



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

ECIANE SOARES DA SILVA BEZERRA

**O MERCADO METROPOLITANO DE CONFECÇÃO NOS CIRCUITOS
DA ECONOMIA URBANA DE FORTALEZA-CE.**

FORTALEZA

2018

ECIANE SOARES DA SILVA BEZERRA

O MERCADO METROPOLITANO DE CONFECÇÃO NOS CIRCUITOS DA
ECONOMIA URBANA DE FORTALEZA-CE

Tese submetida à Coordenação do Curso de Doutorado em Geografia, do Centro de Ciências da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção do título de doutor em Geografia. Área de Concentração: Dinâmica Ambiental e Territorial do Nordeste Semiárido.

Orientador: Prof. Dr. José Borzacchiello da Silva.

FORTALEZA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B469m Bezerra, Eciane Soares da Silva.

O Mercado Metropolitano de Confeccção nos Circuitos da Economia Urbana de Fortaleza-CE / Eciane Soares da Silva Bezerra. – 2018.

212 f. : il. color.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Programa de Pós-Graduação em Geografia , Fortaleza, 2018.

Orientação: Prof. Dr. José Borzacchiello da Silva.

1. Circuitos da economia. 2. Comércio. 3. Confeccção. I. Título.

CDD 910

ECIANE SOARES DA SILVA BEZERRA

O MERCADO METROPOLITANO DE CONFECÇÃO NOS CIRCUITOS DA
ECONOMIA URBANA DE FORTALEZA-CE

Tese submetida à Coordenação do Curso de
Doutorado em Geografia, do Centro de
Ciências da Universidade Federal do Ceará,
como parte dos requisitos para obtenção do
título de doutor em Geografia. Área de
Concentração: Dinâmica Ambiental e
Territorial do Nordeste semiárido.

Aprovada em: 30/07/2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Borzacchiello da Silva (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^a. Dr^a. Virgínia Célia Cavalcante de Holanda
Universidade Estadual Vale do Acaraú (UEVA- Sobral)

Prof. Dr. Luiz Antônio Araújo Gonçalves
Universidade Estadual Vale do Acaraú (UEVA- Sobral)

Prof. Dr. Eustógio Wanderley Correia Dantas
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^a. Dr^a. Alexandra Maria Vieira Muniz
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

A Deus, por mais essa benção. “ Os que conhecem o teu nome confiam em ti, pois tu, Senhor, jamais abandonas os que te buscam. ” (SALMOS,9:10)

Aos meus pais, José Soares e Neriam Soares, pela dedicação e incentivos que nos levou a entender a importância da educação como caminho árduo, mas prazeroso e gratificante.

Aos meus irmãos, Samoel Soares e Rafael Soares, pelo apoio e carinho.

Ao meu esposo Nilo Mariano Bezerra, meu presente de Deus, obrigada pelo companheirismo, foram suas as palavras de apoio e ânimo nos momentos mais difíceis dessa jornada, obrigada por estar sempre ao meu lado inclusive nos trabalhos de campo.

Ao meu orientador, professor Dr. José Borzacchiello da Silva, um ser humano extraordinário, a quem tenho profunda admiração, que me orientou não somente nos caminhos da geografia, mas também da vida. Graças a ele dei início ao meu caminho como pesquisadora em 2008, foram dez anos desde a iniciação científica até o doutorado nos quais com seu apoio amadureci as reflexões da ciência Geografia. Obrigada!

A Marlon Cavalcante Santos, irmão de pesquisa, por tornar essa experiência mais leve com seu bom humor, foram dez anos de companheirismo nas discussões geográficas que nos tornaram pesquisadores dedicados e pessoas melhores.

Aos amigos do colóquio de orientação, Firmiana Fonseca, Cicero Nilton, Cleiton Marinho, Alexsandra Muniz, Jionaldo Pereira, Claudiana Godoy, Júlia Holanda, Ana Emília, Tiago Estevam, Eider Cavalcante, Sandra Evaristo, Edenilson Moura, Alessandra Souza, Gleilson Ângelo. Aprendi muito com esses notáveis pesquisadores.

Ao professor Dr. Alexandre Queiroz, “padrinho de Lapur”, por ter acreditado em mim dando a primeira oportunidade que nos levou a traçar o caminho até o doutorado.

