dos anos 1960, mediante a políticas de fomento industrial no nordeste. A fábrica funcionou até os anos 1970 e foi desativada definitivamente no início da década de 1980. O prédio foi demolido em 2021, para a construção de um pátio comercial com alguns equipamentos, entre eles um supermercado, parte de uma franquia popular no estado, uma academia de alto padrão e outros.

³ Gerson veio inicialmente a trabalho, em busca de produtos que pudessem ser exportados para a França, mas a Guerra Franco-Prussiana também motivou algumas das suas viagens ao Brasil.

Após o encerramento, o prédio, que fica no centro do distrito sede de Maranguape, ainda sediou outras indústrias, mas por pouco tempo. Ao seu redor, a cidade foi se transformando, com as suas ruas sendo ocupadas por uma variedade de atividades econômicas, com destaque para o setor terciário, que tem grande importância no centro urbano de Maranguape.

O comércio e os serviços contribuem fortemente para definir a estrutura urbana, estabelecer centralidades e gerar fluxos. Grandes superfícies comerciais, como os supermercados e hipermercados, exercem enorme influência no espaço urbano, responsáveis por profundas modificações nas áreas onde estão instaladas, ao passo que atrai novos investimentos em infraestrutura, diversifica o uso e ocupação do solo, valorizando o entorno (Silva, 2012). Nesse mesmo sentido, com base em Miyazaki e Gois Neto (2022), o setor terciário, na figura dos supermercados, é importante agente econômico nacional, de suma importância para a economia e para a sociedade, ao passo que gera empregos e promove circulação de capital, incrementando a economia em diferentes municípios e realidades regionais.

A mudança de função do local desperta curiosidade acerca do fortalecimento do setor terciário em Maranguape, especialmente do comércio. Entender o novo empreendimento também se faz pertinente, especialmente por representar mais um elemento do circuito superior no centro, próximo ao recém inaugurado shopping center de Maranguape.

1.1 Justificativa

O estudo se justifica, em primeiro momento, dada a escassez de trabalhos voltados à trajetória têxtil de Maranguape, em especial da FATEMA, importante fixo do setor no centro da cidade. Consideramos que a atuação do capital local, na figura dos irmãos Gradwohl como pioneiros, assim como o Grupo J. Macedo, não se deu apenas no âmbito de geração de lucro e empregos, mas de movimentação e envolvimento no município, firmando vínculos com a comunidade.

A fábrica, localizada no centro, foi sede de parte da história de desenvolvimento industrial local. Não se limitando apenas à produção, é fundamental compreender como as atividades industriais no empreendimento influenciaram na produção do espaço.

O trabalho busca resgatar a importância econômica desse fixo, hoje refuncionalizado, trazendo luz ao destaque que o setor terciário alcançou ao longo do tempo no município e o seu impacto na estrutura urbana. É possível investigar os agentes produtores, os fluxos, o

impacto na economia do município, no mercado de trabalho, nas construções no entorno, entre outros elementos vinculados.

Ao passo que as cidades se desenvolvem, a atividade comercial precisa acompanhar as novas formas de atrair e vender, especialmente considerando a competitividade no setor. Esse, pode ocupar um importante local estratégico nas cidades, uma vez que envolve e se aproveita da concentração populacional (Cleps, 2004).

A atividade supermercadista ao longo de seu desenvolvimento, promoveu transformações significativas na estruturação das cidades, ao passo que influenciam hábitos de consumo, promovem fluxos de pessoas e mercadorias, assumem papel importante no atendimento de demandas da população e possuem lógicas próprias de localização e concentração de capitais (Souza; Magrini, 2017).

As características urbanas influenciam diretamente na localização da atividade supermercadista, em especial quando se trata de infraestrutura, acessibilidade, possibilidade de expansão, fluxos, etc. Nos últimos anos, o centro de Maranguape recebeu um número considerável de grandes empreendimentos do terciário, com a chegada de shoppings centers, pátios comerciais e, em quantidade expressiva, supermercados.

Diante do exposto, surgiram os seguintes questionamentos que problematizam o estudo: Qual contexto e fatores influenciaram a decisão dos irmãos Gradvohl de investir no ramo têxtil em Maranguape? Como essa indústria, perpassando as suas diferentes administrações ajudou a produzir o espaço no centro da cidade? Quais os principais impactos da administração feita pelo Grupo J. Macedo, considerando as ações promovidas na cidade? Como tem avançado o comércio, especificamente o ramo supermercadista em Maranguape e quais os impactos da refuncionalização desse fixo?

1.2 Objetivos

Geral

Analisar a atuação e importância da Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA) para a economia local, o impacto desse fixo ao longo do tempo e diante de sua refuncionalização para equipamento de expansão do setor terciário, um supermercado.

Específicos:

- Investigar como se deu o desenvolvimento da atividade têxtil no município, a partir da atuação da FATEMA;

- Verificar como a FATEMA atuou enquanto agente produtora do espaço em Maranguape;
- Analisar a expansão do terciário no centro do município, na figura do setor supermercadista;

1.3 Metodologia

Além de salientar a importância do fixo que estamos investigando, seja enquanto indústria ou supermercado, buscamos compreender as transformações causadas a partir da sua atividade, em âmbito econômico ou social. Para alcançar os objetivos elencados e tentar responder as perguntas norteadoras, foi traçado um plano metodológico dividido em cinco etapas: Levantamento bibliográfico e documental acerca das temáticas; Consulta de informantes-chave; Levantamento de dados secundários acerca dos setores que nos interessam no estudo, como o industrial, comércio e serviços; Visitas de campo e, por fim; Sistematização das informações e escrita.

A pesquisa é do tipo exploratória, com estudo de caso e abordagem quali-quantitativa, por articular elementos qualitativos e quantitativos em busca de maior entendimento do fenômeno estudado. Com a pesquisa qualitativa “[...] um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada. [...] Vários tipos de dados são coletados e analisados para que se entenda a dinâmica do fenômeno.” (GODOY, 1995, p. 21) Conforme esclarece Minayo (2002, p. 22) dados quantitativos e qualitativos são complementares, pois a realidade por eles abordada, interage de forma dinâmica, excluindo dicotomias.

Inicialmente foi realizada a revisão de literatura e busca documental, primeira etapa, de modo a levantar bibliografias que auxiliaram na fundamentação do aporte teórico-metodológico sobre os temas estudados, como a industrialização no Ceará, a chegada de investimentos externos no território e os incentivos para tal, a relação das fábricas com o meio urbano, reestruturação urbana, assim como a expansão do setor terciário e o ramo supermercadista, de modo que seja possível embasar as análises sobre o passado e o presente. As buscas tiveram enfoque em teses, dissertações, artigos, periódicos e livros, em repositórios e bibliotecas das instituições de ensino superior das universidades locais, como é o caso do Repositório da Universidade Federal do Ceará (UFC) e da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Além dessas, foram consultadas ferramentas de pesquisa acadêmica como o Portal

Periódicos Capes, Google Acadêmico e demais portais de universidades e revistas de Geografia.

Sobre a dinâmica industrial, foram contemplados estudos que abordam a dinâmica nacional e da Região Nordeste e no recorte de estudo, tornando possível uma análise diante de diferentes escalas sobre processos inerentes a esse tipo de atividade. É possível destacar as contribuições de Alvarenga Júnior (2018), Amora (2005), Leitão (2009), Lima (2014), Muniz (2015) Cabral; Muniz; Sampaio (2019), Aragão (2005), Mendes (2006), entre outros.

Considerando que no Ceará, portanto Maranguape, o desenvolvimento industrial foi fomentado por uma série de ações governamentais, fez-se necessária também uma pesquisa por censos, mapas, anuários estatísticos, programas de governo, notícias divulgadas pelos canais de comunicação oficiais do Governo do Estado.

É verificada uma escassez de estudos sobre o desenvolvimento industrial e estudos de caso em Maranguape, logo, para traçar a trajetória da FATEMA, além do trabalho de Aragão (2005), e trechos de Leitão (2009), foi necessário, entrar em contato com pesquisadores locais. O trabalho tem como informante-chave uma jornalista local que possui um arcabouço de informações, registros de jornais, fotos e entrevistas com antigos funcionários da fábrica, boa parte de suas descobertas foi sistematizada em publicações em seu blog, citados como Nunes (2021). Conversamos com a jornalista sobre as informações e permissões para usá-las no trabalho.

Na etapa de levantamento de dados secundários, estes complementam a compreensão das transformações ocorridas ao longo do tempo e o panorama econômico atual. As buscas se deram em fontes como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), relatórios e publicações do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), Associação Cearense de Supermercados (ACESU) e Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

Posterior à coleta de dados, estes serão compilados e analisados, à luz também do levantamento bibliográfico. As informações levantadas poderão ser trabalhadas e apresentadas na forma de mapas, gráficos e tabelas.

Compreende-se a importância dos indicativos quantitativos, contudo, somente a sua análise não é suficiente para compreensão em completude do objeto de estudo. A pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de obter informações e/ou conhecimentos acerca do fenômeno que está sendo estudado. “Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que

se presume relevantes, para analisá-los” (Marconi, Lakatos, 2010, p. 186). O interesse desse tipo de pesquisa é o estudo de indivíduos, grupos e instituições, visando a compreensão de diferentes aspectos inerentes ao contexto de estudo.

Portanto, foi necessária a busca por indicativos qualitativos, as investigações em campo. Nessa etapa, foi possível conhecer o local onde a Fábrica Maranguape, posteriormente FATEMA, se instalou e a Vila Operária. No que diz respeito à configuração atual, na localização da antiga FATEMA, funciona o supermercado Pinheiro, do tipo “Ofertão”, com uma proposta de preços mais baixos. As visitas de campo permitiram a observação do fluxo de pessoas no supermercado e seu entorno, identificação de equipamentos do terciário nas proximidades, assim como mapeamento dos supermercados que também estão localizados no distrito sede de Maranguape.

Munidos de material coletado nas etapas anteriores, foi possível sistematizar e interpretar as informações. Para além de apenas contemplar aspectos estritamente econômicos e técnicos, buscamos compreensão acerca da dinâmica que envolve os atores sociais desencadeada no espaço a partir da presença da FATEMA e posterior mudança de função, com a expansão do setor de supermercados na cidade.

O trabalho se divide em 5 capítulos, incluindo Introdução e Considerações finais. Inicialmente, indicamos as questões introdutórias de apresentação do estudo proposto, lançando as bases para a discussão. O segundo capítulo se debruça sobre A economia algodoeira e o desenvolvimento da indústria têxtil no Ceará, no qual tomamos como base a periodização de Aragão (2002) sobre o ramo. Esse resgate nos interessa pois o surgimento e crescimento da indústria têxtil em Maranguape se insere em uma dinâmica regional e não apenas local. No capítulo 3, aplicamos a periodização em Maranguape, para entender como se deu o desenvolvimento do ramo no município que já foi uma das principais figuras da cultura algodoeira no Ceará. Além disso, fizemos o levantamento da história da FATEMA, importante fixo industrial, hoje refuncionalizado, no centro da cidade. Para o quarto capítulo, apresentamos um breve panorama da economia Maranguapense atual, com foco no setor terciário e propondo uma discussão sobre o crescimento do ramo supermercadista no município, atividade atualmente desenvolvida na antiga área ocupada pela FATEMA. Por fim, no último capítulo, nas *Considerações finais*, fazemos algumas ponderações de arremate sobre o tema discutido e as descobertas do trabalho.

2 ECONOMIA ALGODOEIRA NO CEARÁ E DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL

A inexistência da cultura de açúcar e metais preciosos em território cearense no período colonial inviabilizou sua participação nos primeiros grandes ciclos econômicos regionais. Isso até o século XVII, quando a criação de gado bovino se destaca e se desenvolvem as charqueadas, para abastecer o mercado interno.

Ao final do século XVIII, uma outra cultura começa a se desenvolver: o algodão. Os primeiros registros de procura pelo algodão cearense no mercado internacional datam do final do século XVIII, em razão da Guerra de Independência dos Estados Unidos. O algodão nordestino, em especial o cearense, do tipo mocó, de fibra longa, se torna importante item de exportação, preenchendo a lacuna deixada pelo algodão norte-americano no mercado mundial (Aragão, 2002).

No século seguinte, a Guerra de Secessão Americana (1861 - 1865), conflito entre sul e norte dos Estados Unidos, paralisou a produção de algodão no país, principal fornecedor das indústrias têxteis inglesas. Durante esse período, o Nordeste brasileiro, com destaque para o Ceará, novamente passa a suprir a demanda internacional pelo produto (Silva, Muniz, 2022). O destaque que o cultivo de algodão assume neste momento não diminui a importância da pecuária no estado, visto que o binômio gado-algodão foi determinante para o desenvolvimento da região.

A partir da década de 1860, todos os negócios do Ceará passaram a gravitar em função do algodão, de forma direta ou indireta (Aragão, 1989).

De um ano para o outro, a província cobriu-se de algodoais; derribavam-se as matas seculares do litoral às serras, das serras ao sertão; o agricultor com o machado e uma das mãos e o facho noutra deixava após si rumas enegrecidas. [...] A colheita de 1863 fez duplicarem-se as lavras, que no ano seguinte produziram 1.135.650 quilogramas. (Girão, 2000, p. 232)

É importante salientar que a disponibilidade de matéria-prima, embora principal fator para a instalação das primeiras fábricas têxteis no Ceará, não foi o único. Aragão (2002) indica o preço do produto no mercado, a criação de infra-estrutura para a produção e comercialização, o papel do Estado e as possibilidades de acumulação de capital nessa atividade, como fatores atrativos aos primeiros empresários.

A indústria têxtil cearense, além de ter ligação com o espaço e a história socioeconômica, tendo origem no capital local vinculado à economia cearense, causou, ao longo do tempo, transformações socioespaciais notáveis, não só nas cidades de origem como também onde permanece e onde mantém relações

comerciais por meio do espaço da circulação de seu produto final e compra de matérias-primas (Silva, Muniz, 2022, p. 23).

A instalação de indústrias têxteis no Ceará está intrinsecamente ligada à ocupação e formação sócio-histórica e econômica local. O contexto foi favorável ao desenvolvimento do ramo no Ceará, ao final do século XIX. A primeira fábrica têxtil registrada no estado foi a Fábrica Progresso, em 1882 (Aragão, 2002).

2.1 Fases da industrialização têxtil cearense

Ao analisar o desenvolvimento industrial no Ceará, Amora (2005) identifica três períodos: o primeiro inicia no final do século XIX e estende-se até os anos 1950; o segundo, dos anos 1960 até a década de 1980; o terceiro, da década de 1980 aos dias atuais.

O primeiro é referente a instalação das primeiras indústrias no estado, em grande maioria de capital local, principalmente dos ramos têxteis, de óleos vegetais, de couros e peles, gêneros associados à disponibilidade local de matéria-prima de origem agrícola e pecuária. Com a criação do Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste (GTDN) e posteriormente da SUDENE, a segunda fase se caracteriza pela tentativa de modernizar o Nordeste, por meio dos incentivos fiscais direcionados à região. O terceiro se dá mediante a reestruturação da economia mundial, tendo o Estado como importante agente impulsionador da indústria.

O desenvolvimento do setor têxtil em especial, segundo Aragão (2002), se deu em quatro fases ou gerações: Pioneiros (1ª fase – 1882 a 1900), Empreendedores (2ª fase – 1900 a 1960), Modernos (3ª fase – 1960 a 1980) e Novos Empresários (4ª fase – 1980 em diante).

A divisão não representa bruscas rupturas, visto que os processos não têm um momento exato de encerramento para dar lugar a outro. Uma série de acontecimentos perpassam essas marcações temporais, corroborando para as transformações e, por vezes, sendo definidores delas. Entretanto, a adoção de uma periodização nos ajuda a entender o desenvolvimento desse setor ao longo do tempo.

2.1.1 Primeira Geração - Pioneiros (1882 a 1900)

A fase dos Pioneiros, primeiro período de desenvolvimento da indústria têxtil no Ceará, de 1882 a 1900, é marcada pela coragem dos empresários que ingressaram nesse ramo industrial, até então não explorado no estado. Nessa época se instalam as primeiras fábricas

têxteis locais, quais sejam: Fábrica Progresso, Cia. Fáb. de Tecidos União Comercial, Cia. Fabril Cearense de Meias, Fábrica Santa Thereza, Fábrica Ceará Industrial, Fábrica Sobral (Aragão, 2002).

Das seis apenas a Progresso data da década de 1880. Isso pode ser explicado pelas políticas protecionistas voltadas a esse tipo de indústria, que só se intensificam a partir da década seguinte. Além disso, dentre todas as indústrias, apenas duas se localizam fora de Fortaleza, a Fábrica Santa Thereza, em Aracati, e a Fábrica de Tecidos Sobral, em Sobral (Silva, Muniz, 2022).

Dentre os fatores que contribuíram para o primeiro surto de industrialização têxtil no Ceará, o destaque é o de acúmulo de algodão, estocado e sem mercado comprador, em função do período pós-Guerra de Secessão (Aragão, 2022). O surgimento dessas indústrias é viabilizado pela iniciativa dos próprios investidores locais, provenientes dos excedentes do comércio e sem proteção do Estado. Além disso, parte dos industriais desse período ocupava cargos políticos, como Thomaz Pompeu e seu sócio Nogueira Accioly, respectivamente, deputado e presidente, várias vezes, do Ceará (Silva, Muniz, 2022)

2.1.2 Segunda Geração - Empreendedores (1900 a 1960)

O período de consolidação da indústria têxtil no Brasil coincide com a segunda fase da industrialização cearense. A divisão de Aragão (2002), sugere que essa fase emerge em 1900 e perdura até o final da década de 1950, período denominado de geração dos Empreendedores pois os empresários mostravam “[...] iniciativa, agressividade, sendo eternos farejadores de oportunidades, vocacionados para o risco, apresentando grande dosagem de criatividade no ato de administrar” (Aragão, 2002, p. 65).

Além das unidades que foram instaladas entre as décadas de 1880 e 1900, nesse período, foram instaladas nove novas fábricas de fiação e tecelagem, oito em Fortaleza e uma em Maranguape. Além dessas, três fábricas fundadas na geração dos Pioneiros ainda se mantinham ativas⁴.

Ao caracterizar os industriais do segundo período, Aragão (2002) os descreve como originários de diferentes municípios do Ceará, que iam para a capital em busca de ampliar seus negócios, considerados *self-made men*⁵. Boa parte era comerciante antes de ingressarem

⁴ Para conhecer todas as fábricas instaladas ao longo das gerações, consultar Aragão (2002).

⁵ Self-made man é uma expressão que faz referência a uma pessoa que criou condições para seu próprio sucesso, este, depende apenas de si mesmo.

na indústria têxtil, desenvolviam suas atividades mercantis na compra e venda de algodão, alguns foram empreendedores das fábricas de beneficiamento de algodão (Aragão, 2002).

Investir nas fábricas de fiação e tecelagem foi para esta geração uma consequência natural da evolução de seus muitos negócios, permitindo-lhes formar certo tipo de acumulação que pode ser empregado num determinado ramo de atividade que requisitava largo dispêndio de capital. Ressalve-se, mais uma vez, que todo o investimento têxtil do citado período, como o da fase anterior, se fez às custas do capital próprio sem qualquer financiamento de instituições bancárias e, também, sem qualquer intervenção econômica do Estado (Aragão, 2002, p. 79).

Importante característica dessa geração, percebida ao verificar a atuação das empresas nas localidades que se instala, é a filosofia de proporcionar algum amparo social como formas de disciplina, controle, exigindo, em contrapartida, lealdade e obediência.

Um problema que permeia o desempenho da indústria têxtil cearense nesse período reside na política de desenvolvimento nacional da época. O modelo industrializante que se inicia na década de 1930 privilegiava a região Centro-Sul do país e com o fim da Segunda Guerra Mundial e o basta na procura pela produção nordestina, as disparidades regionais ficam evidentes. Em 1953, havia 11 fábricas de fiação e tecelagem no Ceará, 8 em Fortaleza e as outras em Maranguape, Sobral e Aracati, que permaneceram ativas durante a década de 1950, mas não surgiram novas (Aragão, 2002).

Aquelas mais bem equipadas encontram-se em condições de competir dentro de áreas que, tradicionalmente, eram mercados consumidores das indústrias nordestinas. Só assim pode compreender-se que, após 1956, há o registro de falência e de concordatas de muitas empresas de fiação e tecelagem cearenses, que encontram também restrições junto aos bancos e outras instituições financeiras. De 12 fábricas existentes em 1930, somente quatro atravessaram o decênio de forma invicta⁶ (Aragão, 2002, p. 86).

2.1.3 Terceira Geração - Modernos (1960 a 1980)

Foi criado, em 1956, o GTDN, para estudar e traçar caminhos para o desenvolvimento da região. A irregularidade das chuvas, poucas terras aráveis e a intervenção governamental que havia privilegiado o Sudeste (Rigotto, 2004), foram listados como principais problemas que afetam o desenvolvimento nordestino. Nesse sentido, o Nordeste se insere no quadro de industrialização

[...] com o discurso de minimizar suas crises naturais e romper os elos da estrutura agrária medievalesca e participar do banquete proposto pelo decantado

⁶ O Cotonificio Leite Barbosa (Fábrica Santa Tereza e Santa Cecília), a Cia Têxtil José Pinto do Carmo (Fábrica Baturité), pediram concordata. Unidades do grupo A. D. Siqueira e a Fábrica Baturité faliram no final da década de 1950. A Fábrica São José entrou no ramo de confecções a partir da década de 1960, aproveitando a sua infraestrutura (Aragão, 2002).

desenvolvimento industrial, conforme definido no histórico documento do Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste (GTDN), em 1959, sob a coordenação do economista Celso Furtado, o que servira de inspiração para o governo criar a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE). O primado vinha de bases teóricas com reforço acadêmico, associado à política democrática, então reinante. Nesse movimento, a urbanização brasileira se elevou bruscamente, carregando do meio rural uma multidão de homens e mulheres à disposição das indústrias tayloristas e fordistas que vinham para o Nordeste (Lima, 2014, p. 11).

As atividades urbanas e industriais progressivamente ganham espaço no âmbito econômico da região e passam a comandar o crescimento da produção, impulsionadas pela SUDENE, pelo Fundo de Investimentos do Nordeste (FINOR), Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB), entre outros (Rigotto, 2004).

Inicia-se a terceira fase de desenvolvimento da indústria têxtil no Ceará, também conhecida como geração dos Modernos (1960 - 1980). Recebe essa denominação pois seus industriais tentaram modernizar suas fábricas, substituindo o maquinário antigo e reequipando as unidades por meio de incentivos financeiros oferecidos pelos governos federal e estadual (Silva, Muniz, 2022).

O desenvolvimento industrial do Nordeste nesse período foi pautado, segundo Muniz (2016), nos programas de transferência de recursos inter-regionais, incentivos fiscais do FINOR e, mais recentemente, Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE).

A terceira geração foi formada por um grupo muito diversificado de empresários, que Aragão (2002, p. 100) classifica em quatro tipos:

1) Empreendedores com envolvimento histórico familiar com o algodão [...]. 2) O grupo dos iniciantes a empresários têxteis a partir das oportunidades oferecidas pela política de incentivos fiscais [...]. 3) Há o grupo formado exclusivamente pela tradição de bordado em Maranguape [...]. 4) Por último, a Master Tecidos Plásticos, que surge como sucedâneo natural de empreendimentos do Grupo Master [...].

Em escala estadual, o contexto de modernização e desenvolvimento do parque industrial do primeiro governo de Virgílio Távora (1963-1966) facilitou a consolidação dos incentivos federais (Muniz, 2016). A criação de infraestrutura, desencadeada nesta gestão, dentre a criação de estradas para escoamento da produção e desenvolvimento do sistema de energia elétrica que sofria com colapsos frequentes, foi favorável ao momento de fortalecimento do setor têxtil (Aragão, 2002).

É possível inferir, de acordo com Rigotto (2004), que os Planos de Governo do Estado do Ceará, a partir de 1963, refletem a influência do GTDN, pois são caracterizados pela

criação de distritos industriais, de infraestrutura voltada à atividade industrial, como rodovias, portos e eletricidade, empresas públicas de incentivo e planejamento nesse setor.

Dentre as mudanças para a década de 1970, surge em 1974 o FINOR. Parte dos problemas encontrados na década de 1960 eram administrativos e não haviam sido ainda superados, portanto, era preciso que as indústrias têxteis incorporassem novas formas de gestão (Aragão, 2002). “Outro objetivo dos incentivos da SUDENE sob a designação FINOR foi o de favorecer a instalação de filiais de empresas do Centro-Sul no Nordeste” (Aragão, 2002, p. 96), objetivo que se consolidou.

No movimento de falência e dissolução de algumas empresas do ramo têxtil ao longo desse período, verifica-se uma outra mudança na dinâmica do setor. As fábricas em atividade até então, eram, na maioria dos casos, continuação de empreendimentos pioneiros no setor, mas, a partir dos anos de 1960, ocorre a ascensão de novos empresários, alterando a classe empresarial do setor (Aragão, 2002).

2.1.4 Quarta Geração - Novos Empresários (1980 em diante)

A quarta fase da industrialização têxtil no Ceará, a Geração Empresarial ou Novos Empresários, iniciou nos anos de 1980 e dura até os dias atuais.

A crise enfrentada nos anos 1980 dizia respeito à produção algodoeira desorganizada e falta de incentivos, ao mesmo tempo que a praga do “bicudo” afetou em grande proporção as colheitas. De acordo com dados do Anuário do Ceará da época, em maio de 1986, apresentados por Aragão (2002), 43 municípios haviam sido afetados, comprometendo uma área de cerca de 50 mil hectares. Sem a produção local, as indústrias se depararam com problemas de abastecimento, a hiperinflação, crise econômica, recessão etc.

Os financiamentos da SUDENE foram diminuindo, mas a segunda gestão de Virgílio Távora conseguiu garantir incentivos que evitaram uma crise interna no setor (Aragão, 2002; Silva, Muniz, 2022). Apenas as empresas mais antigas enfrentaram maiores problemas, devido à maquinaria obsoleta e altos valores de dívidas, como a Thomaz Pompeu, a Sobral, Santa Tereza, Santa Cecília, São José e Maranguape (Aragão, 2022).

Na virada da década de 1980 para 1990, em escala internacional, observa-se o aumento dos fluxos financeiros e disponibilidade de capitais, enquanto no Brasil o desmonte da Era Vargas e a política neoliberalista vão se afirmando. No Brasil, as transformações são observadas já no Governo Collor (1990 - 1992), mas se aprofundam no Governo Fernando Henrique Cardoso (1995 - 2002). Comprometendo-se com o fim do estatismo e as

oportunidades que apareciam com a globalização, a classe empresarial se torna aliada da agenda política desse mandato (Aragão, 2002).