Aos Professores Dr. Eustógio Dantas e Dr^a. Clélia Lustosa, grandes pesquisadores e inspiradores da geografia urbana, obrigada pelos ensinamentos na graduação e laboratório.

Aos pesquisadores e amigos do Laboratório de Planejamento Urbano e Regional.

À banca examinadora, professores Dr. Luiz Antônio Araújo Gonçalves, Dr^a. Alexsandra Muniz e Dr. Eustógio Dantas pelo aceite em participar da defesa em especial a professora Dr^a. Virgínia Holanda pela importante contribuição que deu ao nosso trabalho tanto no mestrado como no doutorado.

Aos professores do Departamento de Geografia da UFC todos foram muito importantes na minha formação, obrigada.

Ao Sr. Martinho Batista, presidente da Associação dos Gestores de Empreendimentos do Polo de Negócios da Rua José Avelino e Adjacências (AJAA) por ter sido sempre receptivo, contribuindo com nossa pesquisa.

Aos trabalhadores que dedicaram um pouco do seu tempo contribuindo com nosso trabalho através das entrevistas.

À Prefeitura Municipal do Eusébio, em especial a Secretaria de Educação, na pessoa da secretária de educação Gorette Martins pelo apoio dado para o aperfeiçoamento de seus professores.

À família Bezerra, em especial aos meus sogros Juscelino Bezerra e Elisthia Bezerra, pelo apoio e carinho.

A todos que de alguma forma contribuíram para a realização desse trabalho, muito obrigada.

“Deleite-se no Senhor, e ele atenderá aos desejos do seu coração. Entregue o seu caminho ao Senhor; confie nele, e ele agirá.” (SALMO 37:4,5)

RESUMO

A presente pesquisa aborda a importância do mercado de confecções de Fortaleza e teve o objetivo de analisar as dinâmicas socioespaciais do mercado metropolitano de confecção de Fortaleza a partir do desdobramento dos circuitos da economia urbana, como o encadeamento de relações entre esses circuitos e as estratégias desenvolvidas. Teve como questão norteadora entender como esse mercado se estruturou e se firmou a partir do início da década de 2000 diante de importantes e já consolidados mercados de confecções no Nordeste brasileiro. Assim, a delimitação espacial da pesquisa engloba a Região Metropolitana de Fortaleza, tendo em vista não ser mais possível entender as dinâmicas socioespaciais dessa cidade fora do contexto metropolitano, pois é principalmente na metrópole que estão localizados a maior parte dos locais de produção de confecção popular e os principais pontos de escoamento do que é produzido. Optamos por trabalhar sobretudo a pesquisa qualitativa, em que foram aplicadas estratégias de investigação como coleta e análise de dados adaptados ao contexto social, espacial e econômico no qual nosso objeto de estudo se insere, de modo a permitir um aprofundamento na compreensão das dinâmicas desenvolvidas. As etapas da pesquisa não foram realizadas isoladamente, mas desenvolvidas em conjunto. Assim, fizeram parte dos procedimentos metodológicos necessários à execução da investigação as etapas de revisão bibliográfica, trabalhos de campo, entrevistas, além de levantamentos de dados em órgãos públicos e sites. Destarte, apuramos que ocorreu a expansão desse mercado principalmente em centros comerciais, fato ligado ao investimento de capital privado que representa o avanço do circuito superior. Esse mercado, que movimenta vários setores da economia (hotéis, restaurantes, comércios variados, entre outros), tornou-se importante nó da rede, abrangendo uma área que ultrapassa os limites metropolitanos, alcançando todas as regiões do país e adquirindo inclusive um caráter internacional.

Palavra-Chave: Circuitos da economia. Comércio. Confecção.

ABSTRACT

The present study deals with the importance of the garment market in Fortaleza and aimed to analyze the socio - spatial dynamics of the Fortaleza 's metropolitan garment market, starting from the unfolding of the circuits of the urban economy, such as the relationship between these circuits and the strategies developed. It had as guiding question to understand how this market was structured and was established from the beginning of the decade of 2000 in front of important and already consolidated garment markets in the Northeast of Brazil. Thus, the spatial delimitation of the research encompasses the Metropolitan Region of Fortaleza, considering that it is no longer possible to understand the socio-spatial dynamics of this city outside the metropolitan context, since it is mainly in the metropolis that most of the popular clothing production sites are located and the main outlets of what is produced. We chose to work mainly on qualitative research, where research strategies were applied such as data collection and analysis adapted to the social, spatial and economic context in which our study is inserted, in order to allow a deeper understanding of the developed dynamics. The steps of the research were not carried out in isolation, but developed together. Thus, the steps of bibliographic review, fieldwork, interviews, and surveys of data in public agencies and websites were part of the methodological procedures necessary for the execution of the research. From this, we found that the expansion of this market occurred mainly in commercial centers, a fact linked to the private capital investment that represents the advance of the upper circuit. This market, which moves various sectors of the economy (hotels, restaurants, varied commerce, among others), has become an important connection, covering an area that exceeds the metropolitan limits, reaching all regions of the country and even acquiring an international character.

Keywords: Economy circuits. Trade. Garment market.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Curso de costura Projeto Elas.....	59
Figura 2 -	Imagem de Prédio na Rua Floriano Peixoto em janeiro de 2016....	89
Figura 3 -	Fotografia do Prédio na Rua Floriano Peixoto em agosto de 2016.....	89
Figura 4 -	Mercadorias sendo descarregadas no início da Feira as 17h40 Feira da Sé.....	93
Figura 5 -	Anúncio de venda ou aluguel de banca na rede social.....	94
Figura 6 -	Anúncio de venda ou troca de banca na OLX	94
Figura 7 -	Carregadores descarregando mercadorias.....	95
Figura 8 -	Carregador com carrinho cheio de mercadorias.....	96
Figura 9 -	Feira de Sulanca em Santa Cruz do Capibaribe.....	100
Figura 10 -	Loja de venda de máquinas em Toritama (PE).....	104
Figura 11 -	Loja de tecidos em Toritama (PE).....	104
Figura 12 -	Morador trabalhando em peças de jeans na calçada.....	105
Figura 13 -	Moda Center Santa Cruz- Santa Cruz do Capibaribe (PE).....	108
Figura 14 -	Parque das Feiras. Toritama (PE).....	108
Figura 15 -	Polo Caruaru (PE).....	108
Figura 16 -	Trabalhadores na área da José Avelino.....	133
Figura 17 -	Trabalhadores na área da José Avelino.....	133
Figura 18 -	Ações a favor do polo da José Avelino.....	137
Figura 19 -	Ações a favor do polo da José Avelino.....	137
Figura 20	Feirantes ocupando calçadas dos galpões da José.....	139
Figura 21 -	Rua José Avelino depois da reforma.....	140
Figura 22 -	Trabalhadores ocupando a calçada do Mercado Central.....	140
Figura 23 -	Antiga Fábrica São José. Visão da Av. Filomeno Gomes com Rua Maria Luiza.....	143
Figura 24 -	Centro Fashion em sua fase de construção. Visão da Av. Filomeno Gomes com Rua Maria Luiza.....	143
Figura 25 -	Fachada Centro Fashion. Avenida Filomeno Gomes.....	143
Figura 26 -	Setor Azul, Centro Fashion Fortaleza.....	145
Figura 27 -	Setor Vermelho, Praça de Alimentação, Centro.....	145