Algumas características do setor nesse período citadas por Aragão (2002) são: 1) o surgimento e consolidação de empresas de alta tecnologia; 2) a propagação das empresas de médio porte que diversificam a produção e exploram diferentes nichos de mercado, ao lado da consolidação das de grande porte; 3) a descentralização de indústrias na capital, frente ao aumento de incentivos conforme a indústrias se distanciasse de Fortaleza; 4) aumento de unidades que se destinam à tecelagem e na fabricação de malhas; 5) aumento da participação de empresários de fora, ao contrário das fases anteriores, nas quais a maior parte dos donos ou grupos de indústrias eram cearenses.

Atualmente, o Ceará continua sendo um dos principais pólos têxteis do Brasil, embora em lógica diferente dos seus períodos iniciais de desenvolvimento nesse setor. Foi necessário se ajustar para tentar manter sua relevância e não perder espaço para importações, assim como não deixar de comercializar para além de seus limites territoriais.

O que marca esse período de produção industrial, principalmente no início da década de 1980, é o processo de reestruturação da indústria. As indústrias mais preparadas investiram na sua reestruturação, reduziram seus custos e melhoraram sua competitividade, com o objetivo de enfrentar a concorrência internacional (Muniz, 2016).

2.2 Reestruturação produtiva e desconcentração industrial no Ceará

A reestruturação produtiva, viés da reestruturação capitalista, ocasiona uma série de mudanças técnico-econômicas, reordenamentos nas relações de trabalho, na forma de produzir e, conseqüentemente, no espaço. O Estado, dentro desse quadro, se adapta ao sistema capitalista e suas exigências, ao criar condições para um processo de adequação da produção e do espaço ao mercado global (Muniz, 2019). Para melhor compreender, se faz pertinente uma breve discussão sobre o sentido de reestruturação⁷.

Em entendimento inicial sobre estrutura, com base em Lencioni (1998), temos que as estruturas, primeiramente, não são fixas ou estáveis, mas que possuem um equilíbrio provisório, que quando abalado causa desestruturação-reestruturação. Segundo a autora ,

⁷ O debate sobre a reestruturação no meio acadêmico se dá desde o sentido das palavras estrutura e reestrutura, até se estender para as suas esferas capitalista, produtiva e urbana, que se encontram imbricadas. Uma revisão do arcabouço teórico sobre o tema pode ser vista em Gomes (2011).

Cabe lembrar que as formas anteriores não se dissolvem nesse processo de reestruturação, elas se modificam e são modificadas pela teia de relações em movimento. Tornam-se, sim, subordinadas face ao desenvolvimento dessas novas formas que reestruturam tanto a sociedade como o espaço (1998, p. 6).

O conceito de reestruturação, de acordo com Soja (1993, p.193)

[...] em seu sentido mais amplo, transmite a noção de uma ‘freada’, senão de uma ruptura nas tendências seculares, e de uma mudança em direção a uma ordem e uma configuração significativamente diferentes da vida social, econômica e política. Evoca, pois, uma combinação sequencial de desmoroamento e reconstrução, de desconstrução e tentativa de reconstituição, proveniente de algumas deficiências ou perturbações nos sistemas de pensamento e ação aceitos. A antiga ordem então suficientemente esgarçada para impedir os remendos adaptativos convencionais e exigir, em vez deles, uma expressiva mudança estrutural.

Como falado anteriormente, não é mecânico, fixo ou automático. A reestruturação se origina e é reativa a choques sofridos nas práticas sociais preexistentes. É um processo que implica em “[...] fluxo e transição, posturas ofensivas e defensivas, e uma mescla complexa e irresoluta de continuidade e mudança. [...] se enquadra entre a reforma parcial e a transformação revolucionária, entre a situação de perfeita normalidade e algo completamente diferente” (Soja, 1993, p. 194).

O fordismo, em sua esfera de rigidez de investimentos de capital físico, com produção em massa que impedia maior flexibilidade de planejamento, estava em crise e se fazia necessária uma nova lógica de acumulação e regulação social e política, assim se desenha um novo paradigma tecnológico e produtivo (Muniz, 2022).

[...] esse novo padrão, malgrado suas substanciais diferenças, é na verdade uma contínua expansão dos limites impostos à valorização do capital por meio da renovação dos suportes clássicos de extração do excedente (com o aprofundamento na diminuição do tempo de rotação do capital) ou, ainda, pela criação de economias de tempo que irão permitir uma diminuição do custo de produção (Muniz, 2022, p. 41).

É no setor produtivo que a reestruturação se mostra mais intensa, isso porque os novos padrões de gestão e organização do trabalho assumem grande importância na flexibilização das relações de trabalho, cujos impactos são socioeconômicos e espaciais (Muniz, 2019).

Em linhas gerais, a reestruturação produtiva, calcada na produção flexível, propiciou uma reorganização do processo de gestão da produção e da força de trabalho, com novas práticas gerenciais, uma nova lógica de produção de mercadorias, o desenvolvimento de novas tecnologias e a descentralização produtiva, com a terceirização ou as realocações industriais. Isto ocasionou o fechamento de indústrias e abertura de outras; a modificação das regras institucionais de relacionamento entre capital e trabalho; as mudanças de hábito no consumo; as alterações nos padrões de concorrência intercapitalista etc. (Muniz, Silva, Costa, 2011).

Na indústria brasileira, a reestruturação produtiva tem bases no modelo desenvolvimentista adotado na segunda metade do século XX, cuja ênfase era na industrialização como vetor do desenvolvimento e crescimento econômico. No Brasil, o processo apresenta indícios a partir dos anos de 1970, quando o modelo de desenvolvimento baseado na substituição das importações entra em crise. Esse processo indica a crise no padrão fordista a em detrimento de um novo padrão produtivo e de acumulação, inspirado no toyotismo⁸, que se desenvolve com particularidades em cada país (Gomes, 2011).

A mundialização do capital (Santos, 2000) impulsionou o processo de reestruturação, ao passo que promoveu transformações no espaço e na estrutura produtiva, através da disputa por novos mercados e competição em nível global, além de ter a modernização como palavra de ordem nos processos de trabalho e produção (Muniz, 2019). “A mundialização permitiu o aprofundamento do processo de reestruturação, resultando na reterritorialização ou recuperação político-territorial do poder de trocas globais para obtenção de vantagens competitivas entre as nações” (Muniz, 2019, p. 8).

A desconcentração industrial da década de 1990, semelhante a ocorrida na década de 1970, motivada pelos desequilíbrios regionais, pode ser entendida a partir da ótica da “Guerra dos Lugares” (Santos, 1999, s/p):

Com a globalização, o território fica ainda mais importante, ainda que uma propaganda insidiosa teime em declarar que as fronteiras entre Estados já não funcionam e que tudo, ou quase, se desterritorializa. Na verdade, se o mundo tornou possível, com as técnicas contemporâneas, multiplicar a produtividade, somente o faz porque os lugares, conhecidos em sua realidade material e política, distinguem-se exatamente pela diferente capacidade de oferecer às empresas uma produtividade maior ou menor. É como se o chão, por meio das técnicas e das decisões políticas que incorpora, constituísse um verdadeiro depósito de fluxos de mais-valia, transferindo valor às firmas nele sediadas. A produtividade e a competitividade deixam de ser definidas devido apenas à estrutura interna de cada corporação e passam, também, a ser um atributo dos lugares. E cada lugar entra na contabilidade das empresas com diferente valor. A guerra fiscal é, na verdade, uma guerra global entre lugares.

Reforçando o caráter espacial do fenômeno, para continuar em atividade, diversas indústrias precisaram se reestruturar e se realocar, em busca de outros mercados que permitissem ganhos de produtividade para enfrentar a concorrência (Muniz, 2019). O espaço produtivo se fragmenta, originando um mosaico de espaços integrados a nível regional, nacional e internacional (Muniz, 2022).

⁸ O toyotismo é uma forma de organização do trabalho que nasceu na Toyota, no Japão do pós-45. Suas principais características são referentes ao sistema de organização e gestão do trabalho (Just in time; Kanban). Discussão em Ribeiro (2015).

2.2.1 Na Região Metropolitana de Fortaleza (RMF)

A intervenção planejada do Estado na região Nordeste, especialmente na figura da SUDENE, marca um momento de verdadeira reestruturação (Muniz, 2019).

[...] percebemos o Estado assumindo o papel de locomotiva das transformações por intermédio de seu aparato institucional, incorporando diversos setores na economia de mercado, adaptando a organização social, espacial e econômica às novas necessidades do capital e assim organizando um espaço apto ao desenvolvimento da atividade capitalista. Isto é evidente tanto analisando uma escala maior, como em particular é o que vemos acontecer nas Regiões Metropolitanas com a difusão da produção industrial para municípios além da capital (Muniz, 2019, p. 2).

No contexto de reestruturação, de acordo com Muniz, Silva e Costa (2011), ocorre um reordenamento das forças produtivas, nas relações de trabalho e no espaço, ao passo que provoca uma expansão para áreas periféricas da cidade. No Ceará, a RMF se insere nesse processo, interligando o mercado nacional e transnacional, ao mesmo tempo que ocupa novo papel na divisão interna e internacional do trabalho. Desse modo, a região, buscando maior competitividade, apresenta modificações na estrutura organizacional de produção e nas relações sociais de produção e trabalho, conseqüentemente, acarretando modificações na sua dinâmica espacial.

Até a década de 1970, Fortaleza concentrava o maior contingente industrial do estado, localizadas principalmente nas antigas Zonas Industriais, como é o caso da avenida Francisco Sá. Para essas, se deslocavam migrantes, que se fixaram de forma desordenada, contribuindo para o crescimento desordenado da cidade (Muniz, Silva, Costa, 2011)

A conseqüente expansão da indústria para os espaços periféricos, é verificada no Ceará no caso de Fortaleza. São implantados fixos e fluxos⁹ (Santos, 1988), que acarreta em novas formas tecnológicas, organizacionais e ocupacionais. A estrutura socioespacial da RMF é alterada por esse processo, tendo seu espaço reordenado em função da nova organização das forças produtivas e relações de trabalho (Muniz, Silva, Costa, 2011).

Durante a década de 1990 ocorreu uma intensa desconcentração industrial, atrelada ao processo de modernização. As indústrias que se localizam sobretudo na Região Sudeste passaram a buscar novas cidades para suas instalações. Saboia (2009) argumenta que, enquanto alguns estados sofreram com o processo de desconcentração industrial, com quedas de empregos e salário, outros apresentaram resultados diferentes, como é o caso do Ceará. Em

⁹ Os fixos relacionam-se mais diretamente à intersecção entre forma e função, enquanto os fluxos à intersecção entre função e processo. Uma forma e uma função resultam em um fixo. Uma função em seu processo conflui para a formação de um fluxo (Barros, 2019).

dados do RAIS apresentados pelo autor, o estado teve um aumento de 23% em empregos na Indústria de Transformação e Extrativa Mineral, entre os anos de 1989 e 1999.

Um marco desse processo foi a criação do I Distrito Industrial do Ceará, na década de 1960, mas que começou a funcionar nos anos 1970, no atual município de Maracanaú, antigo distrito de Maranguape. Foi nesse contexto, de industrialização do Nordeste, com base nos incentivos governamentais destinados para o desenvolvimento da região, que a RMF passou a vivenciar um maior crescimento populacional e concentrar atividades produtivas, antes mais restritas à Fortaleza (Mendes, 2006).

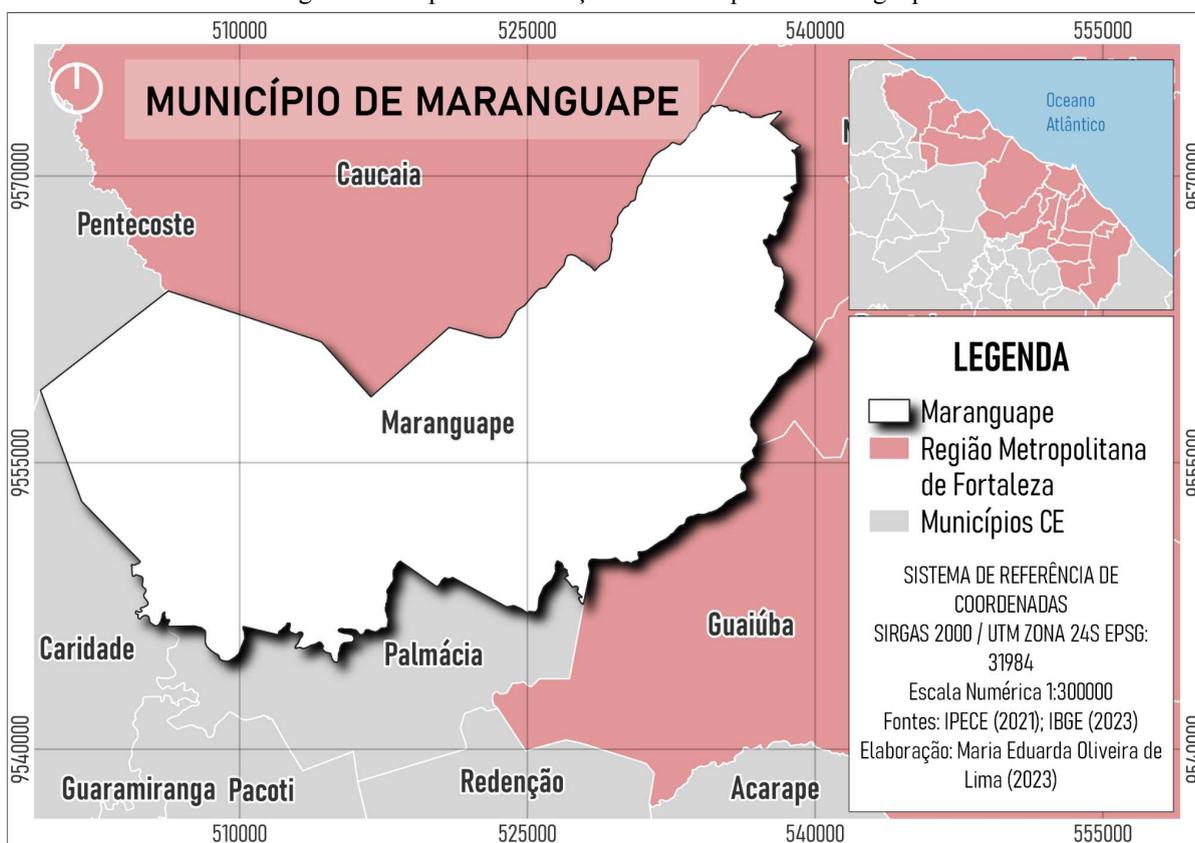
As indústrias, inicialmente restritas à Fortaleza, vão tomando um distanciamento da metrópole ao implantarem-se no distrito industrial, portanto em um município metropolitano. Nesse sentido, a expansão dessa atividade foi e ainda continua a ser um agente primordial no processo de ocupação dos espaços metropolitanos, acarretando investimentos em outros setores, principalmente em infra-estrutura. A política de subsídios à atividade industrial, contribuiu para reforçar mais ainda a concentração da indústria nos espaços metropolitanos, não obstante políticas mais recentes de cunho estadual de incentivo à interiorização da indústria (Mendes, 2006, p. 70).

Visando atrair investimentos, os estados oferecem benefícios fiscais com a isenção de ICMS para as indústrias que priorizarem seus territórios para instalação de unidades. No Ceará, foi constituído o Fundo de Desenvolvimento Industrial – FDI, que concedia vantagens, assim como o Estado e municípios ainda ofereciam terrenos, rede elétrica, abastecimento de água, etc. (MENDES, 2006) A RMF recebeu inúmeros investimentos, incentivados nos vários municípios, de empresas de diferentes setores, entre eles o de Maranguape.

3 AS FASES DA INDÚSTRIA TÊXTIL EM MARANGUAPE E A FÁBRICA DE TECIDOS MARANGUAPE (FATEMA)

Maranguape é um dos municípios que faz parte da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), localizado a cerca de 27 km da capital. Sua população é de 105.093 pessoas (IBGE, 2022), distribuídas em 17 distritos¹⁰, a maioria em áreas urbanas, conforme indica o IPECE (2017).

Figura 1 – Mapa de localização do Município de Maranguape



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

O povoamento e a ocupação do território teve início por volta dos séculos XVII e XVIII, devido à procura por metais preciosos. Posteriormente, o desempenho econômico do município esteve muito ligado à agricultura, principalmente ao cultivo de algodão, que influenciou na chegada das primeiras indústrias, dependentes da produção agrícola.

A chegada da indústria têxtil, como a Fábrica de Tecidos Maranguape, no município só foi possível devido ao contexto favorável do final do século XIX e início do século XX, cuja influência partia de agentes nacionais, estaduais e locais. Para entender o processo,

¹⁰ Amanari, Antônio Marques, Cachoeira, Itapebussu, Jubaia, Ladeira Grande, Lages, Lagoa do Juvenal, Manoel Guedes, Maranguape (sede), Papara, Penedo, São João do Amanari, Sapupara, Tanques, Umarizeiras, Vertentes do Lagedo.

faremos um resgate da história de formação socioespacial do município e da instalação de indústrias, sob a lógica de quatro períodos de industrialização têxtil, proposta por Aragão (2002).

3.1 História do município

As origens da ocupação estrangeira em Maranguape datam do século XVII, quando expedições holandesas, que já ocupavam Pernambuco, chegaram em seu território à procura de metais preciosos. Matias Beck, responsável pela expedição, comandou uma frota composta por cerca de 298 homens, entre soldados brancos, mestiços, nativos e negros escravos (IBGE, 1959).

Apoiando-se no conflito entre os nativos¹¹ e portugueses, promessas, presentes e outras habilidades, os holandeses conseguiram acampar e explorar a área. Entre 1649 e 1654, se dedicaram à busca por metais, mas diante do baixo volume encontrado, convenceram-se de que não compensava economicamente o valor e esforço da extração, encerrando, portanto, a exploração. Após a expulsão dos batavos, a presença do homem branco no atual território do município foi suspensa por um longo período (Leitão, 2009).

Embora as primeiras expedições sejam do século XVII e a exploração de metais tenha seguido até a década de 1650, o povoamento da área dá indícios lentos apenas no início do século XVIII, tornando-se efetivo no século XIX.

Ao longo do século XVIII, foram concedidas as primeiras sesmarias à cinco portugueses, mas o povoamento só se intensifica no século XIX, com a atuação relevante de Joaquim Lopes de Abreu, português que, por meio do governo da metrópole, entrou no domínio de algumas sesmarias, incorporando-as a outras que já estavam sob sua posse (IBGE, 1959)

Não fugindo a dinâmica geral da colonização brasileira, em Maranguape os donatários aos poucos dominaram totalmente o território, expulsando parte dos nativos, considerados rebeldes, enquanto aprisionavam os demais, transformando-os em escravos.

O território maranguapense é marcado pela presença de dois distintos sistemas ambientais: a depressão sertaneja, predominante no território, cuja cobertura vegetal é de Caatinga Arbustiva Densa; e os maciços residuais, áreas cobertas, por sua vez, por Mata Seca

¹¹ Os potiguaras a princípio foram inimigos dos portugueses, mas posteriormente se tornaram aliados para conquistar as terras dominadas pelos holandeses (IBGE, 1959).

e Úmida. Tais condições e disponibilidade de recursos, especialmente do Rio Pirapora, influenciaram a aglomeração inicial que deu origem à vila.

Os anos correram, e o arruado cresceu à margem esquerda do Riacho Pirapora (salto do peixe) e em derredor da capelinha, de logo construída para atender às necessidades religiosas de seus moradores; e, desde então, não sofreu qualquer descontinuidade, no tempo ou no espaço, o processo de nucleação demográfica de Maranguape, por duas causas grandemente favorecido: à fertilidade do solo e o fenômeno climático das sêcas, estas condicionando para ali a migração dos Estados circunvizinhos (Matos, 1966, p. 112)

Ainda no século XIX, o café tornou-se o principal produto local, responsável por impulsionar a economia, gerar trabalhos e estabelecer vínculos com outras regiões.

Maranguape passa a compor uma rede regional de fluxos comerciais, exportando parte de sua produção para municípios vizinhos. De acordo com a Enciclopédia dos Municípios Brasileiros (IBGE, 1959), ainda em 1851 a produção de café da província era obtida quase que completamente nas serras maranguapenses, suprindo o consumo interno com excedente para exportação.

A soma de condições favoráveis influenciou a elevação do distrito de Maranguape, até então anexado a Fortaleza, à categoria de município, segundo a Lei provincial nº. 553, de 17 de novembro de 1851 (IBGE, 1959).

O contexto estimulou transformações de ordem urbana, ao passo que a população cresceu e o município se fortaleceu economicamente. De acordo com Leitão (2009), o progresso é refletido nas ruas com a chegada de obras, presença de casarões e arquitetura exuberante. Mendes (2006, p. 54) destaca

[...] a construção da igreja matriz; a abertura de espaços para construção de praças (1862); agência postal de correios e telégrafos (1886); arborização das ruas (1910), reforma no mercado público (1911), limpeza de ruas e terrenos baldios (1912), iluminação pública de acetileno (1910) e chegada da energia elétrica (1917).

Uma construção desse período se destaca: o ramal da estrada de ferro de Baturité, que ligava Maranguape à Fortaleza, em 1875, fortalecendo os vínculos comerciais com a capital.

Cortando a área central da sede do município, a via férrea direcionou o crescimento da cidade para sudeste e facilitou ainda mais a comunicação com a capital, Fortaleza. Além disso, grandes edificações de valor histórico-cultural datam desta época, como, por exemplo, o Solar dos Sombras que hoje tem como funcionalidade o Nutrans (núcleo de transportes), controlado pela administração municipal (Mendes, 2006, p. 57).

As construções, verdadeiros marcos arquitetônicos são testemunhos do contexto socioeconômico e político, revelam a existência da elite local, proprietária de terras e produtora de café.

No início do século XX, entre 1915 e 1920, o município passou a receber uma quantidade significativa de imigrantes sertanejos, que fugiam da crise fundiária e hídrica no Sertão Central. Fortaleza foi a principal receptora desses fluxos migratórios, entretanto, as cidades vizinhas, devido à proximidade da capital, também receberam migrantes. Maranguape se beneficiou com a chegada dessa parcela de pessoas, que contribuíram para a expansão urbana da cidade (Mendes, 2006).

Já na década de 1920, frente à crise da produção cafeeira no Ceará, os cafezais da serra vão sendo substituídos pela plantação de banana e na região sertaneja destaca-se o algodão.

A cultura do algodão foi fundamental para a economia de Maranguape, pois envolvia a grande maioria da mão-de-obra agrícola da época. O município era um dos principais produtores do “ouro branco”¹² no Ceará, comercializando um produto de qualidade superior, que chegou a ser a preferida no mercado internacional. No período em que o Ceará foi o terceiro principal produtor de algodão do Brasil, obtendo cerca de um milhão e oitocentas toneladas anuais, Maranguape era responsável por um grande percentual dessas estatísticas (Leitão, 2009).

A produção algodoeira em Maranguape destinou-se a exportação e abastecer usinas de beneficiamento em Fortaleza, assim como influenciou o surgimento das primeiras usinas em seu território. É possível afirmar, portanto, que as primeiras iniciativas industrializantes foram marcadas pela estreita relação com a produção algodoeira local (Mendes, 2006).

3.2 Fases da indústria têxtil em Maranguape

3.2.1 O ouro branco em Maranguape

As condições ambientais adversas do território cearense não despertaram interesse imediato à ação colonizadora, ao passo que não era propício ao cultivo do principal produto da época, a cana de açúcar. O Ceará se insere no ciclo da cana de açúcar de outra forma: com o gado, abastecendo as áreas de plantação. Em um segundo momento, se desenvolve a próspera cultura algodoeira (Mendes, 2006).

Vale salientar que o algodão cearense é considerado o melhor produto, inigualado e preferido em todos os mercados mundiais, não apenas pela preciosa fibra que oferece, na extensão e resistência inatingidas em outros países cultivadores da riquíssima plana, como porque no Ceará existem as condições naturais do terreno que a ciência não conseguiu ainda transportar, apesar do seu grande e reconhecido poder (Matos, 1966, p. 126).

¹² Como o algodão era chamado, visto a sua importância econômica para o Ceará.

Em Maranguape, as condições ambientais favoreceram o cultivo de algodão, consequentemente contribuindo para o surgimento das primeiras indústrias e da infraestrutura para o escoamento e comercialização do produto. À exemplo “as usinas de beneficiamento de algodão, de óleos e gorduras vegetais, fábricas de aguardente, beneficiamento de arroz, casas de farinha, moageiras de café, engenho de rapadura, fábrica de queijo e manteiga ou de lingüiça.” (Rigotto, 2004, p. 246).

Para analisar especificamente a indústria têxtil no Maranguape e posteriormente o surgimento da Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA), tentamos dividir os períodos da industrialização têxtil no município em quatro fases, como proposto por Aragão (2002). Visando entender esse processo, repleto de continuidades e rupturas, consideramos as discussões sobre os períodos, indústria e industrialização feitas no capítulo 2.

A periodização de Aragão (2002) destaca que a primeira fase de desenvolvimento têxtil no Ceará começa em 1882 e termina em 1900. O marco inicial é referente a instalação da Fábrica Thomaz Pompeu Têxtil, em Fortaleza.

Os empresários da primeira geração, como o nome já indica, foram pioneiros, que se apoiaram no acúmulo algodão, estocado no mercado comprador, em função do período pós-Guerra de Secessão. Os investidores locais eram, em boa parte, políticos.

Em Maranguape, esse período ainda era marcado pela atividade agrícola, não tendo registros de atividade industrial têxtil. A passagem da primeira para a segunda fase, que investigaremos a seguir, é concomitante ao movimento de declínio da cultura cafeeira, que dá lugar à produção de algodão no município, no século XX.

3.2.2 Empreendedores (2ª fase – 1900 a 1960): O início da atividade têxtil em Maranguape

A segunda fase, iniciada na virada do século, 1900, seguiu até o final dos anos 1950. Nesse momento surgiram uma série de indústrias, como a Santa Elisa, a Santo Antônio, a Fiação São Luís, a Fábrica São José e a Maranguape.

Antes de se tornarem industriais, boa parte já tinha experiência como comerciante, personagens da dinâmica mercantil do algodão, alguns empreendendo nas fábricas de beneficiamento de algodão, à exemplo José Pinto do Carmo, da Fábrica Baturité, e dos Irmãos Gradvohl, da Fábrica Maranguape (Aragão, 2002).