Figura 28 -	Plataforma de desembarque dos ônibus no térreo.....	146
Figura 29 -	Placas dos ônibus que mostram a procedência das sacoleiras.....	146
Figura 30 -	Ônibus de outros estados com propaganda do Centro Fashion.....	148
Figura 31 -	Ônibus de outros estados com propaganda do Centro Fashion.....	148
Figura 32 -	Fachada do Mucuripe Moda Center.....	150
Figura 33 -	Área interna do Mucuripe Moda Center.....	151
Figura 34 -	Área interna do Mucuripe Moda Center.....	151
Figura 35 -	Banner na entrada do Mucuripe Moda.....	152
Figura 36 -	Fachada do Pátio Central.....	153
Figura 37 -	Parte interna do empreendimento.....	153
Figura 38 -	Material de divulgação com localização do Tend Moda.....	154
Figura 39 -	Estacionamento do Tend Moda.....	155
Figura 40 -	Vista aérea do Tend Moda.....	155
Figura 41 -	Material de divulgação Via Romântica.....	162
Figura 42 -	Catálogos das coleções 2016 e 2017 da Via Romântica.....	162
Figura 43 -	Coleção 2016 Via Romântica fotografada em Paris.....	163
Figura 44 -	Coleção 2016 Via Romântica fotografada em Paris.....	163
Figura 45 -	Hotel Catedral.....	173
Figura 46 -	Pousada Centro da Moda.....	173
Figura 47 -	Panfleto da Pousada Centro da Moda.....	175
Figura 48 -	Panfleto da Pousada Galeria da Moda.....	175
Figura 49 -	Pousada Pajeú na Rua Baturité.....	177
Figura 50 -	Pousada Familiar, Rua Rufino de Alencar próximo da Rua Baturité.....	177
Figura 51 -	Fachada da Transportadora Risetur Viagens na Rua Baturité.....	178
Figura 52 -	Casa que funciona como transportadora.....	179
Figura 53 -	Fachada de transportadora na Rua Baturité.....	179
Figura 54 -	Caminhão com destino a região Norte do Brasil sendo carregado...	180
Figura 55 -	Saco com mercadoria identificado com local de destino e comprador.....	180
Figura 56 -	Panfleto da Transportadora Zanchettur.....	181

LISTA DE FLUXOGRAMA

Fluxograma 1 - Relações desenvolvidas entre os agentes dinamizadores do Mercado Metropolitano de Confeções de Fortaleza.....	87
--	----

LISTA DE ORGANOGRAMA

Organograma 1 - Setores econômicos movimentados pelas sacoleiras.....	88
Organograma 2 - Alguns setores movimentados pelos produtores e vendedores....	91

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Polos de Confecção do Nordeste.....	85
Mapa 2 - Localização da Região Metropolitana de Fortaleza.....	114
Mapa 3 - Sistema Viário da RMF.....	118
Mapa 4 - Localização do Centro de Fortaleza.....	123
Mapa 5 - Principais Áreas de Comercialização de Confecção centro de Fortaleza	126
Mapa 6 - Expansão dos Centros Comerciais de Confecção Centro de Fortaleza...	132
Mapa 7 - Fluxo Internacional de Compradores de Confecção em Fortaleza.....	172

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AJAA	Associação de Gestores de Empreendimentos do Polo de Negócios da Rua José Avelino e Adjacências.
ASMOCONP	Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira.
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos.
DIT	Divisão Internacional do Trabalho
ENID	Eixos Nacionais de Integração e Desenvolvimento
FIEC	Federação das Indústrias do Estado do Ceará.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDT	Instituto de Desenvolvimento do Trabalho
INE	Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde
IPLANFOR	Instituto de Planejamento de Fortaleza
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PAC	Plano Nacional do Crescimento
PIB	Produto Interno Bruto
PMF	Prefeitura Municipal de Fortaleza
RMF	Região Metropolitana de Fortaleza
SECEFOR	Secretaria Regional Executiva do Centro de Fortaleza
SindConfecções	Sindicato das Indústrias de Confecção de Roupas e Chapéus de Senhoras no Estado do Ceará
SINCOM	Sindicato dos Corretores de Moda de Fortaleza
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
TACV	Transportes Aéreos Cabo-Verdianos

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
2	CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA E O COMÉRCIO DE CONFECCÃO.....	34
2.1	A relevância da teoria dos circuitos da economia urbana no entendimento do mercado de confecções de Fortaleza.....	34
2.2	A expansão do crédito e do consumo no circuito inferior: implicações no mercado de confecções.....	47
2.2.2	<i>Crédito popular, uma estratégia em prática: Banco Palmas.....</i>	<i>55</i>
2.2.3	<i>Comércio e consumo no circuito inferior da economia urbana.....</i>	<i>60</i>
2.3	Circuito inferior de venda de confecção e as redes técnicas e de informação.....	66
3	A ORGANIZAÇÃO DO MERCADO METROPOLITANO DE CONFECCÃO EM FORTALEZA.....	80
3.1	A estruturação do mercado de confecção de Fortaleza.....	80
3.2	As feiras e o comércio de confecção.....	98
3.3	O comércio de confecção nos centros comerciais.....	106
4	FORTALEZA: A METRÓPOLE DA CONFECCÃO.....	113
4.1	O mercado de confecção no espaço metropolitano.....	113
4.2	O centro de Fortaleza no comando do mercado de confecção.....	122
4.3	Feira da Sé: consolidação, conflitos, reorganização e expansão espacial dos centros comerciais de confecção.....	129
4.4	Centros comerciais de confecção e o capital privado nos circuitos da economia urbana.....	141
4.4.1	<i>Centro Fashion Fortaleza.....</i>	<i>142</i>
4.4.2	<i>Mucuripe Moda Center e Pátio Central.....</i>	<i>149</i>
4.4.3	<i>Tend Moda – Caucaia.....</i>	<i>153</i>
5	A METRÓPOLE DA CONFECCÃO E SUAS SINGULARIDADES.....	158
5.1	A ampliação do circuito superior marginal no mercado de confecção de Fortaleza.....	158
5.2	Circuito inferior, um circuito completamente local? A dinâmica internacional do mercado de confecção de Fortaleza.....	164

5.3	As novas estratégias de consolidação do mercado de confecção de Fortaleza.....	173
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	184
	REFERÊNCIAS.....	189
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA REALIZADA COM OS TRABALHADORES DA JOSÉ AVELINO	208
	APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PRESIDENTE DO SINDICATO DOS CORRETORES DE MODA (SINCOM).....	209
	APÊNDICE C- ROTEIRO DE ENTREVISTA REALIZADA COM O GERENTE DA TRANSPORTES AERÉO DE CABO VERDE (TACV).....	210
	ANEXO A- PROJETO DE LEI DE CRIAÇÃO DA FEIRA POPULAR DA SÉ – 2008.....	211
	ANEXO B – LEI QUE AUTORIZA A CRIAÇÃO DO POLO DE NEGÓCIOS DO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL DA JOSÉ AVELINO.....	212

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como foco de análise a estruturação, organização e consolidação do mercado de confecções da metrópole Fortaleza. Embasada na teoria dos circuitos da economia urbana, a pesquisa teve como questão norteadora entender como esse mercado se estruturou e se consolidou a partir do início da década de 2000 diante de importantes e já consolidados mercados de confecções no Nordeste brasileiro.

Compreendemos que a consolidação desse mercado¹ trouxe significativas mudanças socioespaciais na capital cearense e passou a ter expressividade na economia, abrangendo agentes de todos os circuitos econômicos. Dessa forma, o comércio de confecção popular de Fortaleza nos permitiu entender essa singular dinâmica urbana, o comércio de confecções, que se destaca na economia do Brasil.

A escolha da temática se deu ao longo de anos de pesquisa dedicados ao assunto. Desde a iniciação científica (IC), demos os primeiros passos no entendimento das questões urbanas, especificamente as relacionadas aos centros urbanos e às atividades ditas informais. Nesse período inicial de amadurecimento, foi essencial a convivência no Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (Lapur), no qual tivemos contato com mestrandos e doutorandos, mantendo com eles diálogos ricos, bem como participando de suas pesquisas e colaborando em alguns trabalhos de campo, o que nos colocou em contato direto com a prática da pesquisa. Nesse percurso, o diálogo com o orientador e o aporte teórico foram essenciais. Dessa maneira, indagações foram surgindo e nos instigando a avançar nossas análises para a elaboração de uma dissertação de mestrado.

No mestrado, considerando o que apuramos em nossos estudos de iniciação científica, focamos a pesquisa nos territórios organizados pela atividade de comércio de confecções populares e sua dinâmica socioespacial no centro da capital

¹ Silveira (2004) considera mercado como um conjunto de atividades realizadas em certo contexto e o setor da população associado pela atividade e pelo consumo. A autora enfatiza que a circulação é determinante e, por isso, os circuitos diferentes se entrecruzam e criam um mercado, segmentado, que se nutre da diversidade de fabricação, de comércio e de serviços.

cearense, optando nesse momento por trabalhar com a teoria dos circuitos da economia urbana e não mais com a teoria dicotômica formal/informal, pois a teoria dos circuitos econômicos nos possibilitou contemplar os processos sob uma perspectiva espacial.