Pode-se até afirmar que, enquanto os investidores pioneiros foram motivados pelo excedente de algodão para instalar suas fábricas, a segunda geração de empresários é formada por atores que de uma forma ou de outra comercializavam o algodão e detinham fábricas de beneficiamento deste produto. [...] Assim sendo, a entrada no

setor têxtil de fiação passa a ser uma consequência natural na evolução dos negócios destes empresários da segunda geração têxtil cearense (Aragão, 1989, p.70).

Instalou-se em Maranguape a Fábrica Gradvohl, ou Fábrica Maranguape¹³, iniciativa de empresários judeus de nacionalidade francesa, que já viviam no Ceará desde o final do século XIX, envolvidos com o comércio de algodão. A fábrica de 1924 foi a única indústria têxtil instalada no período, marcado pela decadência da cultura cafeeira e fortalecimento do algodão local.

O desenvolvimento da indústria têxtil em Maranguape foi tardio em comparação com Fortaleza. A iniciativa têxtil foi ainda incipiente, com apenas um registro, mas tinha potencial, visto o destaque que o algodão maranguapense conquistou em seguida. Dados da Câmara de Vereadores de Maranguape e de Relatório da Prefeitura municipal, apresentados por Leitão (2009), evidenciam a queda e ascensão desses dois produtos

No século XIX, o município tinha 40 engenhos de cana-de-açúcar e, no segundo quartel do século XX, apenas 20. Na antiga referência [1861], havia 110 sítios de café e, na de 1931, nenhum. Em compensação, na tabela anterior toda a produção de algodão era vendida em estado natural, enquanto, em 1931, havia oito usinas de beneficiamento da fibra no Município, oferecendo muitos empregos (Leitão, 2009, p. 112).

Esse foi um período de crescimento, próspero, como esperavam os irmãos Gradvohl quando chegaram a Maranguape, que atraiu novas indústrias no período seguinte.

Segundo o Almanaque do Ceará de 1948 (Leitão, 2009), a produção de algodão em 1947 foi de 214.500 arrobas. Na década seguinte, em 1955, um levantamento econômico do IBGE indica que 74,02% da população ativa do município, habitantes de 10 anos ou mais, estavam envolvidos nas atividades de agricultura, pecuária e silvicultura. Os dados populacionais indicam que em 1920 a população do município era de 25.396 habitantes, 39.212 em 1940, segundo o Almanaque, e 41.585 habitantes em 1950, segundo revela o Recenseamento Geral de 1950 (IBGE, 1959).

Estimaram que a safra agrícola de 1955 teve destaque nos seguintes produtos:

banana (2 880 000 cachos - Cr\$ 51 840 000,00); algodão arbóreo e herbáceo (250 500 arrôbas- Cr\$ 30 471 000,00); manga (298 500 centos - Cr\$ 11 940 000,00); cana-de-açúcar (74 000 toneladas - Cr\$ 10 360 000,00); feijão (27 300 sacos - Cr\$ 6 224 000,00); arroz (23 000 sacos - Cr\$ 6 210 000,00); milho (53 900 sacos - Cr\$ 5 821 200,00); abacate (14 000 centos Cr\$ 4 200 000,00); laranja (27 800 sacos - Cr\$ 2 224 00,00); mandioca-brava (4 300 toneladas - Cr\$ 1935 000,00); côco-da-baía (Cr\$ 1 875 000,00); batata-doce (870 toneladas - Cr\$ 1470 000,00) (IBGE, 1959, p. 359).

¹³ Não existem muitos registros sobre qual era o nome oficial da fábrica em sua instalação, mas documentos da SUDENE, na década de 1960, chamam de Indústria de Tecidos Maranguape,

De modo geral, as unidades fabris estavam associadas às diferentes culturas presentes no município. O Registro Industrial de 1954 indicou a presença de 30 estabelecimentos que produziram 29 milhões de cruzeiros e ocuparam em média 541 pessoas. Em 1956, o número de estabelecimentos fabris chegou a 59, eram elas dedicadas

[...] 1 à fabricação de tecidos, 6 ao beneficiamento de algodão, 3 ao de arroz, 2 ao beneficiamento de madeira, 1 à fabricação de móveis de madeira, 7 à panificação, 21 à fabricação de aguardente de cana, 3 à produção de lingüiça, 3 à matança de gado para consumo público, e 7 à produção de energia elétrica, dos quais 12 eram da classe dos que ocupavam 5 pessoas e mais (IBGE, 1959, p. 360).

Os principais estabelecimentos eram: Fábrica Maranguape, Usina Almaranda, Usina São Sebastião, Usina Nonato, Usina Moacir, e Fábrica Bom Jesus (beneficiamento de algodão), Serraria Maranguape, Serraria São José, Padaria Lusitana, Padaria São Raimundo, Padaria São Sebastião, Fábrica Ypioca e Fábrica São Francisco (aguardente de cana), segundo o IBGE (1959).

3.2.3 Os Modernos (3ª fase – 1960 a 1980) em Maranguape

Na segunda metade dos anos 1950, vimos que algumas ações a nível nacional foram pensadas para estimular o desenvolvimento do setor secundário. Foi criado em 1956 o GTDN, para estudar e traçar caminhos para o desenvolvimento do Nordeste. Anos depois, as ações se tornam mais agressivas, na figura da SUDENE, pelo FINOR, BNDES, pelo BNB, entre outros.

Esses acontecimentos precedem e influenciam diretamente o cenário da terceira fase de desenvolvimento da indústria têxtil no Ceará, também conhecida como geração dos Modernos, de 1960 a 1980. Essas duas décadas foram caracterizadas pelo desejo de modernizar as fábricas, substituindo o maquinário e reequipando as unidades, com suporte dos incentivos oferecidos pelos governos federal e estadual¹⁴.

Já é expressivo em Maranguape, nesse período, o artesanato do vestuário, o bordado, comercializado em diferentes partes do país, atividade que até hoje é importante para a economia municipal. À época, o IBGE indicava que a atividade ocupava cerca de 6.000 bordadeiras. Foram produzidas, em 1962, 3.480.000 peças, entre elas camisolas, vestidos, blusas, toalhas, guardanapos etc., no valor de milhões de cruzeiros (Matos, 1966).

¹⁴ Conforme visto no capítulo 2, segundo Muniz (2016), o desenvolvimento industrial do Nordeste nesse período foi pautado nos programas de transferência de recursos inter-regionais, incentivos fiscais do FINOR e FNE.

A produção da matéria-prima teve reflexo no impulso ao ramo de vestuário. Na safra de 1961/1962, o município foi o maior produtor de algodão do estado, um total de 11.960,636 kg, em caroço, e 3.612,808 e m pluma. Os demais produtores de destaque foram Senador Pompeu, Juazeiro do Norte e Orós, mas Maranguape teve uma produção significativamente maior¹⁵.

A antiga Gradvohl se torna Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA), após ser adquirida pelo Grupo J. Macedo¹⁶, mas não é mais a única unidade têxtil do município. Chegam à cidade a Fábrica Induchenil, em 1966, e a Chenosa, 1967 e a Tapetelene, 1975. As duas últimas faziam parte do Grupo Collares. Aragão (2002), ainda destaca o grupo formado exclusivamente pela tradição de bordado em Maranguape.

Em 1960, de acordo com o Censo Industrial de 1960 (IBGE, 1960), Maranguape registrou 30 estabelecimentos industriais, de diferentes gêneros, ocupando cerca de 178 trabalhadores.

A cidade ganhava destaque no estado e recebeu dois empreendimentos de expressão regional, o Distrito Industrial (D.I) e uma unidade da Central de Abastecimento do Ceará (CEASA), ambos no então distrito de Maracanaú. A intenção de criação do D.I data de 1964, implantação em 1966 e no ano seguinte, 1967, a primeira indústria inicia as atividades.

Técnicos do governo realizaram estudos para escolher o local de instalação do Distrito, considerando os aspectos de infraestrutura de circulação viária; energia; recursos hídricos; características demográficas e socioeconômicas; entre outros. A justificativa para o distrito de Maracanaú foi a concentração de estradas em melhores condições, disponibilidade de mão-de-obra, indicando que no eixo Maranguape - Fortaleza ocorria considerável migração de população do campo para a cidade (Mendes, 2006).

Na primeira década de funcionamento, apenas algumas indústrias chegaram ao distrito, pois ainda havia preferência dos empresários pelas Zonas Industriais de Fortaleza, especialmente a da Francisco Sá. A procura pelo D.I. só se torna efetiva ao final da década de 1970 e início da de 1980 (Lima, 2014). Maranguape, portanto, torna-se a primeira área fora de Fortaleza a concentrar um maior número de indústrias.

A CEASA foi instalada em 1972 em Maranguape, também no distrito de Maracanaú. O estabelecimento tinha como objetivo centralizar a distribuição de hortigranjeiros, assim

¹⁵ Senador Pompeu, 11.192,780 kg em caroço e 3.402,340 kg em pluma; Juazeiro do Norte, 10.817,852 kg em caroço e 3.171,999 kg em pluma; Orós 10.414,147 kg em caroço e 3.119,813 kg em pluma; Crato 10.380,588 kg em caroço e 3.376,355 kg em pluma.

¹⁶ Registros indicam que, ao final da década de 1958, a fábrica havia sido vendida aos Irmãos José Parente e Flávio Parente, mas na década de 1960, foi adquirida pelo Grupo J. Macedo. Isso será explorado com mais detalhe na seção 2.3.

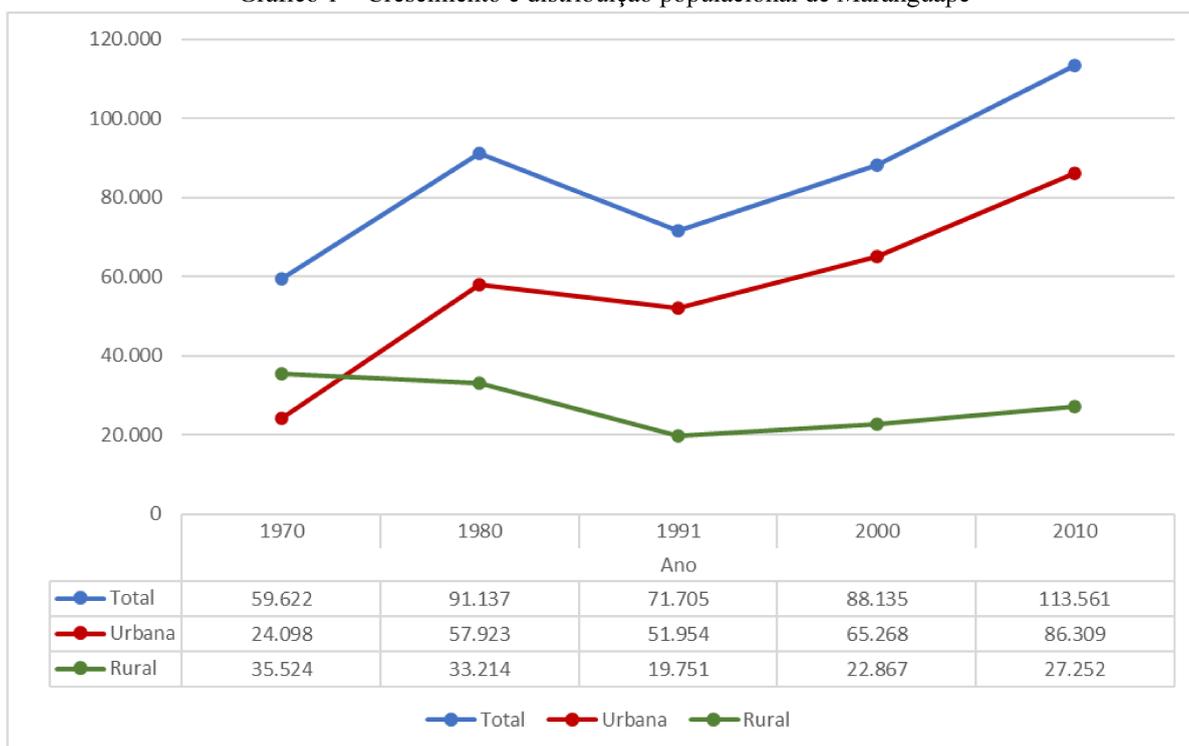
como tentar promover, desenvolver, dinamizar e organizar o abastecimento alimentar do estado (Secretaria do Desenvolvimento Agrário, 2022).

Quanto à atividade industrial e impactos urbanos, Carlos (1988, p. 21) destaca:

[...] o desenvolvimento das forças produtivas aumenta a produção e a concentração de capital necessário para tocar o processo produtivo. Cresce fisicamente a indústria e aumenta a aglomeração urbana. Esta torna-se mais complexa à medida que o capital se acumula e acelera a transformação dos processos de produção tornando-os cada vez mais articulados, combinados socialmente e executados em escala.

Esse foi um momento de crescimento para o município, com novos equipamentos importantes e muitas atividades concentradas na sua área urbana, que, por sua vez, se expandiu. Esse cenário refletiu no crescimento populacional local e, principalmente, dos habitantes na zona urbana. É verificado um crescimento populacional acelerado nesse período, com uma dinâmica de decréscimo da população rural do município, em detrimento do crescimento das concentrações urbanas, atraídos pelas recentes instalações industriais. Conforme indica o gráfico 1, a população do município cresceu da década de 1970 para 1980, período de instalação do D.I., com um ritmo de crescimento intenso da população urbana e queda da população rural, movimento que perdura até a década de 1990. No gráfico podemos ter um vislumbre também da diminuição populacional que o município sofre diante do desmembramento de Maracanaú, como veremos a seguir.

Gráfico 1 – Crescimento e distribuição populacional de Maranguape



Fonte: IBGE (2010). Adaptado pela autora (2023).

O crescimento da malha urbana de Maranguape se deu também por meio de programas de habitação, criados pelos governos Federal e Estadual, foram construídos conjuntos habitacionais e loteamentos, em direção ao setores Norte, Sul e Sudeste, especialmente na década de 1980, absorvendo mão-de-obra para a construção (Freitas, 2016).

A ocupação das áreas periféricas da cidade deve-se, sobretudo, aos altos preços da terra urbana que obrigavam a população carente a residir em áreas sem infraestrutura adequada (de água, esgoto e circulação) e também pela criação de conjuntos habitacionais e loteamentos, especialmente a partir da década de 70, direcionando a expansão da malha urbana a Norte (com a criação dos loteamentos, Novo Maranguape I e II) e ao Sul (com a criação do loteamento Vila Luciana e do Conjunto Habitacional Santos Dumont), em função da demanda habitacional. (Freitas, 2016, p. 54).

Em resumo, a atividade agrícola foi, até o início dos anos de 1980, a principal fonte de economia do município e facilitou o surgimento de pequenas indústrias, que já tinham essa como a principal fonte de matéria prima. De acordo com Aragão (2002), essa dependência da produção agrícola, foi o motivo pelo qual os primeiros centros industriais eram fábricas de aguardente, óleos vegetais, beneficiamento de algodão e arroz, fabricação de rapadura, etc.

3.2.5 Novos Empresários (4ª fase – 1980 em diante)

A virada da década coincide com a quarta fase da industrialização têxtil no Ceará, dos anos de 1980 até os dias atuais, chamada de Geração Empresarial ou Novos Empresários.

O cultivo de algodão, do qual Maranguape era potência, entra em crise em todo o estado, decorrente da produção desorganizada e a praga do “bicudo”, que dizimou parte da produção, trazendo prejuízos ao setor (Aragão, 2002; Leitão, 2009; Rigotto, 2004).

Logo em 1983, Maranguape teve sua área reduzida para 672 km², ao perder o importante distrito de Maracanaú, que se tornou município independente. Apenas com essa ação, perde parte da sua população, o I Distrito Industrial (D.I.), a CEASA e uma quantia significativa em arrecadações de impostos e empregos, afetando fortemente sua economia (Leitão, 2009).

3.2.5.1 Maracanaú: Desmembramento e Desdobramentos

Em 1983, o distrito de Maracanaú se emancipa de Maranguape e é elevado à categoria de Município. Com essa mudança, Maranguape passa a figurar como cidade-dormitório, pois muitos de seus residentes se deslocavam diariamente para outros municípios, principalmente

Fortaleza e Maracanaú, à trabalho (Mendes, 2006). A emancipação impactou fortemente a economia de Maranguape. O município perdeu uma quantidade significativa de habitantes, como mostra a tabela 4¹⁷.

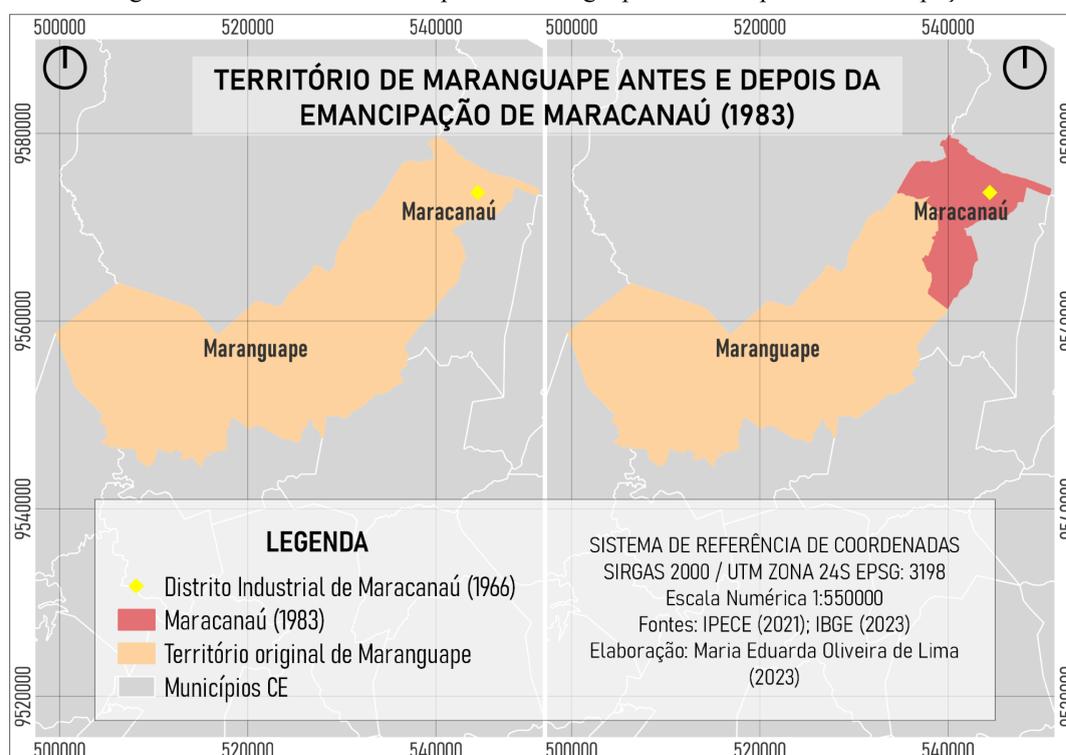
Tabela 1 – População de Maranguape e Maracanaú 1970-2010

Município	Situação de domicílio	Ano				
		1970	1980	1991	2000	2010
Maracanaú	Total	157.151	179.732	209.057
	Urbana	156.410	179.170	207.635
	Rural	741	562	1.422
Maranguape	Total	59.622	91.137	71.705	88.135	113.561
	Urbana	24.098	57.923	51.954	65.268	86.309
	Rural	35.524	33.214	19.751	22.867	27.252

Fonte: IBGE (2010)

Maranguape tem uma queda, da década de 1980 para 1991, de cerca de 20.000 habitantes. Por outro lado, o novo município aparece pela primeira vez no censo em 1991, com população expressiva de 157.151 habitantes, quase totalmente urbana. Além do decréscimo da população total, o desmembramento resultou também na redução de seu território, como indica a figura 2.

Figura 2 – Território do município de Maranguape antes e depois da emancipação



¹⁷ No município de Maracanaú, além de concentrar os empreendimentos importantes já citados, foram realizadas políticas de habitação, assim como os setores da economia local se desenvolveram fortemente, o que pode explicar o significativo crescimento populacional em apenas uma década, superando Maranguape.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao mesmo tempo, os financiamentos da SUDENE foram diminuindo, mas a segunda gestão de Virgílio Távora (1979-1982) conseguiu cobrir parte dos incentivos, evitando maior crise no setor. As empresas mais antigas, como a Fábrica de Tecidos Maranguape, enfrentaram dificuldades. Essa fábrica teve suas atividades encerradas ainda nos anos 1970, mas foi desativada definitivamente em 1982, significando um exemplo do momento de enfraquecimento do setor no município.

Da década de 1980 para 1990, mudanças no contexto local, nacional e internacional influenciaram o estado. No Ceará, especificamente nos períodos do governo Tasso Jereissati (1987-1991, 1995-1998 e 1999-2002), o objetivo era acelerar o crescimento econômico, tendo como uma das frentes o desenvolvimento de grandes projetos industriais.

A gestão do novo governador instituiu um plano de desenvolvimento econômico para o Ceará, que visa inserir o estado na lógica da produção globalizada, tendo como um de seus vetores de modernização, a indústria. Em princípio, a indústria direciona-se para Maracanaú, mas no contexto de reestruturação produtiva, se expande também para outros municípios, como Maranguape, Pacatuba, Horizonte, Pacajus e São Gonçalo do Amarante (Mendes, 2006).

3.2.5.2 Reestruturação produtiva e novas indústrias

O contexto local alarmante levou as autoridades locais a buscarem ajuda do governo estadual, em 1994, precisando de alternativas para desenvolver o município. Segundo Paulo Roberto Neves, Secretário do Trabalho e Desenvolvimento em Maranguape no início dos anos 90, um grupo encabeçado pelo ex-prefeito Raimundo Gomes de Matos reuniu entidades empresariais, como o Centro de Diretores Lojistas, o Sindicato do Comércio Varejista, a União das Classes Produtoras e outras organizações como o Lions Club, a Maçonaria e associações de moradores, com esse propósito (Rigotto, 2004).

A solução vislumbrada para a crise em Maranguape foi a industrialização: este grupo de oposição ao então governador Ciro Gomes ofereceu apoio político à volta de Tasso Jereissati ao governo, em troca da inclusão de Maranguape – que estava à margem – no programa de atração de investimentos industriais (Rigotto, 2004, p. 249).

Maranguape foi de encontro às mudanças que estavam acontecendo no âmbito industrial, de modo que chegaram indústrias importantes, principalmente a partir de 1995. Para entender esse contexto de reestruturação produtiva no município, não se pode deixar de

destacar o papel do Estado de 1980 em diante. O ideário modernizador desse período fomenta políticas de industrialização em todo o estado.

Os estados brasileiros passam a oferecer vantagens para atrair novos investimentos industriais, dentre as quais as já comentadas isenções de ICMS, desencadeando desse modo a denominada “guerra fiscal” entre os estados da federação. O Ceará torna-se assim competitivo atraindo empresas de capitais nacionais sediadas no sul e sudeste do país, além de empresas multinacionais. É neste cenário que chegam a Maranguape novos empreendimentos [...] (Mendes, 2006, p. 109).

Segundo levantamento feito por Mendes (2006), a Dakota Nordeste S/A, fábrica de calçados gaúcha, se instalou em Maranguape no ano de 1995, inserindo o município no contexto de reestruturação produtiva do Ceará.

O interesse da Dakota por Maranguape, estudado em trabalhos de Mendes (2006) e Rigotto (2004), se deu frente às condições favoráveis à produção, oferta de incentivos e mão-de-obra. A chegada da Dakota atraiu outros empreendimentos, empresas que compõem sua cadeia produtiva, como a Liko Nordeste, que produz tintas para calçados; Paema, para produção de caixas e a Delfa, esponjas e ilhões. Essas também fornecem produtos para outras fábricas, de modo a ampliar a cadeia produtiva e gerar novos fluxos locais (Mendes, 2006).

Chega em 1996 a Mallory, indústria de eletrodomésticos de alta tecnologia proveniente de países do capitalismo central, colocando Maranguape em nova lógica de divisão territorial do trabalho. Essa indústria representa um conglomerado multinacional do seu ramo, cujo centro de comando se localiza na Espanha. Até hoje, a unidade de Maranguape é a única no Brasil (Mendes, 2006).

Leitão (2009) cita algumas indústrias desse período e a importância para o município: A Dakota, à época, era a maior empregadora de mão-de-obra e a principal geradora de ICMS para o município; a área eletromecânica, conta com a CPN-Chapas Perfuradas do Nordeste e Mallory, em segundo lugar na geração de emprego e no recolhimento de ICMS. No setor de confecções vieram a Hope, Itajaí, Feminize, além das de origem maranguapense Micrel Benfio Têxtil LTDA, sucedânea da Chenosa, Ligginani Confecção, BS Beneficiamento de confecção, Lidera Bordados, Cedal Elizete Barros e outras. A Indústria Têxtil Itajaí do Nordeste iniciou suas atividades em Maranguape em 1998.

Em 1990 é registrada a sociedade entre Jeová Colares Júnior e Marcus Antônio Vieira Mesquita, para a indústria Micrel Benfio Têxtil, resultado da fusão da Micrel Maranguape Ind. Com. e Rep. Ltda. e a Benfio Beneficiadora de Fios Ltda¹⁸. A antiga localização da

¹⁸ Para entender esse caso, é preciso resgatar a cultura de bordados que já existia em Maranguape. A evolução dessa indústria envolve inúmeros personagens, para além de Maranguape, em um emaranhado de iniciativas industriais. Para maior compreensão, consultar Aragão (2002, p. 208)

Micrel, atualmente refuncionalizada, dá lugar ao Pátio da Serra, centro comercial, com supermercado, loja de móveis, lanchonetes, lojas de calçados e bancos.

Essas indústrias eram atraídas pelos incentivos oferecidos. Boa parte delas recebeu incentivos do Programa de Promoção e Incentivo à Atividade Industrial (PIAI)¹⁹, isenção de Imposto Sobre Serviço (ISS), oferta de terrenos, galpões e infra-estrutura (Rigotto, 2004). É interessante notar que a prefeitura municipal também participa dessa oferta de incentivos, isentando as empresas de pagar o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), por 10 anos.

A localização de Maranguape foi outro fator importante lembrado pelas indústrias química e de calçados. A proximidade de Fortaleza facilita o acesso a recursos de infra-estrutura, tecnológicos e humanos, além da ponte com os mercados nordestino e internacional. A vinda de empresas-clientes é mais um atrativo para a indústria química, compondo a cadeia produtiva (Rigotto, 2004, p. 260).