Ao término dessa importante etapa, novos questionamentos surgiram, levando-nos a avançar na elaboração de um projeto de pesquisa de doutorado. Dessa forma, algumas questões nortearam nosso interesse de elaborar uma tese, cujos objetivos serão apresentados abaixo, dispostos de modo a nos auxiliar na organização das ideias.

O objetivo geral da tese é:

- Analisar as dinâmicas socioespaciais do mercado metropolitano de confecção de Fortaleza a partir do desdobramento dos circuitos da economia urbana, como o encadeamento de relações entre esses circuitos e as estratégias desenvolvidas.

Os objetivos específicos da pesquisa foram delimitados a partir de questões pontuais, a saber:

Questionamentos

- Qual o papel do mercado de confecção popular de Fortaleza na economia urbana da cidade?
- Qual o comportamento desse mercado diante de variáveis como crédito e informação?
- Que fatores, sociais, econômicos e espaciais levaram à estruturação e à consolidação desse mercado na região Nordeste?

Objetivos Específicos

- ✓ Aprofundar o conhecimento sobre a teoria dos circuitos da economia urbana, abordando as estratégias desenvolvidas por cada circuito econômico no mercado metropolitano de confecções de Fortaleza (cap. 2).
- ✓ Compreender os fatores que favoreceram a estruturação e a consolidação do mercado de confecção da metrópole Fortaleza (cap. 3).

- Como esse mercado se organiza diante de contexto marcado por dinâmicas e configurações metropolitanas?
 - ✓ Analisar a dinâmica do mercado de confecções e sua organização no espaço metropolitano de Fortaleza, identificando os espaços de expansão (cap. 4).
- Quais especificidades caracterizam a dinâmica do mercado analisado no atual contexto de globalização?
 - ✓ Discutir as especificidades desenvolvidas no mercado de confecções de Fortaleza pelos agentes que fazem parte do circuito superior, do circuito superior marginal e do circuito inferior (cap. 5).
 - ✓ Apreender o caráter das relações internacionais que o mercado de confecções de Fortaleza desenvolveu.

Assim, ampliamos nossa análise no sentido de entender a dinâmica do mercado de confecções que se estruturou na metrópole Fortaleza no contexto espacial do Nordeste cujos polos confeccionistas mais tradicionais são interioranos. Isso posto, salientamos que, analisado em escala local, esse fenômeno nos permite entendê-lo em amplitude tanto no espaço como nas relações que desenvolve.

A delimitação espacial da pesquisa engloba a Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), tendo em vista não ser mais possível entender as dinâmicas socioespaciais dessa cidade fora do contexto metropolitano, pois é principalmente na metrópole que estão a maior parte dos locais de produção de confecção popular e os principais pontos de escoamento do que é produzido². Já a delimitação temporal da

² Ressaltamos que a produção e o comércio de confecções não se limitam apenas à RMF, estando presentes também no interior do estado, principalmente em circuitos de feiras ligados inclusive ao principal local de escoamento na metrópole. Amora e Gonçalves (2014) identificaram um circuito de feiras e confecção composto pelas cidades Aprazível, em Sobral, São Benedito, Ipu e Distrito Deserto, em Itapipoca. Esse circuito é articulado com a Feira da Sé, no centro de Fortaleza, confirmando assim, a participação do interior do estado na atual consolidação do mercado de confecção do Ceará.

investigação corresponde ao período a partir do início da década de 2000 até os dias presentes, intervalo de tempo relevante no entendimento dos processos analisados.

Dessa maneira, o estudo da temática apresentada torna-se relevante, pois permite discutir a importância e a renovação de uma teoria geográfica que abrange a relação espacial da economia e da urbanização. Também proporciona a análise do papel e das estratégias desenvolvidas pelos agentes dos circuitos econômicos em seu processo de produção e reprodução social e espacial, bem como o entendimento das repercussões das dinâmicas, como, por exemplo, fluxos de mercadorias, pessoas e informações, desenvolvidas sobre o espaço da metrópole Fortaleza em razão da constituição e da organização do mercado de confecção popular.

A dinâmica que a temática desenvolve impacta significativamente na cidade tendo em vista gerar territórios e conflitos entre trabalhadores e poder público, modificar intensamente os locais onde se inserem, gerar trabalho e expressivos montantes, atraindo a atenção de vários setores sociais (poder público, pesquisadores, imprensa, trabalhadores, empresários, entre outros). Assim, esta pesquisa torna-se importante para a Geografia e a sociedade.