A investigação de Rigotto (2004, p. 261) junto a representantes dessas indústrias ainda indica motivação social:

Duas empresas cearenses incluíram uma motivação social entre as razões de sua ida para Maranguape. A encarregada da indústria de confecção de roupas explica que “foi devido aos contratos que fizeram com o governo, negócio de que aqui não tem emprego, aí fica isento do imposto, para dar emprego para a população do município”. O gerente da indústria de embalagens plásticas também reproduz o discurso oficial: “foi em função dos incentivos fiscais, para gerar emprego e melhorar a qualidade de vida”.

A década de 1990 revigorou economicamente o município, de 1995 a 2005, os esforços revitalizaram o setor industrial nas áreas calçadista, eletromecânica e de confecções. As unidades fabris registraram um ritmo mais intenso de industrialização em comparação com as décadas passadas. Até os anos 2000, 18 indústrias haviam sido implantadas no município (Leitão, 2009; Mendes, 2006).

Franco e Muniz (2018) e Muniz (2022) ressaltam, dentro da indústria nesse período até os dias atuais, o destaque dos bordados para o município. Em especial, o trabalho desenvolvido pelas bordadeiras da Cooperativa da Dona Maria do Carmo, com o bordado de richelieu²⁰. Localizada no distrito de Sapupara, a cooperativa comercializa sua produção para além do estado, se adequando à rede de fluxos e transformações desencadeadas pelo processo de reestruturação produtiva e de mundialização da economia.

Esse conjunto de mudanças altera significativamente os modos de vida, e consequentemente, a configuração espacial local do distrito, ligadas diretamente a

¹⁹ O PIAI, da década de 1980, tem como eixo central a isenção de impostos. O incentivo é apresentado com mais detalhes em Rigotto (2004)

²⁰ Silva, citada por Franco e Muniz (2018), afirma que é um tipo de bordado cuja base para elaboração são tecidos de linho fino, característica que corrobora para a perfeição do acabamento.

condição global, expressas no aumento do consumo, na frequência de pequenas reformas nas residências, no aumento da quantidade de pequenas confecções e dos preços dos aluguéis de imóveis, nas casas construídas em espaços não povoados, aumento da quantidade de mercadinhos etc (Franco, Muniz, 2018, p. 135).

Em 2003, a indústria respondia por 52,1% do Produto Interno Bruto (PIB) do município e em 2004, era, dentre todos os setores da economia municipal, o que tinha maior estoque de empregos, um total de 5.013. Os principais gêneros continuam sendo calçados, confecções, têxteis, alimentícios. A tabela 5 indica a quantidade de indústrias desses gêneros nos anos de 2005 e 2020.

Tabela 2 – Indústrias de transformação ativas em Maranguape 2005-2020

Indústrias de transformação ativas em Maranguape 2005 -2020				
Tipo de indústria	2005	2010	2015	2020
Metalurgia	4	12	31	43
Mecânica	6	2	6	5
Couros, peles e produtos similares	1	6	9	9
Química	8	5	13	9
Material plástico	2	-	4	5
Têxtil	7	5	7	19
Vestuário, calçados, artefatos de tecidos, couros e peles	76	131	603	496
Produtos alimentares	33	25	95	135
Total	137	186	768	721

Fonte: Secretaria da Fazenda (SEFAZ) e IPECE (2023).

O que identificamos é um crescimento mais tímido do setor têxtil desde a chegada das indústrias da década de 1990, mas um crescimento nas unidades de vestuário, calçados, artefatos de tecidos, couros e peles. Em 2015, eram indicadas 7 indústrias do ramo têxtil, número que cresceu a partir de então, chegando a 19 unidades em 2020.

Esse novo momento do setor repercute na economia urbana, contribui para aquecer o circuito inferior, hoje representado também pela figura dos vendedores de lanche e almoço, mercearias, bares, entre outros, identificados nas proximidades das fábricas, como já destacava Mendes (2006).

Calcada nas enormes diferenças de renda nos países em desenvolvimento, que experimentam possibilidades de consumo diferenciadas, a teoria dos circuitos da economia urbana (Santos, 1979) destaca o circuito superior como aquele constituído pelos bancos, indústrias modernas, serviços atacadistas, de transporte entre outros, atividades de escala global. Por outro lado, o circuito inferior tem menor dimensão, com influência mais forte em

escala local. Estes são originados pelo mesmo processo de modernização tecnológica e são imbricados.

Verifica-se em Maranguape o fortalecimento do setor terciário, com a incorporação de elementos dos circuitos superiores e inferiores, modificando o espaço urbano da cidade.

3.3 Fábrica Gradvohl / FATEMA

Para entender a fundação da Fábrica Maranguape, no presente recorte espacial, em 1924, é preciso retomar acontecimentos na França do final do século XIX e início do século XX, assim como o contexto da industrialização têxtil do Ceará no mesmo período.

Na França, ao longo do seu desenvolvimento industrial, o setor têxtil foi predominante na década de 1870, assumindo o papel de motor desse processo. A produção de tecidos era feita principalmente no aglomerado urbano da Alsácia, região onde morava a família Gradvohl (Alvarenga Júnior, 2018).

A consolidação do capitalismo industrial na Europa, o aumento populacional e os avanços tecnológicos, facilitaram a circulação não apenas de mercadorias, mas também de pessoas e ideias. Ocupando uma posição de irradiadora do processo de industrialização e nó principal em uma série de conexões, países europeus realizaram diversos empreendimentos para além das suas fronteiras, investindo na América. Embora não com o mesmo peso que Inglaterra, e posteriormente os Estados Unidos, a França foi, por muito tempo, um dos principais países com os quais o Brasil manteve relações comerciais (Alvarenga Júnior, 2018; Monteiro, 2023).

No Ceará, três pilares sustentam a base econômica mercantil do final do século XIX ao início do século XX: o algodão, mercadoria de destaque; os comerciantes, agentes sociais que lideraram o processo de acumulação de capital local; e Fortaleza, empório, onde circulam as mercadorias e se acumulam riquezas (Aragão, 2002).

Unindo o contexto francês ao cearense, a figura do *commissionaire*, ou comissário de mercadorias, ganha destaque. Ao passo que a atividade comercial cresceu acompanhando a concentração industrial e comercialização, segundo Léon (1976b p. 286-287), em texto citado por Monteiro (2023), era preciso ter agentes eficazes para assumir a posição de intermediário entre produtores e consumidores, na busca por estabelecer novos vínculos, uma figura reguladora da atividade industrial. As casas ou empresas de comissão,

[...] senhoras dos mercados de matérias-primas e da venda dos produtos fabricados, manifestação por excelência do grande capitalismo, constituem, além disso, uma

potência financeira; fornecendo importantes créditos aos fabricantes, elas os controlam e orientam frequentemente o esforço de produção (Léon, 1976b p. 286-287 apud Monteiro, 2023, p. 136).

Essas figuras colaboraram para a expansão externa do mercado francês²¹. “[...] Esses negociantes, em sua ampla maioria, estabeleceram uma matriz da casa comercial em Paris, com uma filial no Brasil – o que não excluía filiais em outros países – e aqui atuaram como atacadistas” (Monteiro, 2023, p. 139).

Exemplos de casas comerciais de origem francesa que instalaram filiais no Ceará, entre os anos de 1960 e 1970 são: a Casa Boris, a Gradvohl Frères, a Lévy Frères, a Weill & Cia. e a Habisreutinger & Cia. A Gradvohl Frères funcionava em Paris desde 1868, atuando no comércio de tecidos, artigos de armarinho e artigos de Paris. Sua única filial foi instalada na cidade de Aracati e posteriormente em Fortaleza. Na publicação “Adresses des principaux négociants commissionaires”, do L’Office Commercial, em 1905, sobre os principais negociantes-comissários de Paris, a Gradvohl aparece descrita como excelente casa comercial (Monteiro, 2023).

Em solo cearense pela primeira vez em 1964, o comissário Gérson Gradvohl fez várias viagens até se fixar no estado entre 1870 e 1871. Segundo Alvarenga Júnior (2018) e Monteiro (2023), suas excursões ao Ceará eram pesquisar produtos daqui que fossem de serventia para a exportação para a França, entre eles: cera de carnaúba, chifre de boi (para fazer botões), óleo de mamona e algodão. A vinda foi motivada devido a Guerra Franco-Prussiana²² e a industrialização francesa. Ao chegar no Ceará, primeiramente alocou-se em Camocim, onde ficou por um período até se mudar para Sobral e, em seguida, Fortaleza.

Fundou em 1972 a filial da Gradvohl Frères, cuja matriz funcionava em Paris desde 1968, no comércio de tecidos e artigos de armarinho (Alvarenga Júnior, 2018). Primeiramente localizou-se em Aracati e, em seguida, em Fortaleza, na década de 1880.

Na segunda fase da industrialização têxtil no Ceará (Empreendedores – 1900 a 1960), nos interessa saber a importância dos comerciantes na relação entre esse gênero da indústria e o comércio no Ceará. Os investimentos feitos no setor fabril têxtil por parte das empresas

²¹ Para uma análise mais aprofundada das relações de comércio entre Fortaleza e Europa, com destaque para França, consultar Monteiro (2023).

²² É interessante atentar para o fato de que nas últimas décadas do século XIX, a França abrigou uma das maiores populações judaicas da época. Isso se relaciona com a emancipação pioneira que ocorreu durante a Revolução Francesa. Em 1871, com a Unificação Alemã, anexação de territórios, os habitantes da Alsácia Lorena passaram a ser alemães. A mudança repentina não foi digerida facilmente pela população, levando muitos alsacianos a migrar para outras regiões francesas ou até países (Alvarenga Júnior, 2018).

comerciais e de beneficiamento de algodão, eram quase que uma extensão natural de seus negócios. Além disso,

[...] sobrevivendo numa época em que inexistem Bancos no Ceará, cabia as grandes Casas de Exportação financiar os agricultores garantindo-lhes a compra antecipada da safra, [...] criar as usinas de beneficiamento e prensagem com o intuito de garantir o padrão de qualidade exigido para a exportação (Aragão, 1989, p. 41).

Registros indicam que a família Gradvohl gerenciava pelo menos duas usinas de beneficiamento de algodão e óleo, uma em Sobral e outra em Maranguape (Aragão, 1989, 2002). Em Sobral instalaram a Companhia Industrial de Algodão, com capital de 300.000\$000, para comercialização e beneficiamento de algodão em caroço, processado e vendido tanto em pluma quanto em óleo, segundo a mesma autora.

Machado & Caminha se tornam sócios do empreendimento, em 1924, quando verifica-se um crescimento considerável da produção, propiciando maior investimento em ampliação da produção. É ainda em 1924, que a Usina de Beneficiamento de Algodão de Maranguape passa a unidade fabril têxtil, destinada ao beneficiamento e produção de algodões crus e sacarias. Das 9 indústrias fundadas nesse período no Ceará, apenas esta se localizava fora de Fortaleza (Aragão, 2002), no centro da cidade (figura 3).

Figura 3 - Mapa de localização da antiga Fábrica Maranguape, no centro da cidade



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Segundo informações colhidas por Nunes²³ (2021b), ao longo do funcionamento o quadro de operários era preenchido principalmente por mulheres, que ocupavam os cargos de tecelagem, os homens, minoria, trabalhavam no carregamento e transporte das peças de tecidos, encaminhadas para o armazém da família Gradwohl, na Praia de Iracema, de onde saíam para serem comercializados ou exportados.

Houveram momentos de crescimento da produção e reforço das leis trabalhistas. Com a Segunda Guerra Mundial, os lucros da fábrica aumentaram diante da maior procura pelos tecidos. Já durante a Era Vargas, de 1930 - 1945, acompanharam o período de fortalecimento das leis trabalhistas, garantindo os direitos previstos aos seus funcionários (2021b). Em 1935, os registros de Aragão (2002), indicam que a fábrica possuía 90 operários.

A empresa permaneceu sob o grupo Gradwohl por muitos anos, mudando de administração apenas na década de 1950, quando foi adquirida pelos irmãos Flávio Parente e José Parente, salineiros. Mesmo com a mudança de proprietários, a produção continuou a mesma, de sacarias, mas voltada para embalagem dos produtos de suas salinas (Aragão, 1989; 2002).

Cabe entender dois fatores do contexto nacional que corroboram para uma crise no setor têxtil cearense na década de 1950. O modelo nacional industrializante vigente desde a década de 1930 privilegiava o Centro-Sul do país e com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, os empresários têxteis cearenses perdem os mercados que haviam conquistado ao longo do conflito e se deparam com um mercado interno que não tem capacidade suficiente de consumir a produção.

Indústrias mais bem equipadas conseguiram superar o momento de crise e competir em mercados tradicionalmente nordestinos, enquanto outras foram perdendo força. Em Maranguape, a unidade fabril enfrentou problemas, passando por momentos em que tinha mais despesas do que lucros e o cumprimento das obrigações financeiras foi comprometido, em decorrência de dívidas. Antes de declarar falência, pediram concordata e mesmo em crise, os operários ficaram recebendo os salários em dia. Quando a situação se tornou insustentável, a fábrica decretou falência, mas assegurando, junto ao banco, os direitos dos operários. As atividades encerraram oficialmente em 1959 (Nunes, 2021b).

Apesar de uma produção específica de sacarias para um outro setor industrial e de mesmo proprietário, é possível inferir que o contexto caótico impactou as atividades da Fábrica Maranguape, que fechou as portas nos anos 1950 (Aragão, 2002). Ao analisar a

²³ Jornalista maranguapense que possui um acervo de informações e entrevistas sobre o empreendimento.

fábrica em atividade ao longo do terceiro período de industrialização têxtil, verificamos que foi necessário modernizar a linha de produção, problema comum que levou ao encerramento de atividades de demais fábricas nessa fase. A Fábrica Gradvohl funcionou desde a década de 1930 até 1959, decretando falência em seguida.

3.3.1 J. Macêdo assume a produção

Entre 1962 e 1963, a empresa falida é colocada à venda em leilão público, no qual foi arrematada pelo grupo J. Macêdo, voltando, enfim, a ativa (Aragão, 2002). Sob a administração J. Macêdo, a empresa é modernizada e passa a assumir importante papel na comunidade, principalmente por desenvolver uma série de ações sociais na cidade de Maranguape.

Em maio de 1963²⁴, a Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA), como foi nomeada sob a gestão J. Macêdo, é inaugurada sob a direção de José Dias Macêdo, Geraldo Dias Macêdo e Fernando Dias Macêdo(2021c), ocupando uma área de 5.381m², no centro de Maranguape.

A fábrica foi muito importante para o município, pois, já em sua instalação, representou um pontapé para a geração de empregos e renda para a cidade, assim como foi relevante no âmbito social, promovendo ações que beneficiassem seus funcionários e a população da comunidade. O trabalho leva em consideração os comentários dos ex-funcionários da fábrica que concederam entrevistas para Nunes (2021) e estão registrados em seu acervo.

O motivo para a compra e reativação da fábrica, conforme Roberto Macêdo conta à Aragão (2002), foi o aumento da produção do Moinho Fortaleza, também do Grupo, aumentando, conseqüentemente, a demanda por sacos de algodão para embalar o produto. Surgiu então a ideia, materializada em Maranguape, de produzir os próprios sacos, ao invés de comprá-los.

Inicialmente o Grupo investiu capital próprio na compra, reconstrução e modernização da linha de produção na unidade, que passou a ser responsável por 8% do faturamento geral da J. Macêdo. O lucro era pequeno para o alto investimento do grupo, que na época já era

²⁴ Enquanto Nunes afirma a inauguração em 1963, Aragão (2002) diz que a fábrica iniciou suas atividades entre os anos de 1962 e 1963. Documentos da SUDENE informam que a Fábrica Maranguape, ainda sob gerência dos irmãos Flávio e José Parente, já estava fechada em 1959. Para o Grupo J. Macêdo, a Superintendência já oferece isenções desde 1962.

proprietário de outras empresas de moinho de trigo, frigorífico, fábrica de transformadores, revenda de veículos e tintas em pó (Aragão, 2002).

Essa nova gestão da fábrica inicia as atividades na terceira fase da industrialização têxtil, dos Modernos (1960 - 1980), que tem como característica principal a ação estatal, principalmente com a SUDENE, para desenvolver o setor, oferecendo incentivos e financiamentos. Não fugindo dessa lógica, a FATEMA foi beneficiada. No acervo da Superintendência, é possível encontrar registros de Pareceres emitidos pelo órgão em apoio à atividade que se desenvolvia em Maranguape.

Em Parecer aceito em 15 de outubro de 1962, a J. Macêdo pleiteou, através da SUDENE, isenção dos impostos e taxas aduaneiras.

“J. Macêdo S/A - COMÉRCIO, INDÚSTRIA E AGRICULTURA”, doravante referida simplesmente como “J. Macêdo”, pleiteia, através da SUDENE, isenção de impostos e taxas aduaneiras que incidir sobre os equipamentos e peças que deseja importar para reforma e modernização parcial da “Fábrica de Tecidos Maranguape”, localizada em Maranguape, Estado do Ceará, de sua propriedade (SUDENE, 1962, p. 1).

O mesmo documento cita, fazendo referência à prévios investimentos feitos logo após a compra da unidade:

Sua capacidade de produção é reduzida, mesmo após a introdução de máquinas, novas e usadas, pela firma “J. Macêdo”, pois conta atualmente com apenas 7 filatórios antiquados e 45 teares mecânicos. Esses e os demais equipamentos, salvo os recentemente adquiridos, tem mais de 30 anos de uso [...] (SUDENE, 1962, p. 2).

O Parecer conclui que a reabertura da fábrica contribuirá para restauração de uma das poucas indústrias existentes em Maranguape, reconhecendo

[...] como prioritários para o desenvolvimento econômico do Nordeste os equipamentos serem importados pela firma “J. Macêdo S/A - COMÉRCIO, INDÚSTRIA E AGRICULTURA”, [...] destinados à primeira etapa do programa de recuperação da fábrica de tecidos de Maranguape, de sua propriedade. [...] a SUDENE proporá a expedição competente Decreto a fim de que a importação referida seja isentada do pagamento dos impostos e taxas federais de importação [...] (SUDENE, 1962, p. 6).

No ano seguinte, 1963, o Decreto nº 51.755, de 27 de Fevereiro de 1963 afirmou novamente como prioritária para o desenvolvimento do Nordeste a importação de equipamentos novos, sem similares nacionais, consignados à J. Macêdo, com isenção de taxas e imposto federais de importação. O documento especifica que essas importações são para modernização da Fábrica de Tecidos Maranguape. No mesmo ano, um novo decreto, de mesmo caráter, foi aprovado (Decreto nº 52.095, de 5 de Junho de 1963).

A maquinaria modernizada vinha de países como Alemanha, Estados Unidos da América e de outras regiões do Brasil, chegava a produzir cerca de 100 toneladas de fios de tamanhos variados ao mês, todos utilizados para a produção de sacos (Aragão, 2002).

Para o Grupo, um dos pioneiros na indústria do trigo cearense e com planos de expansão empresarial para outros ramos e estados, a FATEMA era um bom negócio, iria produzir os tecidos para a sacaria da produção dos moinhos. Além da produção para seu próprio uso, as peças de tecido da FATEMA despertaram interesse para a confecção de roupas rústicas e lençóis, a empresa recebia pedidos de sacaria por parte dos donos de engenho (Nunes, 2021c).

Por não ser experiente no setor têxtil, o Grupo J. Macêdo procurou operários capacitados de outros estados, Pernambuco, Alagoas e Paraíba, para formar e preparar os funcionários da unidade (Nunes, 2021c).

Anos depois, em 1968, a J. Macêdo solicita à SUDENE (1968, p. 1) favores legais, como a isenção de impostos e taxas aduaneiros, apoio financeiro do Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB). O parecer foi aceito.

No documento são indicadas algumas características sobre a produção, que oscilava em torno de 1.861.000 sacos e 832.000m de tela. Com o novo parecer, e os benefícios concedidos, a empresa conseguiu maior racionalidade ao seu processo produtivo, com a possibilidade de alcançar a confecção de 2.711.800 sacos para farinha e 925.476 sacos para farelo (SUDENE, 1968, p. 2) destinado para os produtos do Moinho Fortaleza.

As vantagens do projeto para a região, citadas no parecer, são:

- a) - aumento da produtividade pela melhor tecnologia do equipamento a ser adquirido; b) diminuição da capacidade ociosa de determinados equipamentos existentes; c) - substituição de importação de outras regiões; d) utilização de matérias-primas regionais; e) criação de novos 14 empregos diretos estáveis e manutenção de 170 (SUDENE, 1968, p. 7).

Em 1970, a SUDENE aprovou um parecer reconhecendo que a FATEMA preenchia os requisitos fundamentais para se beneficiar da redução de 50% do Imposto de Renda e adicionais que tivesse que pagar, até o ano de 1978. No ano seguinte, novamente a fábrica foi isentada de pagar impostos para a importação de equipamentos.

O último registro encontrado no acervo online da SUDENE data de 1978, quando reconhece o projeto da FATEMA como merecedor de colaboração financeira do FINOR, classificando-a em situação de prioridade, concedendo redução de 50% do valor dos impostos de importação e sobre produtos industrializados, máquinas, aparelhos e acessórios.

Ao todo, encontramos seis registros de incentivos, elencados na tabela 6. Essa dinâmica é condizente com o período industrial, repleto de ações de fomento.

A fábrica foi muito popular na cidade de Maranguape, devido às condições de trabalho favoráveis, que à época não eram exigidas por lei, mas garantidas dentro do grupo, sendo um dos poucos que oferecia certos benefícios aos seus funcionários. Dentre os benefícios estão: assistência médica e odontológica, piso salarial superior à média das outras empresas do setor, alimentação e 13º salário (Aragão, 2002).

Chama atenção entre os entrevistados por Nunes (2021c), que um dos funcionários conta que a fábrica era carinhosamente chamada de “Mãe Macêdo” pelos seus funcionários. Esse carinho pela instituição é reflexo de como teve um impacto social notável na comunidade e na vida dos operários e suas famílias.

A matéria-prima utilizada na produção era local, adquirida nas usinas de beneficiamento maranguapenses. Além disso, em momentos de muita demanda pelos produtos da fábrica, a jornada de trabalho passava de oito para doze horas diárias, intercalando os operários, na tentativa de atender o grande volume de pedidos. Para essas ocasiões, os operários se articulavam com um representante, para negociar com a direção uma compensação salarial e alimentação diária. Atendida a demanda de pedidos, a rotina voltava ao normal (Nunes, 2021c).

Francisco Nunes de Moura, entrevistado por Nunes (2021c), conta que foi em conversa com José Dias Macêdo, do Grupo J. Macêdo, em momentos como o citado acima, que o empresário sugeriu a fundação de um sindicato de fiação e tecelagem em Maranguape.

A criação do sindicato ajudaria a solucionar problemas imediatos ainda em Maranguape, evitando o deslocamento para Fortaleza ou via ofício enviado ao Juiz do Trabalho municipal. É com essa iniciativa que é fundado, em 1968, o Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Fiação e Tecelagem de Maranguape, que mais tarde engloba Maracanaú, ainda em atividade. O aluguel do local utilizado pelo sindicato foi custeado pela J. Macêdo até 1974 (Nunes, 2021c). Segundo o entrevistado, que chegou a ser presidente do sindicato por 20 anos, a relação entre a associação e o Grupo J. Macêdo era de parceria e confiança.

A relevância da FATEMA é identificada em matéria de jornais da época, como em reportagem sobre o sindicato, onde é citada. No jornal Paço da Câmara, é destacado que a fábrica ofereceu ao sindicato, para atender os associados, um dentista e um médico, disponível diariamente, como pode ser verificado na figura 4. A matéria também destaca como o sindicato é atuante na busca por mais benefícios para os trabalhadores.

Figura 4 - Matéria de jornal citando a FATEMA, 19--



Fonte: Nunes (2021c)

Nessa época,

O número de empregados chegou a 400, sendo 90% desses no chão de fábrica e os demais 10% na parte administrativa. O perfil de escolaridade do quadro era diversificado: alfabetização para os funcionários da produção, 1º grau para os chefes e auxiliares de escritório, 2º grau para os encarregados do escritório, e nível técnico ou superior para os gerentes. Os mestres e contramestres eram treinados pelo SENAI e os funcionários comuns recebiam treinamento na própria fábrica (Aragão, 2002, p. 179).

Uma característica destacada por Nunes (2021c), é a integração entre os funcionários da FATEMA e demais empresas gerenciadas pela J. Macêdo, especialmente nas atividades de lazer e esportes promovidas pela empresa.

Era disponibilizado transporte e espaço para os operários treinarem e participarem de competições esportivas entre indústrias fora de Maranguape, principalmente em Fortaleza. Outra atividade de caráter parecido era o concurso de beleza realizado pela empresa, para escolha da “Rainha Fatema”, que concorria em concursos de beleza realizados pelas indústrias da época (Nunes, 2021c).

Parceria da empresa com o sindicato, fazia parte do calendário as festas em datas comemorativas, para manter a interação, o estímulo, a motivação e sobretudo valorizar os empregados (Nunes, 2021c), principalmente no 1º de Maio, dia do trabalhador, confraternização de natal, com distribuição de cestas básicas, e a solenidade do “Broche de Ouro”, realizada a cada 10 anos, para entregar uma honraria aos funcionários que completavam uma década de trabalho na empresa.

No que diz respeito à responsabilidade social com a comunidade local, a J. Macêdo teve um impacto social notável na comunidade. Segundo Nunes (2021c), os operários da FATEMA passavam por processos de capacitação do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) para os cargos de operação das máquinas. Alguns desses cursos eram em outros estados e a empresa garantia que alguns de seus funcionários participassem.

A chegada do Serviço Social da Indústria (SESI) em Maranguape também é reflexo da ação da FATEMA, segundo conta um ex-funcionário à Nunes (2021c). O intuito era conseguir uma escola para funcionários e filhos de funcionários e o SESI oferecia esse serviço. Com a chegada do órgão, os operários também tinham direito a dentistas e médicos conveniados.

Durante alguns momentos de sua história, a FATEMA chegou a compor um quadro de até 500 funcionários, que executavam tarefas manuais e com ajuda de máquinas. Dentre o acervo geral, o maquinário era composto por 9 filatórios de anéis (aparelhos com que se formam os novelos para fiação) e mais de 100 máquinas de tecelagem instaladas (Nunes, 2021c). Nesse período, que não é possível precisar o ano, a produção seguia para Fortaleza e demais estados onde estavam instalados moinhos do Grupo.

Dentre todas as iniciativas da J. Macêdo, a mais notável, que causou impactos mais diretos na área urbana de Maranguape foi a construção da Vila J. Macêdo, uma vila operária construída para parte de seus funcionários. Esse investimento era tido como prioridade da gestão, para garantir moradia aos trabalhadores que vieram de outros estados treinar os funcionários. A construção era mais vantajosa do que arcar com despesas de aluguel, tanto que a construção de vilas operárias era uma ação comum às indústrias da época (Nunes, 2021c).

Esta é uma característica notada por Aragão (2002), desde a segunda fase da indústria têxtil cearense. Em um contexto no qual serviços públicos de amparo social não eram tão fortes, os empresários se responsabilizavam por alguns benefícios. A preocupação em fornecer moradia para os trabalhadores, através de vilas operárias, foi realidade para muitas indústrias da época.

Em Maranguape, a FATEMA construiu 36 residências, diferenciadas pelo tamanho e cor: quatro casas grandes, amarelas, destinadas aos profissionais de alto escalão; as outras, menores de cores branca e cinza, reservadas para a mão-de-obra especializada. Para morar, era cobrado um valor de 20% sobre o salário, automaticamente descontado (Aragão, 2002; Nunes, 2021c).

Quando a indústria encerrou as atividades, os funcionários tiveram que entregar suas casas, colocadas à venda em seguida. Com o passar do tempo e intervenção de seus novos

proprietários, acabaram perdendo as características arquitetônicas originais. A vila está localizada na atual Rua João Mendes Vasconcelos, a cerca de 1,5 km da fábrica, como mostra o mapa da figura 5.

Figura 5 – Mapa de localização da vila e distância da FATEMA



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A fábrica de tecidos se manteve ativa até o momento que deixou de ser lucrativa. Com o surgimento do saco plástico, a base de poliéster, mais barato que o de algodão, a FATEMA começou a enfrentar dificuldades, ao ver seu produto se tornar obsoleto (Nunes, 2021c).

A FATEMA funcionou por duas décadas, encerrando as atividades no final da década de 1960 e desativando a unidade oficialmente no início da década de 1980. A empresa não faliu, pois encerrou as atividades antes que o prejuízo fosse irreparável. Além disso, Nunes (2021c) afirma que continuou como patrimônio do Grupo.

Em 2021, o prédio foi demolido para a construção de um novo empreendimento, um pátio comercial, na extensão do quarteirão, cujo principal estabelecimento é um supermercado, da Rede Pinheiro Supermercados. A estrutura estava conservada, por ter passado por reformas ao longo dos anos que permaneceu fechada, como é possível observar na figura 6.

Figura 6 - Estrutura da fábrica antes e depois da demolição



Fonte: Nunes (2021a); Adaptado pelos autores (2023).

A industrialização de Maranguape, portanto, seguiu a lógica da industrialização cearense, acompanhando a produção agrícola, popularização do algodão local a nível internacional e oscilando conforme fatores endógenos e exógenos à produção afetam a atividade algodoeira. Ao final do século XX e início do século XXI, significativas mudanças foram desencadeadas com o fortalecimento do setor terciário nos municípios metropolitanos, como é o caso de Maranguape.

4 O COMÉRCIO EM MARANGUAPE E A REFUNCIONALIZAÇÃO

O comércio é uma das mais antigas e cruciais atividades inerentes à produção e reprodução das sociedades. A relação entre as trocas e as cidades é ainda mais estreita, pois o comércio foi fundamental para o surgimento de núcleos urbanos, promovendo transformações e progresso econômico (Silva Júnior; Silva, 2020). Logo, comércio e cidade são indissociáveis, simbióticos: ao mesmo tempo em que as cidades foram surgindo a partir da intensificação das relações de troca, elas ajudam a modelar a prática comercial (Garcia, Pereira, 2017).

Os mercados modernos surgem na Idade Média, se disseminando na Europa e eliminando as formas mais arcaicas de troca, como as feiras nas aldeias e os mercados públicos. Ainda nesse período, esses locais eram também espaços de espetáculo e encontro, movimentando a cidade, especialmente no centro de cada uma delas (Freire, 2011).

Desde então, evoluíram conforme as trocas comerciais se tornavam mais intensas e complexas, principalmente nos centros das cidades (Cleps, 2006), aproveitando-se da concentração de pessoas. A produção em massa e o crescimento populacional a partir do século XVIII dão a tônica das lógicas de consumo e comércio, que assumem cada vez mais importância. “A expansão urbana trouxe, entre outros, o problema do aumento e da diversificação do consumo, o que contribuiu para o desenvolvimento e a expansão de novas formas de comércio que se estruturaram para vender uma grande variedade de produtos, desde alimentos até bens duráveis” (Cleps, 2006, p. 124).

Essas novas engrenagens de comércio fizeram com que as pequenas lojas, com seu tratamento pessoal e individualizado, se tornassem insignificantes, tendendo, inclusive, ao desaparecimento. Ressaltamos, também, os mercados ou feiras cobertas, outrora periódicos, e abrigando todo tipo de negócios, os quais passaram a ser diários e voltados, principalmente, para a venda de produtos perecíveis, como os alimentos em geral. As grandes lojas populares, com enormes variedades de produtos, também surgem em momento posterior, direcionadas, quase que exclusivamente, às classes operárias (Freire, 2011, p. 28).

Um marco importante de desenvolvimento intenso é o período de 1980 a 2000, quando o sistema de produção fordista é superado pelo modelo flexível, impulsionando alterações nas dinâmicas das cidades e crescimento da população urbana (Sposito, 2007; Fernandes, 2021).

Nas cidades, a estrutura urbana, conforme Sposito (1991, p. 5), “[...] diz respeito ao arranjos dos diferentes usos do solo no interior das cidades; sendo assim o mosaico-resultado deste processo de alocação/relocação das atividades econômicas e das funções residenciais e

de lazer nas cidades”. Por si só, essa estrutura é dinâmica, passível a mudanças e reestruturações, nesse sentido, mudanças nas lógicas de acumulação de capital implicaram em uma ampla reestruturação produtiva, conforme já vimos, que reverbera nas cidades.

Com a reestruturação econômica/produtiva, a cidade e o urbano passam a ganhar novos conteúdos e significados. As novas lógicas locacionais das empresas redefiniram as interações espaciais. A cidade e a rede urbana passam a ser objetos de determinações gestadas em diversas escalas e por intermédio de agentes sociais, econômicos e políticos. A globalização e a expansão do meio técnico-científico-informacional alteraram os ritmos e os direcionamentos dos fluxos materiais e imateriais, com lógicas que escapam a um padrão hierárquico (Fernandes, 2021, p. 528).

De modo geral, o fortalecimento do comércio se deu intimamente associado à capacidade das forças produtivas, pois implica em maior carga de produtos circulando. Além disso, outros impactos da reestruturação capitalista o maior acesso a crédito por parte dos consumidores, introdução de capital estrangeiro em comércios de escala local, instalação de equipamentos modernos e a transformação nos hábitos de consumo (Couto; Elias, 2015), fatores que corroboram para tornar a dinâmica espacial urbana cada vez mais complexa.

A dimensão social e espacial dessa atividade é percebida ao passo que tem a capacidade de “[...] atrair clientes e mercadorias, ao vivificar determinadas áreas e precipitar o declínio de outras, mas a sua evolução do ponto de vista económico e espacial é também influenciada pelas mudanças da sociedade, a evolução dos valores e a modificação da estrutura urbana” (Salgueiro, Cachinho, 2002, p. 1).

Nessas lógicas locacionais, verificamos o redirecionamento ou fortalecimento de fluxos, nesse caso de comércio, criando ou reforçando centralidades. Na concepção de Lefebvre (1999) a centralidade urbana surge a partir do acúmulo de funções, que podem se fortalecer ou não ao longo do tempo, possibilitando o surgimento de demais centralidades em uma mesma cidade.

No interior da cidade, o centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo ponto de convergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades, e em contrapartida é o ponto de onde todos se deslocam, para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispersor ao mesmo tempo (Sposito, 1991).

Em Castells (1999, p. 426),

O centro de negócios é o motor econômico da cidade em rede com a economia global. O centro de negócios é formado de uma infra-estrutura de telecomunicações, comunicações, serviços avançados e espaços para escritórios baseados em centros geradores de tecnologia e instituições educacionais. Prospera em processamento de

informação e funções de controle. Geralmente é completado por instalações de turismo e viagens. É um nó da rede intermetropolitana. Portanto, o centro de negócios não existe por si mesmo, mas pela sua conexão com outros locais equivalentes organizados em uma rede que forma a unidade real de gerenciamento, inovação e trabalho.

Surgem novas superfícies comerciais, que concentram atividades, produtos e serviços, como as cadeias de lojas, shoppings, ruas de comércio especializado, setores do comércio distribuídos pelos bairros, os supermercados e hipermercados e os shoppings (Freire, 2010). A maior concentração de produtos e serviços aumenta as margens de lucro e criam ambientes que incitam o consumo por parte de quem os visita, ao se depararem com grande variedade.

As novas formas de comercialização de bens e serviços são a razão para o aparecimento de novos empreendimentos e de novas lógicas territoriais para o desenvolvimento das atividades comerciais e de serviços. Esta nova dinâmica é incorporada pelas grandes empresas que atuam no setor, pelos agentes imobiliários e pelos próprios donos do solo urbano, pois significa mais uma forma de acumulação de capital. Por outro lado, é importante ressaltar que aspectos geográficos como o tamanho das cidades, o sítio urbano onde ela está inserida, o seu grau de centralidade e as próprias características do espaço interno destas são importantes fatores que poderão interferir no desenvolvimento das novas centralidades e territorialidades urbanas (Cleps, 2006, p. 129).

A expansão especificamente do ramo supermercadista, segundo Couto e Elias (2015), foi resultado da concentração econômica e territorial do capital, junto às mudanças de hábito e consumo da população, diante de uma constante modernização do varejo e atacado à mudanças de hábitos de consumo alimentar e à modernização do comércio varejista e atacadista. Os supermercados, de acordo com Elias (2003, p. 203), se tornaram importantes centros de comércio de produtos alimentares, principalmente industrializados, de modo a imprimir na sociedade esse hábito de consumo da produção alimentar industrial.

O Ranking da ABRAS de 2020 indicou que o país vivenciou um momento de crescimento em escala nacional. Em 2020, o setor, por meio da operação de todos os seus formatos, alcançou um faturamento de R\$ 554 bilhões, representando 7,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, resultado alcançado a partir do funcionamento das 91.351 lojas do setor no ano, gerando cerca de 3 milhões de empregos, diretos e indiretos. A partir dessas contribuições, entendemos que os supermercados são importantes para a economia nacional e manutenção do abastecimento populacional.

4.1 Autosserviço alimentar e a (re)produção do espaço urbano

A atividade comercial possui dinâmicas e agentes de atuação própria, mas que se interrelacionam com os demais setores e causam impactos no espaço, principalmente urbano.

Em sua seara de atuação, aproxima produtores diretos (comerciantes) e indiretos (outras empresas), consumidores diretos (que se abastecem no comércio) e indiretos (que usufruem ou são afetados pelo desenvolvimento do setor através das famosas economias de aglomeração); e moradores e transeuntes das áreas em que se localizam (Vargas, 2000). O comércio e os serviços varejistas interferem diretamente, conforme Vargas (2002, p. 2), na

Geração de receita e renda na medida que efetua a distribuição dos produtos gerados pelos demais setores da economia, participando da cadeia produtiva (indústria e agricultura), fornecendo serviços à produção e ao consumo; Geração de oportunidades de trabalho, principalmente numa situação de desemprego estrutural; Abastecimento da população nas suas diversas escalas de consumo; Reforço da centralidade contribuindo para o desenvolvimento de outras atividades sociais inerentes ao ser humano (cultura, recreação e lazer e troca em sentido amplo); Reforço da atratividade urbana, promovendo a geração de rendas externas através da oferta diferenciada de bens e produtos de caráter regional, inclusive da atividade turística; Interferência na qualidade de vida urbana em sentido amplo que inclui desde às possibilidades de consumo até à qualidade do ambiente urbano. (ambiente construído, e oportunidades), na escala local e regional.

É considerado autosserviço os estabelecimentos comerciais cujas características principais são: presença de check-out²⁵, carrinhos e cestas de compras, as mercadorias dispostas de forma que os consumidores podem buscar e se auto-servir sem a interferência de um intermediário (Silva, 2005). Essas características foram introduzidas no comércio varejista com êxito e permitiram que o modelo se expandisse rapidamente em poucos anos, a partir do século XX.

Dois elementos são fundamentais para se compreender o sucesso do auto-serviço e estão ligados a própria reprodução do sistema capitalista e a consolidação da sociedade baseada na exacerbação do consumo, que são o tato e a visão. O auto-serviço proporcionou autonomia ao consumidor, deu-lhe a oportunidade de atender suas necessidade e vontades sem necessitar de ajuda alheia. O próprio consumidor passou a servir-se e a partir daí, teve maior liberdade de escolha, ocupando maior espaço de atuação dentro do próprio processo de reprodução do capitalismo, já que as mercadorias vendidas seriam aquelas de maior aceitação na preferência dos consumidores. O consumidor passou a ver os produtos, estudá-los, ler embalagens, rótulos, pesá-los e, a partir das informações contidas nas embalagens, pôde compará-los e escolher aqueles de seu agrado (Silva, 2005, p. 613).

No século XIX, as lojas de departamentos, galerias e passagens comerciais foram consideradas um marco na ampliação da distribuição e do consumo de mercadorias, mas com o surgimento do autosserviço no século XX, uma revolução ainda maior foi registrada, nas estratégias de comercialização e nas práticas de consumo, uma vez que o consumidor domina

²⁵ Balcão na saída do estabelecimento com máquina registradora para conferir as compras, conhecidos também como caixas.

o tempo de compra e o contato direto com o produto (Silva Júnior; Silva 2020). No Brasil, o modelo chega na década de 1950. É possível entender

[...] o século XX como o berço das grandes transformações ocorridas no varejo, pois não foi apenas a passagem do comércio de rua, realizado nas feiras e também nas lojas especializadas para, primeiramente, supermercados depois hipermercados, que contribuiu para que hoje as formas do comércio se encontrem no estágio atual de desenvolvimento. Mas sim toda uma série de transformações ocorridas juntamente entre produção industrial, padrões de consumo, mudanças nas relações sociais, estrutura familiar e a urbanização da sociedade, que garantiram a cada vez maior complexidade no estudo das formas do comércio e seu papel nos estudos urbanos, principalmente no espaço metropolitano (Silva, 2005, p. 623).

No caso dos supermercados, o surgimento foi possível graças a dois fatores principais, afirma Pintaudi (2001), o automóvel e a geladeira. O primeiro proporcionou maior autonomia de circulação e procura por produtos, superando o costume de comprar apenas no próprio bairro; a geladeira permitia que os alimentos durarem mais tempo, pois eram armazenados de forma adequada (Silva Júnior; Silva, 2020).

A partir da implementação e difusão do modelo de autosserviço nos supermercados, abriu-se as condições para se ampliar a área de abrangência desses estabelecimentos, e assim contribuiu para reprodução de suas formas, que foi ganhando novos tamanhos, diversidade de produtos e serviços. Essas mudanças no formato deram as bases para o surgimento dos hipermercados na Europa, tendo seu primeiro estabelecimento construído pelo grupo Carrefour em 1963 na França (Silva Júnior; Silva, 2020, p. 203).

Esse estabelecimento reuniu aspectos sociais, econômicos e tecnológicos para modificar a dinâmica de vendas da época ao implantar o autosserviço, diminuir custos, ampliar a variedade das mercadorias e transformar a relação com o consumidor (Silva Júnior; Silva, 2020).

A retirada do vendedor intermediário da relação e interação com o cliente, altera a experiência de quem consome, que ganha mais liberdade para explorar. Essa é uma característica importante do ramo, que induz ao consumo por impulso, ou seja

[...] a aquisição de produtos a mais que o planejado e/ou necessário. Esse fenômeno tem sido muito bem explorado pela área de marketing que encontrou e usa estratégias – conhecidas como merchandising – muito eficazes para administrá-lo. [...] Merchandising é uma das grandes estratégias da indústria cultural utilizadas nos supermercados (Torres, 2011, 172).

4.1.1 O surgimento dos supermercados

Existem divergências entre autores sobre quando surgiram os primeiros supermercados, mas acredita-se que foi na primeira metade do século XX, entre as décadas de 1920 e 1930. De modo geral, no levantamento de Oliveira, Colchete Filho e Braida (2020), as

origens do autosserviço datam ainda do período da Primeira Guerra Mundial, pois o self service foi adotado diante da falta de mão-de-obra e a necessidade de cortar gastos.

Os primeiros passos para o surgimento desse ramo, segundo Silva (2005), são dados na década de 1920, nos Estados Unidos, quando as antigas cadeias de mercearias expandem suas unidades, mas com a crise de 1929 e a diminuição do poder aquisitivo da população, a expansão reverteu-se.

Para o desenvolvimento de tal varejo nos momentos econômicos de crise, foi necessária a implantação de novas estratégias para baixar o valor da mercadoria, com o objetivo de alcançar maior rotatividade e lucro. Tais estratégias foram a criação de novas técnicas de venda e a racionalização de gastos de circulação, como: o auto-serviço (o próprio consumidor pega os produtos que deseja nas gôndolas); negociação na compra de mercadorias volumosas com o atacadista ou os produtores; único depósito de armazenamento para várias lojas de uma mesma rede; estabelecimentos com custos baixos; contratação de funcionários com baixa escolaridade e outros (Faria et al, 2009, p. 2).

Com a superação da crise, a mesma autora cita que surgiram iniciativas para a construção de empreendimentos maiores, que ofereciam uma maior gama de produtos e ampliaram sua alçada de atuação. Antes dos supermercados, a compra das mercadorias acontecia em mercearias ou armazens, nos quais o balcão separava o comerciante das mercadorias do cliente, exigindo contato direto entre ambos (Miyazaki; Gois Neto, 2022). O autosserviço substituiu o atendimento no balcão.

As mercadorias foram aos poucos sendo expostas mais próximas do cliente que passou a ter mais liberdade para escolher exatamente o que desejava. As listas, antes entregues a um balconista para que ele pegasse todos os itens localizados do lado interno do balcão e aos quais o cliente não tinha acesso, agora ficavam em poder do cliente: nasce o autosserviço ao mesmo tempo em que “morre” a figura do atendente (Torres, 2011, 171).

A primeira unidade supermercadista foi o King Kullen, na década de 1930 nos Estados Unidos, que logo se tornou uma rede com filiais distribuídas no estado de Nova Iorque (Silva, 2010). Décadas depois, os estabelecimentos de varejo de autosserviço já haviam se espalhado pelo mundo, introduzindo em diferentes lugares modelos de comercialização mais ágeis, independentes, eficientes e de menor custo (Bezerra, 2022).

O King Kullen, conforme conta Diniz (2014), além de uma loja de autosserviço ampla, abastecida com diferentes gêneros alimentícios, divididos em mercearia, carne, frutas, verduras, frios e laticínios, também vendia em massa e a preços reduzidos.

O ramo supermercadista foi então primeiramente fruto de pequenos capitais individuais e já nos anos seguintes complementado por concorrentes com ações até então consolidadas em cadeias de mercearias e atacadistas que passaram a aderir ao novo modelo de vendas. Ambas as iniciativas foram potencializadas por um

contexto econômico que impulsionava a valorização da economia de recursos financeiros (Gomes, 2022, p. 23).

A estratégia foi simples:

[...] um galpão industrial, adaptado para vender comida, deixando as pessoas se servirem sozinhas. Os preços eram bem mais baixos que nos armazéns tradicionais, onde os funcionários entregavam a mercadoria nas mãos dos clientes. O auto-atendimento, aliás, é a característica que distingue um supermercado dos outros tipos de lojas que comercializam alimentos. A política barateira das grandes lojas se espalhou pelo resto do mundo (Silva, 2010, p. 61).

O cenário econômico de recuperação de empregos e na renda nacional favoreceu a complexificação do setor, que assumiu maior capacidade de distribuição e organização. Além desses, outros fatores contribuíram para a expansão das redes de supermercados, como o incremento da urbanização e mudanças nas práticas de consumo.

Podemos dizer que o processo de produção em massa, as facilidades na distribuição das mercadorias ocasionadas pelas melhorias nos sistemas de comunicação e de transportes, o crescimento e adensamento demográfico, maior concentração de pessoas nas áreas urbanas das grandes cidades da Europa e dos Estados Unidos, além da crescente utilização do automóvel como meio de transporte, foram de fundamental importância para o comércio desenvolver novos formatos de venda (Silva, 2005, p. 614).

Segundo Pintaudi (1984, p. 50 apud Farias et al, 2009, p. 12):

O supermercado, sem sombra de dúvida, foi uma das respostas encontradas na esfera da troca de mercadorias para atender às necessidades da produção e do próprio comércio, ao reduzir significativamente os custos no sistema de vendas ao consumidor, permitindo o super-lucro para os capitalistas do comércio que optaram por este tipo de empreendimento (pelo menos inicialmente). Assim, no modo capitalista de produção o supermercado surge no processo de concentração e centralização do capital, como resposta às necessidades de lucro, e, no seu desenvolvimento histórico, tende também aos processos de concentração e centralização.

As iniciativas supermercadistas se espalham para a Europa e chegam ao Brasil entre 1940 e 1950²⁶, onde contribuíram para o desenvolvimento da ainda incipiente indústria de bens de consumo não duráveis (Cleps, 2005, p. 93). O desenvolvimento no Brasil foi gradativo, visto os altos custos e a necessidade de esperar o mercado consumidor desenvolver hábitos de consumo propícios à expansão desse tipo de comércio. Apenas no período de 1965 a 1974, a atividade é impulsionada (Miyazaki; Gois Neto, 2022).

Na década de 1970, momento de “milagre econômico”, as obras de infraestrutura, políticas de substituição de importações, expansão da indústria nacional e consolidação das grandes cidades propiciam a presença definitiva dos supermercados no Brasil (Silva, 2010).

²⁶ Existe divergência entre os autores consultados quanto ao ano e local onde foi instalado o primeiro supermercado, mas os registros indicam que foi entre 1952 e 1953.

O varejo supermercadista foi importante aliado do Governo Federal, que estabeleceu planos econômicos e congelou os preços de mercadorias. Ao longo da vigência do Plano Cruzado, a alta demanda causou desabastecimento dos supermercados, fazendo com que o governo adotasse uma política para realinhar os preços e reajustar os salários, a cada vez que a inflação chegasse à casa dos 20%. Assim, os supermercados passam a administrar melhor seus estoques, lançando promoções (Oliveira; Colchete Filho; Braida, 2020).

A situação econômica do país provocou algumas mudanças na lógica de funcionamento dos supermercados, que se tornaram mais informatizados e incorporaram tecnologias aos estabelecimentos, passaram a aceitar o uso de cartões de crédito, e os consumidores, por sua vez, começaram a fazer mais visitas às unidades para aproveitar as ofertas (Miyazaki, Gois Neto, 2022; Oliveira, Colchete Filho, Braida, 2020).

Ao final da década de 1980 e ao longo da década de 1990, a abertura econômica, estabilização da moeda nacional e a inserção no fenômeno da globalização atraem novas empresas estrangeiras (Pereira, 2020). Reflexo da implantação do Plano Real, na década de 1990, foi o aumento do poder de compra da população, conseqüentemente ampliando o público dos supermercados (Miyazaki; Gois Neto, 2022).

De modo geral, conforme Gomes (2022) no processo de popularização no Brasil, o ramo enfrentou alguns problemas, ordem macroeconômica (sistema tributário inadequado, inflação, boa parte da população em situação de pobreza), microeconômica (custos fixos maiores que a concorrência, pouco aproveitamento de economias de escala, dificuldades na relação com fornecedores), política (demora no reconhecimento legal), social (baixo nível educacional, restrita propagação de bens de consumo duráveis) e cultural (hábitos de consumo associados a formas comerciais, mercadorias e embalagens tradicionais). O mesmo autor afirma que aqui

[...] as populações de maior renda foram entendidas como as mais propensas a receber o supermercados nos moldes do modelo inicialmente trazido ao país justamente por serem aquelas que poderiam acolher melhor o serviço e suas mercadorias, aceitando mais rapidamente este formato que, em virtude de suas características, não conseguia se destacar no quesito preço (Gomes, 2022, p. 27).

Encontramos, além dos supermercados, outras formas comerciais, como os hipermercados e os atacados de autosserviço, conhecidos como “atacarejos”, que combinam características do varejo e do atacado (Miyazaki; Gois Neto, 2022). O que diferencia super e hipermercado é o tamanho: segundo o RAIS, são supermercados os estabelecimentos cuja área ultrapassa 5000m², já a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) considera áreas maiores que 6000m². Além disso, esses possuem área de abrangência maior que os

supermercados, exercendo maior centralidade na atração de consumidores, em decorrência da maior diversidade de produtos e serviços. O atacarejo difere por atender tanto o consumidor final, que compra no varejo, quanto o intermediário, no atacado, assim como tendem a apresentar grande área de vendas e parte do estoque fica armazenado em pallets empilhados nas prateleiras, a amostra para os consumidores (Gomes, 2022; Miyazaki, Gois Neto, 2022).

4.2 Os supermercados no intraurbano

As grandes lojas, de departamento, super e hipermercados, têm um impacto significativamente positivo no abastecimento da população e ajudam a compreender a cidade contemporânea. Miyazaki (2022, p. 209) reforça este aspecto quando relaciona as transformações que ocorrem nas cidades e a ampliação do ramo de supermercados:

[...] a irrevogabilidade do consumo alimentar, combinada com mudanças no mundo do trabalho, no ritmo de vida nas cidades e no aumento de poder de compra de parte significativa da população das cidades médias brasileiras, tem influenciado na oferta de produtos e na disseminação de estabelecimentos que comercializam esse tipo de mercadoria.

Vargas (2000) lista como principais características desse tipo de estrutura a administração para o mercado, grande poder de compra, oferta padronizada, atenção ao ambiente da loja e atendimento qualificado, enquanto as principais vantagens são abastecimento, preços competitivos, segurança/estacionamento e facilidade de crédito em atividades conjugadas.

Para além dessa dimensão econômica, os supermercados desempenham papel fundamental no dia a dia da população. Neste ponto, é preciso lembrar a relevância do consumo na sociedade contemporânea, dando novos contornos à rotina dos moradores nas cidades no que se refere à necessidade de aquisição de alimentos e artigos em geral de uso cotidiano, por exemplo (Miyazaki, Gois Neto, 2022, p. 4).

O consumo é a prática de satisfação de uma necessidade material ou imaterial, fruto de uma relação entre necessidade(s) e vaidade(s), tornando tênue a linha entre o que é utilitário e o que é conspícuo (Gomes; Oliveira, 2015). O ato de consumir serve aos interesses do capital pois produz e reproduz necessidades e desejos na sociedade contemporânea. Os próprios espaços dos supermercados se tornam objeto de consumo, pois possuem uma série de estratégias para atrair clientes (Silva Júnior; Silva, 2020).