Para a construção da tese, embasamos nossas análises na teoria dos circuitos da economia urbana, elaborada por Milton Santos na década de 1970. “Trata-se de uma teoria do desenvolvimento econômico em sua dimensão espacial” (SANTOS, 2008, p.22) que aborda a realidade dos países ditos subdesenvolvidos, proporcionando-nos, dessa forma, potencial analítico para realizar nosso trabalho.

Salientamos que outras teorias tentam interpretar a urbanização e a economia urbana de países subdesenvolvidos, contudo Milton Santos aponta que as pesquisas feitas já em meados do século XX apresentavam baixo poder explicativo, “muitas vezes sustentadas em comparações entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos, e a ausência de conhecimento efetivo sobre os processos específicos do Terceiro Mundo” (MONTENEGRO, 2012, p. 150).

Além disso, outras teorias que abordaram essa temática não deram a devida importância ao desdobramento das dinâmicas econômicas sobre o espaço urbano, apresentando também caráter dualista, como, por exemplo, a teoria que desenvolveu análise a partir dos setores formal e informal da economia, a qual ganhou

destaque e ampla utilização principalmente de órgãos governamentais. Dessa forma, Milton Santos (2008, p. 39) apresenta que a teoria dos circuitos econômicos

[...] se propõe justamente a romper com o paradigma dicotômico da oposição entre moderno e tradicional, capitalista e não-capitalista, assim como da consideração exclusiva do aspecto da produção, que não leva em conta as esferas da distribuição, do consumo e do emprego.

Diante do que foi apresentado, a teoria dos circuitos da economia urbana, que amplia inclusive sua análise para além da produção abarcando aspectos importantes como distribuição e consumo, nos possibilita desenvolver uma investigação que busca apreender a realidade socioeconômica do espaço urbano da metrópole que estudamos.

Desse modo, devemos considerar também que Milton Santos, ao abordar a urbanização nos países ditos subdesenvolvidos, enfatiza que esse processo veio acompanhado de um processo de metropolização.

Nesse contexto, nas metrópoles desses países, o processo de modernização ocorre de forma desigual, pois juntamente com essa modernização ocorre a expansão da pobreza, ou seja, “a modernização de atividades é simultânea à expansão de formas econômicas menos modernas que abrigam uma parcela da pobreza urbana, permitindo a existência de um setor econômico diferenciado do setor do grande capital” (LEITE, 2011, p. 79). Portanto, ambos os processos acima mencionados marcam de forma significativa o desenvolvimento socioeconômico no espaço das metrópoles dos países pobres.

Por conseguinte, as forças de modernização são extremamente seletivas em suas formas e em seus efeitos. Segundo Milton Santos (2001), essa seletividade do espaço em níveis econômico e social seria a chave de elaboração de uma teoria espacial. Portanto, “criam-se dois circuitos econômicos, responsáveis não só pelo processo econômico, mas também pelo processo de organização espacial” (SANTOS, 2001, p. 126).

A economia urbana deve ser estudada, pois, como um sistema único composto de dois subsistemas, o circuito superior e o circuito inferior, os quais

coexistem no espaço e são complementares, mas o circuito inferior apresenta uma subordinação em relação ao superior. Ambos os circuitos são produtos do processo de modernização, são interligados e possuem o mesmo conjunto de causas. Dessa forma, o circuito superior caracteriza-se por atividades modernas, utiliza-se de tecnologia importada e de alto nível – uma tecnologia de “capital intensivo”, de organização burocrática, em que os preços em geral são fixos e a relação com a clientela é impessoal.

Esse circuito superior é constituído por bancos, comércio de exportação e importação, indústria urbana, comércio e serviços modernos, bem como por comércio atacadista e transportes. Lembramos que esse circuito divide-se em duas formas de organização. Uma é o circuito superior propriamente dito, e a outra é o circuito superior marginal, constituído de formas de produção menos modernas do ponto de vista tecnológico e organizacional, podendo ser o resultado da sobrevivência de formas menos modernas de organização ou a resposta a uma demanda incapaz de suscitar atividades totalmente modernas.