Nas transformações dos formatos de loja, foram criadas novas técnicas de exposição e comercialização dos seus produtos, pois devem seguir uma lógica, de acordo com Souza e

Magrini (2017), até mesmo a organização dos itens nas gôndolas podem despertar um desejo maior de consumo.

Também houve mudanças quanto à comercialização de novos produtos, como itens de perfumaria, limpeza, bebidas, guloseimas/doces, entre outros, além da introdução de novos serviços e setores para o melhor atendimento e satisfação dos seus clientes como padaria, lanchonete, hortifrúti, açougues e estacionamentos próprios (Souza; Magrini, 2017, p. 112).

De modo geral, “[...] entendemos que os supermercados têm mais peso na sociedade do consumo por ser uma forma comercial propícia ao consumo de massa, revendendo grande variedade e quantidade de produtos [...]” (Gomes, 2022, p. 56). Nesse sentido, cabe uma discussão sobre a disponibilidade de crédito e o setor de autosserviço. Esse é um instrumento de complementação da renda, pelo qual o consumidor consegue ampliação do seu poder de compra, mediante acordo para a devolução da quantia ao pagar a fatura do cartão, estando submetido também a juros (Gomes, 2022).

Em sua análise, Torres (2011) destaca também a ideia de “não-lugar”, que permeia o ramo supermercadista, diante do fator de padronização e homogeneidade que essas redes apresentam, fugindo da individualidade de cada lugar. As grandes empresas varejistas, portanto, conforme a autora, apropriam-se de espaços urbanos sem se preocupar com a memória local.

As redes de supermercados, pelo volume comercializado, ocupam grandes extensões. O acesso externo não ocorre, na maior parte, andando por uma calçada da cidade, e sim, torna-se necessário passar por grandes extensões espaciais destinados ao estacionamento para, enfim, ter acesso à entrada da loja. Depois é necessário saber onde se encontram carrinho e cestinha, e qual a entrada de acesso aos corredores, porque entre os caixas não é possível passar. Devido à segurança estão bloqueados e somente liberados para quem está na caixa. E se estiver com algum objeto, como sacola, necessário procurar onde se encontra o porta-volume, que nem sempre está disponível no acesso principal. Então, para iniciar as compras, há um longo distanciamento pelos elementos descritos. Elementos necessários para a obtenção do grande fluxo que são destinados a estes estabelecimentos; segurança e indução de onde devem iniciar suas compras para serem atraídos aos produtos com maior margem de lucro ou produtos em oferta que levam os consumidores a pensar que toda a loja é um grande local com produtos em oferta (Torres, 2011, p. 178).

Além de apresentar-se com diferentes funcionalidades, tamanhos (Garcia, Pereira, 2017) e em muitas cidades, alcançando a população local e vizinha, o setor, conforme entendemos, é flexível no sentido de se adaptar às demandas do mercado, alcançando tendências e comportamentos dos seus consumidores (Miyazaki; Gois Neto, 2022).

A escolha de localização desses estabelecimentos não se dá por acaso, mas obedecendo algumas lógicas, em busca de mercado consumidor. Inicialmente, essas lojas privilegiaram a inserção no espaço urbano em suas porções centrais, para em seguida

investirem nos distritos de atividades comerciais consolidadas, em áreas de alto rendimento e densidade demográfica atrativas ao seu desenvolvimento (Gomes, 2022, p. 26).

A atividade comercial é intrínseca à vida urbana, por ela são realizadas trocas fundamentais à manutenção da divisão do trabalho e ao modo de vida citadino. Propiciadoras de encontros, acordos e trocas, as formas comerciais vêm se modificando com o avanço da urbanização e a disseminação do modo de produção capitalista, ganhando importância na alteração de práticas, anseios e valores individuais com a ascensão do consumo como estruturador das relações sociais. Os supermercados são a expressão contemporânea da adequabilidade das formas comerciais às demandas da sociedade, detendo grande importância na difusão de produtos para o consumidor, sobretudo em itens de primeira necessidade (Gomes; Oliveira, 2014, p. 97).

As variáveis que caracterizam uma boa localização geográfica para os supermercados variam de acordo com a cidade e, principalmente, ao longo do tempo, visto que a demanda por produtos de abastecimento doméstico, por exemplo, podem oscilar conforme uma população se transforma, em tamanho e poder aquisitivo.

As disputas territoriais envolvendo os supermercados são realizadas também mediante sua operação no mercado imobiliário, visto que a localização de uma loja continua sendo um fator decisivo. Deste modo, quanto mais lojas de supermercados surgirem na cidade, maior será a competição por imóveis com localização estratégica. Fato esse que pode se transformar em um de seus principais custos de operação (Bezerra, 2020, p. 152).

De modo geral, os supermercados possuem a capacidade de transformar um lugar, se inserindo na sua estrutura de modo a dinamizá-la. É uma atividade que pode exercer centralidade, gerar fluxos de pessoas, mercadorias e capital, tornando o espaço mais complexo.

4.3 Um panorama da economia maranguapense

Conforme vimos no capítulo 3, a atividade agrícola, principalmente o cultivo de café e depois algodão, foram fundamentais para o crescimento de Maranguape. Um dos desdobramentos do cultivo de algodão foi o desenvolvimento industrial local, com iniciativas no ramo têxtil e, posteriormente, de eletrodomésticos, químicos, entre outros. O setor que já assumiu a função de mais importante da economia municipal perdeu um pouco de sua força, crescendo em ritmo menos acelerado, ao contrário do setor terciário, que cresceu rapidamente do final dos anos 1990 até 2020. Como parte final de nossa análise, tentamos elaborar um panorama da economia municipal, destacando o setor terciário e os registros do ramo supermercadista no município.

Maranguape está entre os municípios mais populosos da RMF, atrás apenas de Fortaleza, Caucaia e Maracanaú²⁷, e segue uma lógica de crescimento populacional comum à região metropolitana, onde a população urbana cresce em ritmo superior ao rural. Inicialmente uma área de crescimento rural significativo, o quadro começa a se inverter a partir dos anos 1990.

O distrito sede sempre foi o de maior expressão populacional, com a população quase em sua totalidade vivendo em áreas urbanas. No Censo de 2010, que apresenta os dados mais recentes sobre situação de domicílio, de 62.600 habitantes do distrito, 59.636 vivem em zona urbana e apenas 2.964 em rural, conforme mostra a tabela 3. Esse número é um indicativo de que esse é um recorte urbanizado.

Tabela 3 – População recenseada, por distrito

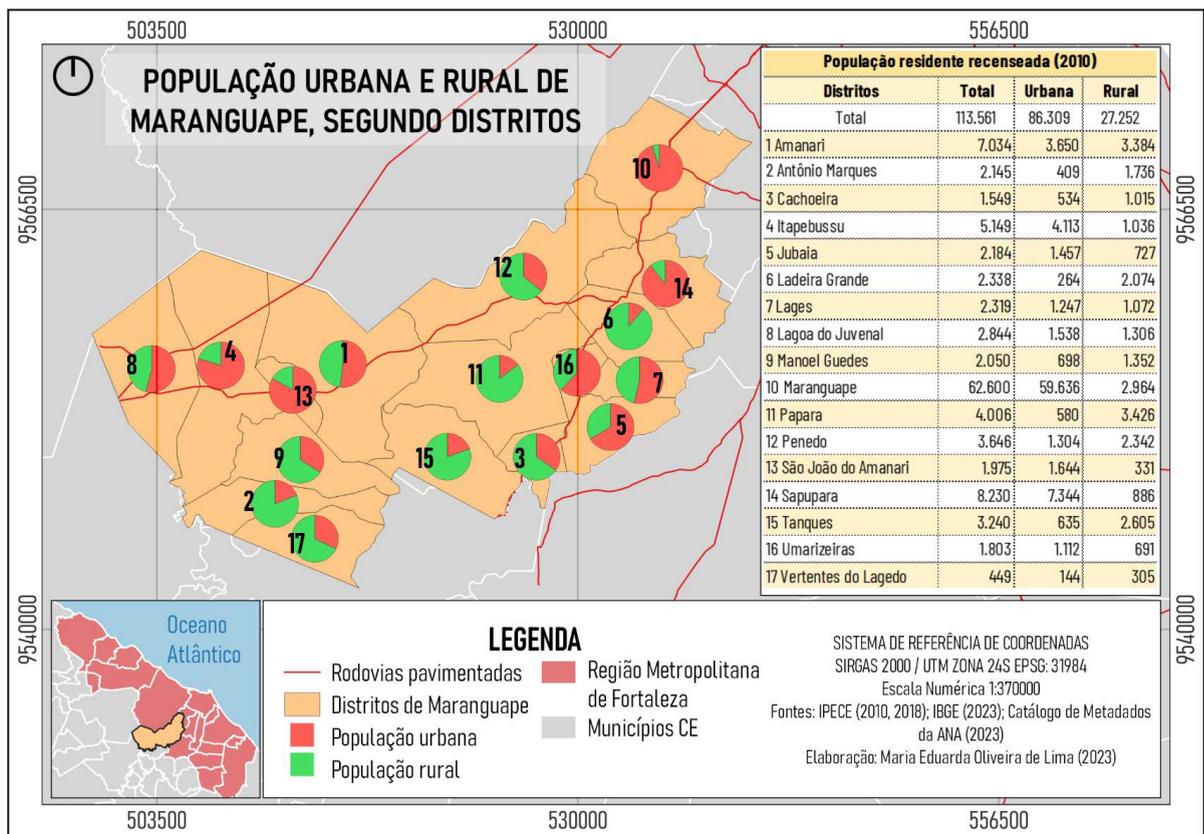
Distritos	População residente recenseada								
	1991			2000			2010		
	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
Total	71.705	51.954	19.751	88.135	65.268	22.867	113.561	86.309	27.252
Amanari	4.793	2.233	2.560	4.973	2.867	2.106	7.034	3.650	3.384
Antônio Marques	1.247	240	1.007	1.179	264	915	2.145	409	1.736
Cachoeira	980	381	599	1.319	456	863	1.549	534	1.015
Itapebussu	3.861	2.979	882	4.224	3.303	921	5.149	4.113	1.036
Jubaia	1.926	1.326	600	2.129	1.219	910	2.184	1.457	727
Ladeira Grande	1.904	272	1.632	2.177	298	1.879	2.338	264	2.074
Lages	1.679	964	715	2.007	987	1.020	2.319	1.247	1.072
Lagoa do Juvenal	1.711	985	726	1.649	980	669	2.844	1.538	1.306
Manoel Guedes	1.893	646	1.247	2.008	844	1.164	2.050	698	1.352
Maranguape	35.220	33.589	1.631	45.668	43.840	1.828	62.600	59.636	2.964
Papara	2.932	594	2.338	3.759	566	3.193	4.006	580	3.426
Penedo	2.511	729	1.782	3.837	1.132	2.705	3.646	1.304	2.342
São João do Amanari	1.904	1.586	318	1.914	1.696	218	1.975	1.644	331
Sapupara	5.204	4.235	969	6.241	5.478	763	8.230	7.344	886
Tanques	2.439	576	1.863	2.949	561	2.388	3.240	635	2.605
Umarizeiras	1.082	567	515	1.650	692	958	1.803	1.112	691
Vertentes do Lagedo	419	52	367	452	85	367	449	144	305

Fonte: IPECE, 2023

Tomando como referência o município em sua totalidade, a população urbana saltou de 51.954, em 1991, para 65.268 em 2000 e 86.309 em 2010. Com os dados do Censo 2022, que indicam que a população total do município é de 105.093 pessoas, é possível inferir que o crescimento da população urbana seguiu o mesmo ritmo. De modo contrário, o crescimento da população rural é menos intenso, saltando de 19.751 em 1991 para apenas 27.252 em 2010. Após o distrito sede, aqueles mais populosos são os que possuem maior área urbana, cortados pela CE-065, como mostra a figura 7.

Figura 7 – Distritos atravessados pela CE-065 e a situação de domicílio da população

²⁷ De acordo com o Censo de 2022, as populações são de 2.428.708 pessoas em Fortaleza; 355.679 em Caucaia; 234.509 em Maracanaú e 105.093 em Maranguape.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Para esses distritos, Mendes (2006) pontua a importância da CE-065, que atravessa o município de Norte a Sul. Os demais distritos, indicados na tabela, em boa parte, são pequenos arruamentos que se desenvolveram ao longo da rodovia, onde se concentram maior parte das pessoas, assim como uma diversidade funcional com pequenos comércios, escolas, Unidades Básicas de Saúde (UBS), igrejas, opções de lazer e transporte público. “A morfologia urbana acaba sendo delineada por um elemento norteador de grande relevância, a CE-065, comprovando a importância desse corredor no direcionamento e crescimento físico da cidade e, portanto, induzindo transformações no restante do município” (Mendes, 2006, p. 42).

Apesar de tudo, a sede é o distrito de maior destaque, em diferentes esferas: possui maior participação na economia municipal, maior aglomeração urbana, concentração de atividades, geração de empregos e mais relações com o restante de RMF. É o centro mais consolidado, não fugindo de uma lógica comum às pequenas e médias cidades (Mendes, 2006). É uma centralidade que influencia direta e indiretamente seus distritos e alguns municípios mais distantes de Fortaleza, cujo parte da população se desloca até Maranguape para realizar diferentes atividades.

Com a maior aglomeração populacional, é evidente a concentração do comércio, dos

equipamentos de serviços e das funções urbanas. Contudo o que chama mais atenção é a presença das indústrias - implantadas mais recentemente - que se localizam em meio aos bairros densamente ocupados, passando a compor a paisagem urbana de Maranguape (Mendes, 2006, p. 37).

Maranguape possui uma estrutura monocêntrica. O centro, localizado no distrito sede, é tradicionalmente uma centralidade, pois sempre foi o lócus de concentração de atividades econômicas, políticas, sociais e culturais diversas. Percebe-se a expansão das atividades industriais, comerciais e de serviços para outras áreas, mas ainda próximas do centro, sob influência da urbanização que se expandiu a partir dele.

O comércio concentrado no centro da cidade, sobretudo das grandes cidades, representou, durante décadas, o sustentáculo da economia local, na ausência de setores industriais dessas mesmas cidades, realidade que se transformou após os anos 1970. O processo de industrialização incorreu em mudanças espaciais quando da emergência de novos centros, abrigando novas formas comerciais (Freire, 2010, p. 30).

O centro da cidade é o centro histórico, onde é possível encontrar formas atuais e do passado. É para onde convergem as atividades, sendo possível encontrar no centro instituições de ensino básico e superior, público e privado, comércios, centros comerciais, um shopping center, hospitais e clínicas de especialidades variadas, assim como unidades fabris.

Conforme visto, Maranguape também possui uma função de cidade-dormitório, pois muitos dos seus habitantes se deslocam, em migração pendular, até outros municípios para trabalhar, estudar e ter acesso a maior variedade de produtos e serviços, conforme destacado no trabalho de Mendes (2006). A cidade é também um entreposto rodoviário, que recebe linhas de ônibus de outros municípios, com parada na rodoviária local, localizada na frente da antiga FATEMA.

Os fluxos de pessoas são representados pela demanda de linhas de ônibus intermunicipais. Algumas empresas são responsáveis por fazer essas conexões, como a Viação Penha, a Empresa São Paulo, Via Metro, a Viação Princesa e a Cooperativa de Transporte Complementar do Estado do Ceará (COOTACE).

A linha de ônibus 067 - Maranguape / Fortaleza tem como ponto inicial o Terminal Rodoviário De Maranguape e termina na Avenida Tristão Gonçalves, no Centro de Fortaleza. As empresas Penha e São Paulo atuam nessa rota. Além disso, diversos distritos no interior do município contam com linhas diretas para Fortaleza, como é o caso de Itapebussu (Linha 057 - Itapebussu / Fortaleza, pelas empresas Penha e São Paulo) e Jubaia / Fortaleza e Tanques / Fortaleza (pela Viação Penha).

A Penha também é responsável pela linha 20211 - Itacima / Fortaleza, via Ladeira

Grande, que liga o município Guaiúba a Fortaleza, com passagem em Maranguape, e a linha 373 - Maranguape / Maracanaú, conectando os dois municípios. Além dessa, a Via Metro atua na linha 338, que sai do Terminal Rodoviário De Maranguape sentido CEASA. O Terminal ainda faz parte da rota da Viação Princesa e COOTACE, ao ligar o município de Canindé à Fortaleza.

Conforme os quadro de horários divulgados nos canais de comunicação da Viação Penha e Empresa São Paulo, foi possível contabilizar 90 horários de partida saindo do território de Maranguape (Centro e distritos) com destino a Fortaleza por dia, o primeiro saindo de Itapebussu às 03:40 e o último saindo do Terminal Rodoviário de Maranguape às 22:00. O último ônibus saindo de Fortaleza em direção à Maranguape, parte da Avenida Tristão Gonçalves às 23:00.

Apesar de parte da sua população se deslocar para a capital em busca de maior variedade, tomando como indicador o fluxo de transporte público ligando os dois municípios, o município consegue atender parte das demandas internas, visto a variedade de atividades em seu território apresentadas nas tabelas a seguir.

Os setores da economia são representativos, com destaque para o setor comercial, seguido pelos serviços e indústria. O número de estabelecimentos desses e demais setores são evidenciados na tabela 4.

Tabela 4 – Estabelecimentos por setor (IBGE) em Maranguape

Setor	Ano						
	2000	2005	2010	2015	2019	2020	2021
Extrativa Mineral	0	0	0	0	0	0	1
Indústria de Transformação	64	64	102	161	127	134	119
Serviços Industriais de Utilidade Pública	1	1	1	2	1	1	1
Construção Civil	8	8	31	69	54	49	55
Comércio	110	174	258	374	316	306	278
Serviços	69	94	116	211	206	218	231
Administração Pública	3	3	6	6	5	6	5
Agropecuária, Extração Vegetal, Caça e Pesca	20	27	33	38	39	39	40
Total	275	371	547	861	748	753	730

Fonte: RAIS (2023)

A atividade agropecuária aos poucos foi perdendo espaço em termos de importância econômica para o município, cedendo espaço para o crescimento da indústria, comércio e serviços, como é possível verificar nos dados acima apresentados. Esse setor, junto aos Serviços Industriais de Utilidade Pública e Construção Civil apresentaram um crescimento tímido nas últimas duas décadas. No período de 2019 a 2021 podemos verificar uma queda no

número de estabelecimentos industriais e comerciais. Esse movimento se deu nos anos em que a pandemia de COVID-19 causou fortes impactos econômicos no país. As unidades industriais diminuíram de 127 em 2019 para 119 em 2021, enquanto as comerciais diminuíram de 316 para 278, no mesmo período.

Embora importantes indicadores da realidade da paisagem urbana, a quantidade de estabelecimentos não é suficiente para entender as demais relações que permeiam a economia de Maranguape. Para ir mais a fundo no entendimento, consultamos a quantidade de vínculos de emprego ativos no município, por setor, na tabela 5.

Tabela 5 – Vínculos ativos por setor em Maranguape

Setor	Ano						
	2000	2005	2010	2015	2019	2020	2021
Extrativa mineral	0	0	0	0	0	0	1
Indústria de transformação	5.062	5.062	6.526	5.055	4.439	4.286	4.778
Serviços industriais de utilidade pública	1	1	4	14	73	71	67
Construção Civil	30	20	160	298	296	295	259
Comércio	333	547	1.013	1.921	1.880	2.272	1.765
Serviços	1.137	1.630	1.531	2.618	2.708	2.530	2.692
Administração Pública	1.360	2.754	4.256	3.307	4.913	3.505	3.312
Agropecuária, extração vegetal, caça e pesca	249	525	815	672	743	753	771
Total	8.172	10.539	14.305	13.885	15.052	13.712	13.645

Fonte: RAIS (2023)

O setor de serviços é muito significativo para o terciário, com 2.692 vínculos ativos em 2021, como é verificado na tabela. Já o Comércio, foi o único que cresceu significativamente todos os anos analisados, saindo de 333 vínculos em 2000 para 2.272 vínculos em 2020. Entretanto, este setor apresentou uma queda ao final do segundo ano de pandemia no Brasil, 2021, com 1.765 vínculos ativos.

Esse decréscimo é identificado também na indústria no primeiro ano de pandemia, 2020, que se recuperou em 2021. O setor secundário é o que mais emprega no município, representando ainda uma potência econômica no município.

De acordo com os dados da Secretaria da Fazenda (SEFAZ) organizados no Anuário Estatístico do IPECE, a indústria de transformação é a que mais se destaca, com ênfase nos gêneros de Vestuário, calçados, artefatos de tecidos, couros e peles; Produtos alimentares, Metalúrgica; Química; Minerais não metálicos e Têxtil.

O setor industrial de Maranguape tornou-se bastante expressivo nos últimos anos, haja vista todo o conjunto de políticas destinadas ao fomento desta atividade. O município configura, atualmente, uma realidade mais próxima do padrão encontrado

nas regiões metropolitanas brasileiras em geral, e nordestinas em particular, onde a indústria tem tido peso significativo na organização espacial metropolitana (Mendes, 2006, p. 35).

Para o futuro, as perspectivas são animadoras, com a construção de novos empreendimentos do setor. Em março de 2023 foi lançada uma nova iniciativa no município: o Maranguape Industrial Park, localizado à cerca de 15 km de Fortaleza, no bairro Tangureira ao longo da CE-065, figura 8, projeto multisetorial que pretende abrigar empresas do setor metalmeccânico, químico e de vestuário, gerando empregos e desencadeando maior protagonismo industrial para o município na RMF.

Figura 8 – Projeto do Maranguape Industrial Park



Fonte: Diário do Nordeste (2023). Elaborado pelos autores.

O projeto apresentado na figura é moderno, multisetorial e bem localizado, uma iniciativa com investimentos de cerca de R\$ 200 milhões, do Estado, município e empresas, em área de 47 hectares, em importante rodovia de escoamento (Ximenes, 2023). Uma fala do presidente do Centro Industrial do Ceará (CIC), Marcos Soares, afirma que existe o intuito de fazer parcerias com escolas profissionalizantes, com o IFCE, que já é presente no município, com o Senai para qualificar a mão de obra para as indústrias, segundo matéria do O Povo (2023). A expectativa é de geração de 2 mil empregos diretos e 4 mil empregos indiretos, conforme o jornal.

Retomando a discussão sobre o setor comercial, o ramo de autosserviço alimentar, os supermercados, em Maranguape cresceu significativamente desde os anos 2000, pelos motivos explicados anteriormente, que propiciaram expansão espacial das redes e maior adesão dos consumidores.

Foram coletados também os dados do RAIS referentes ao Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios (Hipermercados; Supermercados; Minimercados, Mercearias e Armazéns), segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas²⁸ 2.0 (CNAE), oficial do IBGE, apresentados na tabela 6.

Tabela 6 – Estabelecimentos de Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios

Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios	Ano				
	2010	2015	2019	2020	2021
Hipermercados	4	6	2	2	0
Supermercados	1	5	7	6	5
Minimercados, Mercearias e Armazéns	57	60	45	42	41
Total	62	71	54	50	46

Fonte: RAIS (2023). Adaptado pelos autores.

Hipermercados, estruturas maiores, não são mais encontrados em Maranguape. Apesar do número de estabelecimentos ter crescido de 2010 para 2015, quando chegou a 6, em 2021 não havia mais nenhuma unidade de autosserviço desse porte no município, de acordo com registro do RAIS.

As inovações identificadas no comércio varejistas nem sempre são favoráveis a todos os comerciantes, pois, devido ao seu porte, concentração e diminuição do valor dos produtos,

²⁸ 4711-3/01 Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos - alimentícios hipermercados; 4711-3/02 Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - supermercados; 4712-1/00 Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns.

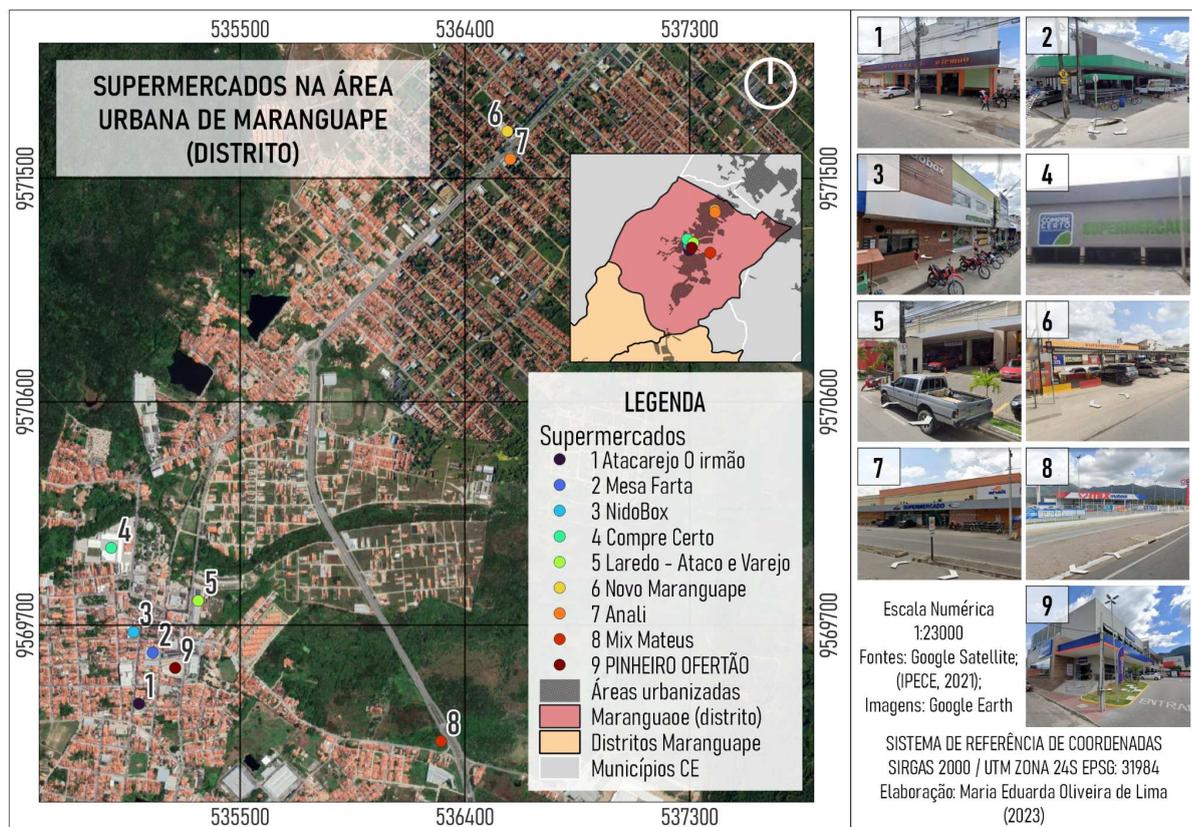
os supermercados conseguem criar uma forte concorrência com demais estabelecimentos menores, prejudicando-os (Faria et al, 2009).

Mas, embora muitos dos estabelecimentos de armazéns e mercearias terem dado origem aos primeiros supermercados, é importante ressaltar que alguns destes formatos ainda resistem em meio a um mercado tão competitivo, com grandes lojas supermercadistas, além também dos hipermercados, que trazem em seu formato de loja alguns diferenciais em relação aos supermercados, como maior diversidade de produtos e serviços (Souza; Magrini, 2017, p. 111).

Isso pode ser verificado nos dados da tabela anterior e também na tabela 7, que nos mostram que, mesmo com o crescimento dos estabelecimentos de maior porte, os Minimercados, Mercearias e Armazéns se mantiveram estáveis.

Quanto aos supermercados, o número cresceu significativamente de 2010 a 2015, mas para 2020 a diferença é de apenas um estabelecimento a mais. De modo geral, passou de 1 estabelecimento em 2015, para 6 em 2020. Os números são significativos pois todos esses estabelecimentos se concentram no distrito sede e áreas imediatamente próximas, de caráter urbano, como é indicado na figura 9.

Figura 9 – Supermercados no distrito de Maranguape



Fonte: Elaborado pelos autores.

A maior parte desses estabelecimentos está localizada no centro, como é o caso do

Atacarejo O irmão, Mesa Farta, NidoBox, Compre Certo, Laredo e Pinheiro. Os Supermercados Anali e Novo Maranguape se localizam também muito próximos no bairro Novo Maranguape I. O mais distante é o Mix Mateus, na Tangureira, ao longo da CE-065.

A maioria desses empreendimentos é de expressão estadual, como os das redes NidoBox, Compre Certo, Laredo, Anali e Bom Vizinho, rede do Supermercado Pinheiro ofertão, instalado em Maranguape em 2023. A Rede Bom Vizinho ocupa a 5º posição no Ranking ABRAS²⁹ para o Estado do Ceará, com um faturamento bruto em 2022 de R\$ 572.630.000. Além dessa, a Rede de Supermercados NidoBox ocupa a 9º posição, Destaque para o Super Novo Maranguape, estabelecimento local que alcançou a posição 24, com faturamento de R\$ 25.000.000. Também em 2023 foi inaugurada uma unidade do Mix Mateus, do Grupo Mateus, de origem maranhense. O Grupo teve um crescimento expressivo nos últimos anos e, segundo o mesmo ranking da ABRAS, ocupa o 1º lugar na classificação da Região Nordeste.

Esses estabelecimentos são voltados para atender a população do município, direta (compradores finais) e indireta (comerciantes intermediários). Isso pode ser entendido somado à dinâmica de fluxos de pessoas para o distrito-sede, como o de Mendes (2006; 2017) e Freitas (2016), para os moradores dos demais distritos do município, as idas ao centro são para comprar e acessar serviços que não são encontrados perto de suas casas, conforme visto em outros trabalhos.

O setor de comércio e serviços, representado pelo comércio varejista e alguns serviços básicos (como saúde, educação e bancário), encontram-se, quase em sua totalidade, localizados no distrito-sede. Funcionando como polarizador do fluxo de pessoas ao longo do ano, que em busca desses serviços dirigem-se ao distrito-sede, saindo dos demais distritos (e muitas vezes de municípios vizinhos) em busca de atendimento na cidade de Maranguape (Freitas, 2016, p. 61).

Nessa dinâmica é possível reforçar duas coisas: a localização é crucial e as promoções são uma ótima estratégia de atração. Os supermercados, concentrados na área urbana do centro, estão muito próximos a demais estabelecimentos comerciais e de serviços, como farmácias, clínicas, óticas, entre outros indicados na figura 10.

Figura 10 – Alguns serviços encontrados no Centro de Maranguape

²⁹ Baseado em faturamento bruto, número de unidades, número de check-outs, áreas de vendas e número de funcionários.

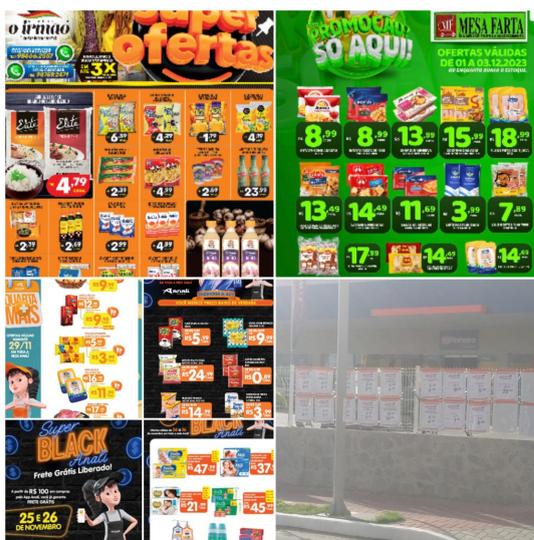


Fonte: Acervo pessoal (2023).

As ruas apresentadas na figura são tomadas por atividades de comércio e serviços. Dentre os principais estabelecimentos estão ao fundo da imagem A o Pátio Pirapora e no centro uma loja de móveis e eletrodomésticos, a Macavi; Na imagem B é o Pátio da Serra, onde está localizado o Laredo, assim outras lojas e serviços, antiga localização da fábrica Chenosa; As imagens C e D são a mesma rua, R. Cel. Antônio Botelho, na qual se localiza também o Maranguape Shopping Mall (imagem F); Por fim, a imagem E mostra as proximidades do Supermercado Mesa Farta.

As promoções, por sua vez, são divulgadas de diferentes formas, via redes sociais, panfletagem e em cartazes na frente dos estabelecimentos, como pode ser verificado na imagem da figura 11. Essas são convidativas aos consumidores e, ao entrarem no estabelecimento, se deparam com preços chamativos também para outros produtos.

Figura 11 – Estratégia de promoções adotadas pelos supermercados



As três primeiras imagens são de anúncios feitos nos canais de comunicação (Instagram) dos supermercados O irmão (A), Mesa Farta (B) e Anali (C). A imagem D é do dia 3 de dezembro de 2023, fachada do Supermercado Pinheiro, anunciando promoções para diversos produtos.

Fonte: Compilação da autora (2023).

Analizamos também os vínculos empregatícios da atividade de Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com predominância de Produtos Alimentícios. Até 2010 as mercearias, minimercados e armazéns eram os maiores empregadores, conforme a tabela 7. Já em 2015, o ramo de supermercados predomina com o maior número de vínculos.

Tabela 7 – Vínculos ativos do Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios

Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios	Ano				
	2010	2015	2019	2020	2021
Hipermercados	50	41	5	13	0
Supermercados	33	320	246	250	244
Minimercados, mercearias e armazéns	183	128	107	115	90
Total	266	489	358	378	334

Fonte: RAIS (2023). Adaptado pela autora (2023)

Para o período de 2020 a 2023³⁰ (janeiro a novembro), consultamos os dados do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) para as subclasses de Hipermercados, Supermercados e Minimercados, Mercearias e Armazéns, referente a admissões e desligamentos, indicados na tabela 8.

Tabela 8 – Admissões, Desligamentos e Saldo de empregos nas atividades de Comércio Varejista de Mercadorias em Geral, com Predominância de Produtos Alimentícios

³⁰ Os dados do Novo CAGED começam a partir de 2020.

Hipermercados, Supermercados, Minimercados, Mercearias e Armazéns			
Ano	Admissões	Desligamentos	Saldo
2020	110	107	3
2021	131	122	9
2022	212	146	66
2023	538	274	264

Fonte: Novo CAGED. Adaptado pela autora (2023)

Ao analisar os dados, identificamos que durante os dois anos de impactos mais intensos da pandemia, 2020 e 2021, o número de admissões e desligamentos são muito próximos, resultando em saldos positivos, mas não tão altos, seguidos por um crescimento em 2022. Em 2023, essas subclasses tiveram um número considerável de admissões, 538, para 274 desligamentos, cujo saldo positivo foi de 265 trabalhadores.

Somente o ramo de supermercados, segundo a mesma fonte de dados, foi responsável por 487 admissões e 224 desligamentos, terminando o período de janeiro a novembro de 2023 com um saldo positivo de 263 trabalhadores. Esse ano foram inaugurados no município o Supermercado Pinheiro e o Mix Mateus, redes de grande expressão conforme destacado anteriormente, sendo possível inferir o impacto desses dois empreendimentos nos saldos positivos do setor.

De modo geral, as formas comerciais são formas sociais, relações econômicas, de troca, que ensejam relações sociais (Alba, Damasceno, 2010). Nas últimas décadas, é notável o surgimento de novos agentes comerciais na paisagem urbana de Maranguape, como Shopping Center, pátios ou centros comerciais e supermercados. Os pátios e centros comerciais são espaços amplos que contam com vários pontos, de especialidades variadas, vendendo diferentes produtos.

O Maranguape Shopping Mall, figura 12, inaugurado em 2015, se localiza no centro do distrito, onde está rodeado de serviços e comércios, nas ruas em seu entorno. O empreendimento reúne lojas de especialidades variadas, lanchonetes, cinemas, estacionamento, serviços educacionais e bancários. Anteriormente, a poucos metros desse fixo, um empreendimento tinha o nome de shopping, o “Maktub”, mas era um pequeno centro comercial, de apenas dois andares, com um pequeno número de lojas e escritórios.

Figura 12 – Maranguape Shopping Mall, primeiro shopping center do município



Fonte: Acervo pessoal (2023).

Conforme foi observado, Maranguape apresenta um crescimento em todos os setores, em especial na indústria e comércio, enquanto focos de análise. Esse crescimento, mesmo que pequeno, porém estável, nos leva a interpretar que o município tem atraído investimentos e possui potencial para desenvolver ainda mais nos setores.

4.3.1 O supermercado Pinheiro

Em março de 2023, foi inaugurado em Maranguape o empreendimento do Grupo Supermercado Pinheiro, sob a bandeira Pinheiro Ofertão. A criação do empreendimento faz parte do plano de expansão dessa bandeira, alcançando maior capilaridade no Ceará. Apenas o supermercado ocupa uma área de cerca de 1.200m², com portfólio de cerca de 6 mil itens, funcionando de segunda a sábado, de 7h às 22h, e aos domingos, de 7h às 21h.

A unidade é um dos estabelecimentos que faz parte do Pátio Pirapora, empreendimento comercial instalado no mesmo local onde funcionava a FATEMA, na Rua Chico Anísio, nº 200.

Na segunda metade do século XX, conforme destacado anteriormente, com base em trabalhos de Muniz (2022), Silva e Muniz (2022) e Queiroz et al (2022), a revolução tecnológica e impulso dado pelas políticas industriais do Estado viabilizaram melhorias na comunicação, transportes e infra-estrutura, redirecionando parte das indústrias para fora dos centros urbanos. Os espaços deixados foram aos poucos sendo ocupados por novas atividades econômicas, notadamente o comércio.

Silva e Muniz (2022), em reflexão parecida contam que com a descentralização de indústrias nas Zonas Industriais de Fortaleza, como na Av. Francisco Sá e Parangaba, houve uma reconfiguração nos espaços, que deixaram de sustentar e valorizar o setor produtivo e se transformaram. Passam, portanto, a assumir novas funções, notadamente residencial, comercial e de serviços. Os espaços são verdadeiramente refuncionalizados e em Maranguape não foi diferente, no caso da antiga FATEMA, que passou a abrigar o segmento comercial.

As grandes indústrias do passado foram sendo refuncionalizadas ou demolidas para a construção de novos empreendimentos de residências, de comércios e de serviços, como conjuntos residenciais, condomínios fechados, shopping centers e outros usos dominados pelo mercado imobiliário. Há registros também de ocupações residenciais em imóveis de antigas indústrias por parte de população sem moradia na cidade (Silva; Muniz, 2022, p. 14).

A nova estrutura construída se caracteriza como um “strip mall”, local que conta com um supermercado e demais estabelecimentos de diferentes ramos, como academias, farmácias e lanchonetes. Strip mall é um termo, segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE, 2018) e também utilizado pela ABRAS, que define empreendimentos com fileiras de lojas voltadas ao comércio varejista, que não tem corredores cobertos interligando as lojas, espaços configurados em linha reta, em forma de “L” ou de “U”, dentre outras características.

Os strip malls são, geralmente, ancorados por um grande varejista, como um supermercado ou uma importante rede de franquias. O mix de lojas é voltado à conveniência e por isso esses empreendimentos estão localizados nos bairros e apresentam operações alinhadas às demandas cotidianas. Salão de beleza, loja de calçados, drogaria, papelaria, livraria, lanchonete, floricultura, pet shop, ótica, cafeteria e supermercados são alguns dos exemplos de lojas encontradas (ABRASCE, 2018, p. 4).

Segundo a Associação Cearense de Supermercados (Acesu), esse modelo está se popularizando na Região Metropolitana e chegou a Maranguape. Sua popularização, em matéria do Diário do Nordeste (2019), se deu pela praticidade que oferece aos consumidores e empresários. Para os investidores é positivo pois os gastos de manutenção, como aluguéis, condomínio, segurança privada e limpeza são divididos entre os empresários. Para o consumidor, é notória a comodidade de encontrar diversos serviços em um lugar só.

O strip mall geralmente tem um amplo estacionamento e conta com lojas de vários segmentos em um mesmo espaço. Nesse tipo de empreendimento, os fatores de acessibilidade, fluxo de pedestres, estacionamento, higiene, segurança e diferentes opções de pontos comerciais são alguns tópicos que os empreendedores reparam quando vão investir em um negócio (Redação, 2019).

A ideia de proximidade, conveniência e flexibilidade passa a atrair as demandas de um público cuja alimentação fora de casa é um hábito bastante difundido. O que explica em parte a oferta de soluções devidamente sintonizadas com o cotidiano da urbe. Como consequência, há uma difusão de produtos que espelham os novos hábitos alimentares tais como os produtos com rápida preparação, comidas pré-prontas, semi-prontas e congeladas (Bezerra, 2020, p. 153).

Dentre as atividades previstas para o pátio, o Supermercado Pinheiro foi o primeiro a inaugurar, mas estão previstas para inauguração até 2024 no empreendimento a Sorveteria Frosty, a Maria Pitanga Açaiteria, a Farmácia Pague Menos, uma loja de oBoticário e a academia Greenlife. A figura 13 mostra o empreendimento.

Figura 13 – Pátio Pirapora e fachadas do Supermercado Pinheiro e Academia Greenlife



Fonte: Acervo pessoal.

Para a instalação de um empreendimento comercial, as potencialidades locacionais são avaliadas. Na reflexão proposta por Freire (2010, p. 28),

[...] as vantagens locacionais são buscadas de maneira que tais potencialidades reduzam o tempo de giro do capital. Nesse sentido, a urbanização tornou-se um instrumento de fundamental importância para ampliar a capacidade do comércio, uma vez que a cidade expande-se, criando pontos atrativos para a localização de novos tipos de estabelecimentos comerciais, os quais tendem a concentrar e centralizar o capital.

O Pinheiro se insere na lógica econômica do centro de Maranguape, onde nota-se predominância da atividade comercial, indicando que a localização foi um fator importante da instalação. Isso reforça a afirmação de que “O setor comercial possui uma imensa capacidade de adequação aos mais diversos espaços geográficos e suas realidades, bem como ao atendimento das necessidades dos mais variados consumidores” (Alba; Damasceno, 2010).

A dinâmica da bandeira Ofertão é de varejo e tenta operar sobre a premissa de “mais barato todo dia”, com diferentes promoções, para produtos específicos em diferentes dias da semana. Os descontos têm uma lógica de funcionamento diferente: cada produto tem um dia

para apresentar descontos. Aos domingos, segundas e terças-feiras os descontos são em frutas, verduras e legumes; às quartas e quintas-feiras em carnes e; sexta-feira, sábado e domingo em bebidas e petiscos (Serpa, 2023).

No que diz respeito à localização e promoções, dupla de fatores importantes no setor, conforme destacado anteriormente, o supermercado Pinheiro fica localizado na frente da Rodoviária de Maranguape, de onde partem todos os ônibus e topics que circulam em todo o município. Ao caminhar até a rodoviária, uma breve visita ao supermercado, para ver as promoções, pode influenciar na compra de alguns itens.

A rede de Supermercados Pinheiro é uma das maiores do Estado, com cerca de 19 lojas próprias, um centro de distribuição, 13 salas de cinema, cinco parques infantis, choperia e um shopping center, dentre outros serviços, nos municípios de Fortaleza, Acaraú, Aquiraz, Aracati, Itapipoca, Limoeiro do Norte, Sobral, Quixadá, Quixeramobim e agora em Maranguape. Atua no estado há mais de 30 anos e hoje figura entre as principais redes do Nordeste, segundo o Ranking ABRAS 2020, mesmo com unidades apenas no Ceará.

O supermercado conta com atendimento bancário e funciona também sobre o sistema de Clube, oferecendo descontos para o seus membros, dinâmica comum aos supermercados atuais. Para quem frequenta em transporte particular, o empreendimento dispõe de estacionamento.

Os supermercados representam, hoje em dia, uma importante parcela das dinâmicas econômicas das cidades. A necessidade básica da compra de alimentos encontra nesse tipo de comércio um suporte que vem diversificando seu leque de produtos e formatos. Do ponto de vista arquitetônico, a oferta de mais produtos alimentícios fez crescer essa tipologia de troca de mercadorias, passando de uma loja comercial de maior dimensão para verdadeiros polos comerciais, onde a oferta de vagas para veículos se tornou mais do que uma expectativa, mas uma necessidade, sobretudo quando se trata de supermercados do tipo atacarejo, localizados fora de áreas centrais e/ou muito adensadas, mas próximos de estradas (Oliveira; Colchete Filho; Braidá, 2020, p. 221).

Em fala divulgada em diferentes canais de comunicação local, o Diretor Executivo do grupo Pinheiro, Honório Pinheiro, afirma que a unidade em Maranguape está gerando cerca de 110 novos empregos, diretos e indiretos, priorizando a contratação de pessoas da cidade e região, como forma de fortalecer a economia local (Serpa, 2023).

“Com essa inauguração, ficamos com três lojas com a bandeira Pinheiro Ofertão, fazendo acontecer o plano de expansão da rede de concluir 2023 com 23 lojas. Atualmente, estamos com 19 lojas, incluindo a de Maranguape, localizadas em dez municípios cearenses, fortalecendo a rede de maior capilaridade do Estado do Ceará”, como diz Honório Pinheiro (Serpa, 2023, s/p).

A inauguração do Pinheiro é recente e em um local já rodeado por outras atividades comerciais. Este supermercado junto ao centro comercial supracitado em vias de inauguração, reforçam o papel de centralidade do distrito sede, pois é nesse local que se concentram, sobretudo, comércio e serviços, apesar da presença de empreendimentos de outros setores, como a Fábrica Maranguape, indústria de laticínios localizada no centro.

Verifica-se então, que o setor terciário em Maranguape é muito significativo, pois gera renda, empregos e fluxos, reforçando o papel do centro enquanto localidade concentradora de atividades. Especialmente o comportamento do autosserviço e os supermercados chamam atenção, que pode ser investigado a partir do movimento de crescimento, da refuncionalização de espaços e da centralidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ocupação inicial do município, ainda no século XVII e o seu crescimento sempre estiveram associados às condições naturais locais, que condicionaram a organização no território e os tipos de atividade econômica que seriam desenvolvidas.

As culturas de café, cana de açúcar, algodão e a pecuária foram responsáveis por maior parte da receita municipal, assim como influenciaram a interiorização do território para além das serras ao longo dos séculos XVIII e XIX. Até o século XX esse era o pilar da sua economia, 1920, primeiramente o cultivo de café e posteriormente banana, arroz, algodão, entre outros. A cotonicultura foi de suma importância para o desenvolvimento econômico e urbano, visto que foi um dos principais produtores do Ceará e seu produto abastecia o mercado local e até mesmo internacional. A visão empreendedora de Gerson Gradvohl e seus filhos, Leon e Robert, consolidou uma iniciativa de grande importância local, um marco não apenas para o ramo têxtil, mas para o desenvolvimento industrial de Maranguape.

A Fábrica de Tecidos Maranguape (FATEMA), podemos concluir, foi um importante fixo para a cidade de Maranguape. Primeira indústria do ramo têxtil no município, funcionou por quase cinco décadas, começando sobre a administração da família Gradvohl, encerrando as atividades e retomando na década de 1960, sob administração do Grupo J. Macedo.

A instalação da fábrica, em 1924, foi responsável por trazer alguns funcionários de outras cidades e países, ocupou um número considerável de trabalhadores locais e inseriu Maranguape na dinâmica estadual de desenvolvimento industrial têxtil em um momento em que Fortaleza concentrava o setor produtivo. Na década de 1950 a fábrica entrou em crise,

acumulando muitas despesas que comprometeram a garantia dos direitos de seus trabalhadores e da manutenção das atividades.

A Fábrica Maranguape não foi a única a passar por dificuldades nesse momento, o contexto de crise afetava todo o Nordeste: o modelo industrializante nacional privilegiava a instalação de unidades fabris no Sudeste e os mercados cearenses sofriam com a perda dos mercados que haviam conquistado durante a Segunda Guerra Mundial. Além disso, os maquinários de muitas dessas empresas eram antigos, obsoletos, não conseguiam acompanhar as novas tendências e demandas de consumo. Quando a situação em Maranguape se tornou insustentável, a fábrica decretou falência e as atividades encerraram oficialmente em 1959.

Logo em seguida, a fábrica foi adquirida pelo Grupo J. Macedo, importante grupo do setor alimentício no Ceará, para atender demandas de embalagem para sua produção. Ao longo da gerência da J. Macedo, a fábrica cresceu e impactou de diversas formas o município, econômica, política e socialmente. Instalada no centro da cidade, era um empreendimento emblemático para quem passava ou trabalhava no local.

As ações sociais da “Mãe Macêdo” envolviam práticas de lazer, esporte, educação e saúde para seus funcionários e familiares. A fábrica foi importante para o surgimento do sindicato de trabalhadores de fiação e tecelagem em Maranguape, que dava assistência para os trabalhadores do ramo local, assim como também deu certa projeção política para o setor. Uma das suas principais ações no espaço urbano municipal, para além dos fluxos gerados a partir da sua produção, foi a construção da vila operária, assegurando habitação para seus funcionários. Ainda reflexo da responsabilidade social assumida pela FATEMA, a chegada do SESI corroborou para a formação e capacitação de uma série de funcionários e suas famílias. A fábrica encerrou as atividades na década de 1980, após 20 anos de trabalho e ações no município.

Seu antigo prédio que ela ocupava ainda abrigou outros tipos de atividade, mas por pouco tempo, ficando fechado até 2021, quando foi demolido. A demolição se deu para a construção de um centro comercial, no qual atualmente funciona um supermercado e ainda vai inaugurar uma academia de alto padrão, uma loja de móveis e eletrodomésticos, ainda com previsão para outros estabelecimentos, visto que o espaço é amplo e possui dois andares.

A mudança de função do fixo chama atenção para como a economia local vem se reinventando nos últimos anos. Da atividade agrícola, para certo crescimento industrial e fortalecimento da atividade comercial, acontecimentos que são reflexo da reestruturação capitalista e impulsionadores da reestruturação urbana. O comércio em Maranguape cresceu

significativamente, conforme vimos, principalmente no distrito sede, concentrando as funções comerciais, de serviço e administrativa.

Atualmente, o autosserviço alimentar possui uma lógica econômica e espacial próprias de funcionamento. Este ramo contempla o abastecimento doméstico e suas especificidades, possui composição diversa, contemplando desde pequenas capitais de atuação local ou regional, até grandes empreendimentos de abrangência internacional, perpassando pequenos supermercados e vizinhança aos hipermercados (Gomes, 2022).

O comércio, no caso dos supermercados principalmente, ocupa locais importantes da cidade. O crescimento e as características urbanas influenciam diretamente na localização dessa atividade (supermercadista), em especial quando se trata de infraestrutura, acessibilidade, possibilidade de expansão, fluxos, etc. Nos últimos anos, o centro de Maranguape tem recebido uma série de empreendimentos de destaque, como shoppings centers, pátios comerciais e, em quantidade expressiva, supermercados.

O trabalho tentou iniciar a discussão sobre o tema, mas esse não se esgota, por ter uma lógica tão plural e pelo setor estar em constante expansão. O Supermercado Pinheiro, e o centro comercial do qual faz parte, se inseriu em uma centralidade já consolidada, se beneficiando desse fator, assim como outros supermercados da cidade. Estudos futuros podem se debruçar sobre os desdobramentos dessa construção, de outras similares, assim como a compreensão de estabelecimentos ainda mais recentes, como a inauguração do Atacarejo Mix Mateus, que vem crescendo e se expandindo pelo Nordeste nos últimos anos.

A expansão do ramo supermercadista em Maranguape, considerando o tamanho da cidade e a relação existente entre centro e demais distritos, foi muito significativa. Esses grandes empreendimentos se inserem no cotidiano não só dos moradores da cidade, mas de quem frequenta o centro. É um setor dinâmico que está continuamente se adaptando às demandas de consumo e necessidades de abastecimento da população.

REFERÊNCIAS

- ABRASCE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. **Estudo de mercado: Strip Malls 2018**. Disponível em: https://abrasce.com.br/wp-content/uploads/2019/04/general_0e1db96beb470fe98091f9e71c437b31.pdf. Acesso em: 30 de nov. 2023.
- ALBA, Rosa Salete; DAMACENO, Josiane. Redes de supermercados e centros comerciais e sua relação com a dinâmica urbana de Chapecó. **Geoiंगा: Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PGE/UEM)**, v. 2, n. 1, p. 3-28, 2010. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Geoiंगा/article/view/49105>. Acesso em: 25 nov. 2023.
- ALBUQUERQUE, M. P. C. **Análise da evolução do setor supermercadista Brasileiro**, 2007. 85 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdades Ibmecc, Rio de Janeiro, 2007.
- ALVARENGA JÚNIOR, Eustáquio Gonzaga. A imigração e o comércio dos franco-judeus no Ceará (Aracati e Fortaleza - 1870/1918). **Revista do Instituto do Ceará**, p. 131-176, 2018.
- ALVES, L. A. Reestruturação urbana e criação de novas centralidades: considerações sobre os shopping centers. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 12, n. 37, p. 171–184, 2011. DOI: 10.14393/RCG123716395. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/16395>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- AMORA, Zenilde Baima. e espaço no Ceará. In: SILVA, José Borzacchiello da Silva; CAVALCANTE, Tércia Correia; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia.; SOUSA, Maria Salete de [ET AL] (org). **Ceará: um novo olhar geográfico/organizadores**, Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.
- ARAGÃO, Elizabeth Fiúza. **A trajetória da indústria têxtil no Ceará: o setor de fiação e tecelagem 1880-1950**. Fortaleza: Edições UFC, 1989.
- ARAGÃO, Elizabeth Fiúza (Coord.). **O Fiar e o Tecer: 120 anos da indústria têxtil no Ceará**. Fortaleza: SINDITÊXTIL / FIEC, 2002.
- ARAGÃO, F. J. P. **O Impacto Social da Política de Incentivos Fiscais no Estado do Ceará o Caso de Maranguape**. 2005. Dissertação (Mestrado) - Curso de Políticas Públicas e Sociedade, Universidade Estadual do Ceará - UECE, Fortaleza, 2005.
- BEZERRA, J. E. Geografia, comércio e consumo: os supermercados como tema geográfico. **Revista Espaço e Geografia**, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 143:161, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/espacoegeografia/article/view/40246>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- BRASIL. Decreto nº 51.755, de 27 de Fevereiro de 1963. **Lex: Coleção de Leis do Brasil - 1963**, Página 573 Vol. 2 (Publicação Original). Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-51755-27-fevereiro-1963-391479-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 24 nov 2023.

BRASIL. Decreto nº 52.095, de 5 de Junho de 1963. **Lex:** Coleção de Leis do Brasil - 1963, Página 453 Vol. 4 (Publicação Original). Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-52095-5-junho-1963-392183-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 24 nov 2023.

BRASIL, Thomaz Pompeu de Souza. **Ensaio estatístico da Província do Ceará/Thomaz Pompeo de Sousa Brasil**. Edição fac-símile publicada em 1863. Fortaleza: Fundação Waldemar de Alcântara, 1997. Disponível em: <https://www.fwa.org.br/wp-content/uploads/2021/08/ensaio-estatistico-da-provincia-do-ceara-tomo-i-1997.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2023.

CABRAL, João Marcos Tavares; MUNIZ, Alexsandra; SAMPAIO, Patrícia Marques. A DINÂMICA INDUSTRIAL NA REGIÃO METROPOLITANA DE FORTALEZA NO CONTEXTO DA REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA E ESPACIAL. **Pegada**, [S. L.], v. 20, n. 2, p. 170-200, maio, 2019. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/6343>. Acesso em: 24 jan. 2022.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Espaço e indústria**. São Paulo: Contexto, 2001.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEARÁ pode ser referência mundial em calçados. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, 09 maio 2008. Negócios. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/ceara-pode-ser-referencia-mundial-em-calcados-1.22277>. Acesso em: 02 fev. 2022.

CIN - Centro Internacional de Negócios do Ceará. **ANÁLISE EM COMEX MARANGUAPE**. EDIÇÃO: Março de 2019. Disponível em: <https://arquivos.sfiec.org.br/sfiec/files/files/Maranguape.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2022.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **Estratégias de reprodução do capital e as novas espacialidades urbanas: o comércio de auto-serviço em Uberlândia –MG**. 2005. 312 f. Tese (Doutorado) Curso de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Rio Claro (SP), 2005.

CLEPS, G. D. G. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. **Sociedade & Natureza**, [S. l.], v. 16, n. 30, 2006. DOI: 10.14393/SN-v16-2004-9183. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/sociedadennatureza/article/view/9183>. Acesso em: 28 nov. 2023.

COUTO, E. M. J. Atividades comerciais e a produção do espaço urbano: contribuições a partir da evolução do comércio em Mossoró-RN. In: **Anais III Colóquio (Inter) Nacional Sobre comércio e cidade: uma relação de origem**, 2015. Disponível em: http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/023-edna-couto.pdf. Acesso em: 28 nov. 2023.

COUTO, E. M. J. .; ELIAS, D. Evolução do comércio e dos serviços em uma cidade média no Brasil. **Revista GeoUECE**, [S. l.], v. 4, n. 7, p. 09–35, 2021. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/GeoUECE/article/view/6922>. Acesso em: 28 nov. 2023.

DINIZ, Abílio. **O Brasil na era dos supermercados**. 1960. Disponível em: <https://abiliodiniz.com.br/o-brasil-na-era-dos-supermercados/>. Acesso em: 18 out. 2023.

ELIAS, Denise. **Globalização e agricultura: a região de Ribeirão Preto – SP**. São Paulo: EDUSP, 2003.

FARIA, Denis Roger et al. As novas estratégias do pequeno capital no comércio varejista: a gênese e o desenvolvimento da rede de supermercados em Leme (SP/Brasil). **Egal XII**, 2009. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiacaeconomica/61.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2023.

FERNANDES, J. S. Cidades médias e reestruturação urbana no Nordeste brasileiro. **Terra Livre**, [S. l.], v. 2, n. 57, p. 526–552, 2022. Disponível em: <https://publicacoes.agb.org.br/terralivre/article/view/2263>. Acesso em: 29 nov. 2023.

FIEC – Federação das Indústrias do Estado do Ceará. FIEC sedia reunião sobre o Polo Industrial de Maranguape e entidades envolvidas lançam concurso para escolha da logomarca do empreendimento. **Sistema FIEC**. Fortaleza, 6 fev. 2023. Disponível em: <https://www1.sfiec.org.br/fiec-noticias/search/152344/fiec-sedia-reuniao-sobre-o-polo-industrial-de-maranguape-e-entidades-envolvidas-lancam-concurso-para-escolha-da-logomarca-do-empreendimento>. Acesso em: 28 nov. 2023.

FRANCO, G. C. S.; MUNIZ, A. M. V. A INDÚSTRIA DO BORDADO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO EM MARANGUAPE -CE. **Revista Geotemas**, Pau dos Ferros, v. 8, n. 3, p. 121–139, 2018. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/GEOTemas/article/view/904>. Acesso em: 28 nov. 2023.

FREIRE, A. L. O. O desenvolvimento do comércio e a produção do espaço urbano. **GeoTextos**, [S. l.], v. 6, n. 2, 2011. DOI: 10.9771/1984-5537geo.v6i2.4829. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/geotextos/article/view/4829>. Acesso em: 28 nov. 2023.

FREITAS, Eder Guedes. **Zoneamento geoambiental aplicado ao ordenamento territorial do município de Maranguape - CE**. 2016. 125 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e meio ambiente)-Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

GABINETE, Comunicação. Prefeito reúne empresários para discutir implantação de Pólo Industrial e de vestuário. **Prefeitura de Maranguape**. Maranguape, 30 jul, 2021. Notícias. Disponível: <https://maranguape.ce.gov.br/prefeito-reune-empresarios-para-discutir-implantacao-de-polo-industrial-e-de-vestuario/>. Acesso em: 24 jan. 2022.

GARCIA, Alcimari Silva; PEREIRA, Ana Paula Camilo. GEOGRAFIA DO COMÉRCIO: PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO E DINÂMICA COMERCIAL NA CIDADE DE JARDIM/MS. **GEOFRONTER**, [S. l.], v. 1, n. 3, 2017. Disponível em: <https://periodicosonline.uems.br/index.php/GEOF/article/view/1281>. Acesso em: 29 nov. 2023.

GIRÃO, Raimundo. **História Econômica do Ceará**. Fortaleza: Instituto do Ceará. 1947.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 27 dez. 2021.

GOMES, M. T. S. O debate sobre a reestruturação produtiva no Brasil. **RA'EGA**, v. 21, p. 51-57, 2011.

GOMES, V. B. A origem do ramo supermercadista em diferentes localidades. In: MIYAZAKI, V. K.; SPOSITO, M. E. B.; GOMES, V. B.; SOUSA, G. M. **As lógicas econômicas e espaciais do ramo supermercadista**. Rio de Janeiro: Consequência, 2022. p. 17-52.

GOMES, V. B. A. O ramo supermercadista brasileiro no período recente. In: MIYAZAKI, V. K.; SPOSITO, M. E. B.; GOMES, V. B.; SOUSA, G. M. **As lógicas econômicas e espaciais do ramo supermercadista**. Rio de Janeiro: Consequência, 2022. p. 53-138.

GOMES, V. B. A.; DE OLIVEIRA, E. L. Panorama do setor supermercadista em Londrina (PR) na perspectiva da teoria dos circuitos da economia urbana. **Formação (Online)**, [S. l.], v. 2, n. 21, 2015. DOI: 10.33081/formacao.v2i21.3000. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/formacao/article/view/3000>. Acesso em: 28 nov. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/22827-censo-demografico-2022.html>. Acesso em: 15 nov. 2023.

IBGE. **Censo industrial de 1960: Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte**. Rio de Janeiro: IBGE, 1966. v. 3 – Tomo 2.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros**. XVI – Volume. Rio de Janeiro, IBGE, 1959. (Ceará – Maranguape). Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/>. Acesso em: 24 jun. 2023.

_____. **Maranguape (CE): Histórico**, 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/maranguape/historico>. Acesso em: 24 jan 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil Básico dos Municípios; Município de Maranguape**. Fortaleza, 2017.

IPECE, Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. **Anuário Estatístico do Ceará**, 2017. Disponível em: <<https://www.ipece.ce.gov.br/anuario-estatistico-do-ceara/>>. Acesso em: 24 jan. 2022.

_____. **Perfil Básico dos Municípios; Município de Maranguape**. Fortaleza, 2017.

LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LEITE, Pedro Sisnando. Uma breve história da industrialização do Ceará. **Focus.jor**. [S.l.]. 25 fev. 2020. Disponível em:

<https://www.focus.jor.br/uma-breve-historia-da-industrializacao-do-ceara-por-pedro-sisnando-leite/>. Acesso em: 24 jan. 2022.

LEITÃO, Juarez. **Maranguape: de personagens e fatos históricos**. Fortaleza: Assaré, 2009. 396 p.

LENCIONI, Sandra. Reestruturação: uma noção fundamental para o estudo das transformações e dinâmicas metropolitanas. **Anais...** VI Encontro de Geógrafos da América Latina, 1998, Buenos Aires.

LIMA, Eliomar. Elmano lança pedra fundamental do Maranguape Industrial Park. **O Povo Plus**. Fortaleza, 11 mar. 2023. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/colunistas/eliomar-de-lima/2023/03/11/elmano-lanca-pedra-fundamental-do-maranguape-industrial-park.html>. Acesso em 25 nov. 2023.

LIMA, Luiz Cruz. **Espaço da produção em movimento: zona industrial da Francisco Sá**. Fortaleza: EdUECE, 2014. 159 p.

LIMA, Jacob Carlos; BORSOI, Izabel Cristina Ferreira; ARAËJO, Iara Maria. Os novos territórios da produção e do trabalho: a indústria de calçados no Ceará. **Caderno Crh**, [S.L.], v. 24, n. 62, p. 367-384, ago. 2011. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: [https://www.scielo.br/j/ccrh/a/HfyChhBjryssz6Y9YQBVjYw/?lang=pt#:~:text=Do%20total%20exportado%20em%20cal%C3%A7ados,M%C3%A9xico%20e%20Paraguai%20\(2007\)..](https://www.scielo.br/j/ccrh/a/HfyChhBjryssz6Y9YQBVjYw/?lang=pt#:~:text=Do%20total%20exportado%20em%20cal%C3%A7ados,M%C3%A9xico%20e%20Paraguai%20(2007)..) Acesso em: 02 fev. 2022.

MATOS, Pedro Gomes de. **Maranguape – Ceará: Aspectos histórico-geográficos**. 2. Ed. Fortaleza, 1963.

MARANGUAPE puxa empregos. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, 25 mar, 2010. Negócios. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/maranguape-puxa-empregos-1.32804>. Acesso em: 02 fev. 2022.

MENDES, Marília Colares. A MOBILIDADE DA FORÇA DE TRABALHO NA INDÚSTRIA E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO NO MUNICÍPIO DE MARANGUAPE – CEARÁ. **Revista Tocantinense de Geografia**, [S. l.], v. 6, n. 10, p. 134–150, 2018. DOI: 10.20873/rtg.v6n10p134-150. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/geografia/article/view/3589>. Acesso em: 4 dez. 2023.

MENDES, Marília Colares. **Metropolização e indústria: maranguape no contexto da região metropolitana de Fortaleza-CE**. 2006. 165 f. Dissertação (Mestrado) Curso de Geografia, Universidade Estadual do Ceará - Uece, Fortaleza, 2006. Disponível em: https://www.uece.br/propgeowp/wp-content/uploads/sites/60/2009/10/marilia_colares_dissertacao.pdf. Acesso em: 28 nov. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. p. 9-29.

MIYAZAKI, V. K.; GOIS NETO, C. de A. Estudo e caracterização do ramo supermercadista em Ituiutaba-MG. **Revista GeoUECE**, [S. l.], v. 11, n. 21, p. e202201, 2022. DOI: 10.59040/GEOUECE.2317-028X.v11.n21.e202201. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/GeoUECE/article/view/10159>. Acesso em: 28 nov. 2023.

MONTEIRO, Denise Mattos. **Europa, França e Ceará: origens do capital estrangeiro no Brasil**. 2. ed. Fortaleza: Editora Imprensa Universitária da UFC, 2023. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/73515>. Acesso em: 23 nov. 2023.

MUNIZ, Alexsandra Maria Vieira. **Geografia da indústria têxtil e de confecção**. Ebook. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2022. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/69457>. Acesso em: 28 nov. 2023.

MUNIZ, A. M. V. O CEARÁ E A INDÚSTRIA TÊXTIL NO ESPAÇO-TEMPO - DOI 10.5216/bgg.v36i3.44549. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, v. 36, n. 3, p. 420-443, 2016. DOI: 10.5216/bgg.v36i3.44549. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/bgg/article/view/44549>. Acesso em: 28 nov. 2023.

MUNIZ, Alexsandra Maria Vieira. Produção do espaço metropolitano de fortaleza e a dinâmica industrial. **Mercator (Fortaleza)**, v. 14, p. 61-74, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mercator/a/XwMKcpwNQ8vhrs8GC7G7Vpr/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 24 jan. 2022.

MUNIZ, Alexsandra M. Vieira. Reestruturação produtiva industrial e as consequências sociais e espaciais. **Espaço e Economia**, [S.L.], n. 16, p. 1-16, 23 dez. 2019. Disponível em: <https://journals.openedition.org/espacoeconomia/9500>. Acesso em: 29 jan. 2022.

MUNIZ, Alexsandra M. Vieira; DA SILVA, José Borzacchiello; COSTA, Maria Clélia Lustosa. CAPITAL, TRABALHO E DINÂMICA DO ESPAÇO METROPOLITANO DE FORTALEZA. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, p. 1-18, 2011.

MUNIZ, Alexsandra Maria Vieira; SILVA, José Borzacchiello da; COSTA, Maria Clélia Lustosa. REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA, TRABALHO E TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO METROPOLITANO DE FORTALEZA. **Boletim Goiano de Geografia**, [S.L.], v. 31, n. 1, p. 13-25, 18 ago. 2011. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/bgg/article/view/15395>. Acesso em: 2 fev. 2022.

NUNES, Neides. Domingão com boas lembranças. **Blog Neide Nunes**. Maranguape, 2 maio 2021a. Disponível em: <https://neidenunes.wordpress.com/2021/05/02/nada-e-para-sempre/>. Acesso em: 28 nov. 2023.

NUNES, Neides. Os pioneiros da indústria têxtil em Maranguape. **Blog Neide Nunes**. Maranguape, 13 maio 2021b. Disponível em: <https://neidenunes.wordpress.com/2021/05/13/gradvhol-os-pioneiros-da-industria-textil-em-maranguape/>. Acesso em: 28 nov. 2023.

NUNES, Neides. Sentimentos de afeto e saudade na história da Fábrica de Tecidos J.Macedo. **Blog Neide Nunes**. Maranguape, 8 jun. 2021c. Disponível em: <https://neidenunes.wordpress.com/2021/06/08/3665/>. Acesso em: 28 nov. 2023.

OLIVEIRA, Natália Garcia de; COLCHETE FILHO, Antonio; BRAIDA, Frederico. A Arquitetura de Supermercados: um Estudo de Caso na Cidade de Muriaé (Brasil). In: CACHINHO, Herculano; SALGUEIRO, Teresa Barata; GUIMARÃES, Pedro (org.). **Comércio, Consumo & Governança Urbana**. Lisboa: Uma Análise A Partir das Lógicas do Setor Supermercadista em Mossoró-Rn, 2020. p. 211-223.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. Os Espaços do Capitalismo Global: Empresas Varejistas, Uso do Território e Transformação Urbana no Brasil. **Conexão Política**, v. 9, n. 1, p. 139-166, 2020.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. PRODUCTION OF SPACE, TRANSFORMATIONS OF CAPITALISM AND THE REAL ESTATE STRATEGIES OF RETAIL COMPANIES. *Mercator*, Fortaleza, v. 19, feb. 2020. ISSN 1984-2201. Disponível em: <http://www.mercator.ufc.br/mercator/article/view/e19004>. Acesso em: 04 dez. 2023.

PETER, André Pinho. **O papel do comércio na produção da centralidade em Pelotas-RS**. 2010. 164f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2010.

PINHEIRO, Yohana; SARAIVA, Raone. 1º Distrito Industrial do CE faz 50 anos; setor inicia nova era. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, 21 maio, 2016. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/1-distrito-industrial-do-ce-faz-50-anos-setor-inicia-nova-era-1.1553345>. Acesso em: 24 jan. 2022.

PINTAUDI, Silvana M. A Cidade e as Formas do Comércio. In: Carlos, Ana Fani A. (org.). **Novos Caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 1999, PP. 143-159.

PREFEITURA DE MARACANAÚ. História de Maracanaú. **Prefeitura de Maracanaú**, 2021. Disponível em: <https://www.maracanau.ce.gov.br/historia-de-maracanau/>. Acesso em: 28 dez. 2021.

QUEIROZ, Emanuelton Antony Noberto De et al.. O uso de trilhas urbanas para compreender as transformações do espaço urbano no bairro cais do porto fortaleza-ce na escola municipal de tempo integral professor álvaro costa – EMTIPAC. **Anais... CONEDU - Ensino e suas intersecções...** Campina Grande: Realize Editora, 2022. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/91312>. Acesso em: 03 dez. 2023.

RAIS – RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS. **Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) - Programa de disseminação de estatísticas do trabalho (PDET)**. Endereço do sítio virtual do programa. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/pdet/index.asp>. Acesso em: 24 out. 2023.

REDAÇÃO. Strip malls: entenda a tendência dos centros comerciais que agregam lojas em torno de supermercados. **Diário do Nordeste**. Negócios. Fortaleza, 5 ago. 2019. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/negocios/paywall-7.100?wall=0&aId=1.2132135>. Acesso em: 23 nov. 2023.

RIBEIRO, A. de F. Taylorismo, fordismo e toyotismo. **Lutas Sociais**, [S. l.], v. 19, n. 35, p. 65–79, 2015.

RIGOTTO, R. M. **O progresso chegou. E agora? As tramas da (in)sustentabilidade e a sustentação simbólica do desenvolvimento**. 2004. 566 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

SABOIA, J. Descentralização industrial no Brasil na década de noventa: um processo dinâmico e diferenciado regionalmente. **Nova Economia**, [S. l.], v. 11, n. 2, 2009. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/novaeconomia/article/view/389>. Acesso em: 2 fev. 2022.

SALGUEIRO, T. B. **Do comércio à distribuição: roteiro de uma mudança**. Lisboa: Celta, 1995.

SALGUEIRO, Teresa Barata; CACHINHO, Herculano. Comércio, consumo e (re) produção do espaço urbano. **SIMPÓSIO DA UNIÃO GEOGRÁFICA INTERNACIONAL**, São Paulo, 2000. Disponível em: https://edicoes-ceg.vitraldigital.com/_fich/4/Apont_14.pdf. Acesso em: 28 nov. 2023.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: espaço e tempo, razão e técnica**. 3. Ed. Huciteo. São Paulo, 1999.

SANTOS, Milton. Guerra dos Lugares. Áreas inteiras do Brasil têm sido retiradas do controle do país. **Especial para a Folha**. Publicado em 8 set. 1999, caderno Mais! Folha de São Paulo: São Paulo, 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs08089904.htm>. Acesso em: 28 nov. 2023.

SANTOS, Milton. Materiais para o estudo da urbanização brasileira no período técnico científico. **Boletim Paulista de Geografia**, n. 67, p. 5-16, 1989.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1966.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Tradução de Myrna T. Rego Viana. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979. (Coleção Ciências Sociais).

SERPA, Egídio. Supermercado Pinheiro abre nesta sexta-feira (10) sua loja em Maranguape. **Diário do Nordeste**. Opinião. Fortaleza, 10 mar. 2023. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/opiniao/colunistas/egidio-serpa/paywall-7.100?wall=0&aId=1.3344257>. Acesso em: 25 nov. 2023.

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

SILVA, M. R. A. da. Os supermercados de vizinhança como referência de comércio e consumo e seus impactos na mobilidade urbana / The neighborhood supermarkets as reference for trade and consumption and its impacts on urban mobility. **Observatorium: Revista Eletrônica de Geografia**, [S. l.], v. 2, n. 4, 2018. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/Observatorium/article/view/44196>. Acesso em: 29 nov. 2023.

SILVA, Renata Rodrigues da. **Centros comerciais e shopping centers: transformações no espaço urbano de Uberlândia (MG)**. 2012. 182 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2012.

SILVA JÚNIOR, Otoniel Fernandes da; SILVA, Antônio Diogo da. Comércio e Consumo na Cidade: uma análise a partir das lógicas do setor supermercadista em Mossoró-RN. In: CACHINHO, Herculano; SALGUEIRO, Teresa Barata; GUIMARÃES, Pedro (org.). **Comércio, Consumo & Governança Urbana**. Lisboa: Uma Análise A Partir das Lógicas do Setor Supermercadista em Mossoró-RN, 2020. p. 198-210.

SILVA, José Borzacchiello da; MUNIZ, Alexandra Maria Vieira. **A indústria têxtil e a produção do espaço urbano**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/68220>. Acesso em: 16 nov. 2023.

SOJA, Edward W. Soja. **Geografias Pós-Modernas: A reafirmação do espaço na teoria social crítica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 324p.

SOUZA, Jéssica Silva; MAGRINI, Maria Angélica de Oliveira. Produção do espaço e consumo: um estudo a partir da atividade supermercadista em Ituiutaba-MG. **Geingá: Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PGE/UEM)**, v. 9, n. 1, p. 107-128, 2017.

SPOSITO, M. E. B. **Capitalismo e Urbanização**. São Paulo: Editora Contexto, 15. Ed., 2007

SPOSITO, M. E. B. Centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista de Geografia**. Universidade Estadual Paulista/UNESP. São Paulo, 1991 v.10.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Estruturação urbana e centralidade. **Anais... III Encontro de geógrafos da América Latina**, 1991.

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

SPOSITO, M. Encarnação Beltrão. Novos conteúdos nas periferias urbanas das cidades médias do Estado de São Paulo, Brasil. **Investigaciones Geográficas**. México, v.54, p.114 - 139, 2004.

SPOSITO, M. E. B. **O chão em pedaços: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo**, 2004. 504f. Tese (Livre Docência)-Faculdade de Ciências e Tecnologia. UNESP-Campus Presidente Prudente. Presidente Prudente, 2004.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Reestruturação urbana e segregação socioespacial no interior paulista. **Scripta Nova: revista electrónica de geografia y ciencias sociales**, n. 11, p. 10, 2007.

SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste. Aprova a regulamentação dos incentivos fiscais administrados pela SUDENE. **Resolução N° 5.193**. Recife, 22 de julho de 1970. Disponível em:

procondel.sudene.gov.br/Documento.aspx?id=11513&busca=RES_05193_1970. Acesso em 19 out. 2023.

SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste. Aprova a regulamentação dos incentivos fiscais administrados pela SUDENE. **Resolução N° 7.824**. Recife, 15 de dezembro de 1978. Disponível em:
http://procondel.sudene.gov.br/acervo/RES_07824_1978.pdf. Acesso em 19 out. 2023.

SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste. Parecer sobre a isenção de impostos na importação de equipamentos, de 15 de outubro de 1962. Processo SUDENE - 1376/62. **Parecer DAEB - 360/62**. Recife, 15 de outubro de 1962. Disponível em:
<http://procondel.sudene.gov.br/acervo.aspx>. Acesso em 19 out. 2023.

SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste. Parecer sobre a isenção de impostos e taxas de importação e apoio financeiro do Banco do Nordeste do Brasil. Processo SUDENE - 1779/67. **Parecer DI - 137/68**. Recife, 22 de maio de 1968. Disponível em:
http://procondel.sudene.gov.br/Documento.aspx?id=19583&busca=PAR_DI_0137_1968. Acesso em 19 out. 2023.

SUPERHIPER. Ranking ABRAS. **Revista da Associação Brasileira de Supermercados**. São Paulo, ano 47, n. 537, junho 2021. 164p.

SUPERHIPER. Ranking ABRAS. **Revista da Associação Brasileira de Supermercados**. São Paulo, ano 49, n. 558, maio 2023. 204p.

SUPERMERCADO PINHEIRO. Nossas Lojas - Supermercado Pinheiro, 2023. Disponível em: <https://www.lojaonline.pinheirosupermercado.com.br/institucional/paginas/nossas-lojas>. Acesso em: 18 nov. 2023.

TORRES, D. B. M. Espaço urbano – Supermercado de rede: aproximação e distanciamento. **Cordis: Revista Eletrônica de História Social da Cidade**, [S. l.], n. 6, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/cordis/article/view/10297>. Acesso em: 29 nov. 2023.

VARGAS, Heliana Comin. Comércio e cidade: uma relação de origem. **Publicado no Portal do Estado de São Paulo**. São Paulo, p. 1-5, 2000.

VARGAS, H.C. **Espaço Terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Senac, 2001, 256p.

VARGAS, H. C. O comércio e os serviços varejistas: principais agentes e sua inserção urbana. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 77-87, 2000. DOI: 10.11606/issn.2179-0892.geousp.2000.123484. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/123484>. Acesso em: 29 nov. 2023.

XIMENES, Victor. Obra do polo industrial de Maranguape começa em 2023; investimento de R\$ 200 milhões. **Diário do Nordeste**. Opinião. Fortaleza, 9 mar. 2023. Disponível em:
<https://diarionordeste.verdesmares.com.br/opiniao/colunistas/victor-ximenes/obra-do-polo-industrial-de-maranguape-comeca-em-2023-investimento-de-r-200-milhoes-1.3343845>. Acesso em: 28 nov. 2023.