Por outro lado, o circuito inferior caracteriza-se por atividades não modernas, em que a tecnologia é de “trabalho intensivo”, frequentemente local ou localmente adaptada ou recriada, e os preços são submetidos à discussão. Nele, a relação com o consumidor é direta e personalizada. O capital utilizado é reduzido tendo um caráter não burocrático.

Destacamos que embora a teoria dos circuitos tenha sido desenvolvida em meados do século XX, ela permanece extremamente atual no entendimento dos processos socioeconômicos dos espaços dos países pobres, pois pesquisadores vêm desenvolvendo importantes trabalhos que abordam a renovação da teoria.

Destarte, para efetivar a estruturação da tese, traçamos algumas etapas, considerando que os processos relacionados ao nosso objeto de estudo, em que o circuito inferior predomina, apresenta constantes transformações e adaptações. Além disso, deparamo-nos com insuficiência, imprecisão ou ausência de dados que nos auxiliassem no avanço da pesquisa, tomando a consciência de que “cabe, então, ao próprio pesquisador atenuar tais deficiências fazendo as pesquisas necessárias no campo” (MILTON SANTOS, 2008, p.130).

Optamos, conseqüentemente, pela pesquisa qualitativa, na qual aplicamos estratégias de investigação como coleta e análise de dados adaptados ao contexto social, espacial e econômico em que nosso objeto de estudo se insere, o que nos permitiu aprofundar na compreensão das dinâmicas desenvolvidas. A intenção não é dar conta da totalidade dos fenômenos ocorridos ou colocar a pesquisa como verdade única, mas sim compreender ao máximo a realidade estudada.

Destarte, segundo Ribeiro (2008, p. 132), a abordagem qualitativa apresenta-se “como uma tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentada pela realidade em investigação, em lugar da produção meramente quantitativa de características e comportamentos”. Assim, consideramos essa abordagem pertinente à pesquisa que realizamos.

As etapas da pesquisa não foram realizadas isoladamente, mas feitas em conjunto, de acordo com o seu desenvolvimento. Dessa forma, a revisão bibliográfica nos auxiliou na construção do arcabouço teórico necessário, de forma que trabalhos científicos como teses, dissertações, artigos e livros foram importantes no decorrer da investigação. Nesse sentido, foi dada ênfase a algumas temáticas, entre outras: teoria dos circuitos da economia urbana; produção do espaço urbano e metropolização; redes territoriais; crédito, comércio e consumo; feiras.

Assim, algumas das referências mais relevantes que nos auxiliaram no entendimento dos processos de urbanização, constituição e características da metrópole Fortaleza são os autores Costa (1988, 2007, 2009), Souza (2006, 2009), Silva (1992, 2006, 2007, 2009) e Dantas (1995, 2005, 2008, 2009). Em relação ao entendimento, aprofundamento e conhecimento da renovação da teoria dos circuitos econômicos, nos embasamos nos trabalhos de Santos (2008, 2011, 2013), Silveira (2004, 2007, 2009, 2011, 2015), Montenegro (2006, 2009, 2011, 2012), Holanda (2007), Marlon Santos (2014, 2017) e Silva (2013), entre outros.

Comércio e consumo foram temas importantes na construção do nosso trabalho. Partimos de uma perspectiva que vai ao encontro do pensamento de Carlos Silva (2014), na qual entendemos o comércio como parte do processo de produção e reprodução espacial e das condições de relação de produção. Nesse sentido, o comércio é um meio pelo qual podemos investigar as transformações socioespaciais

engendradas no atual processo de globalização. O citado autor assim complementa seu pensamento:

Os espaços comerciais e de consumo apresentam ao pesquisador múltiplas possibilidades de leituras, porque as formas comerciais permitem a reprodução de relações específicas que são produzidas em determinados momentos da história na medida em que novas sociabilidades, novos padrões de consumo, novos modos de vida e de estrutura social vão se impondo. É, portanto, válido afirmar que as formas comerciais e de consumo dialogam com as demais formas do processo de reprodução do espaço geográfico, enquanto processo maior de produção da vida humana. Por esta razão, é interessante destacá-las como elementos para o estudo do espaço geográfico (SILVA, C. H. C., 2014, p. 150-151).

Assim, os elementos acima mencionados são relevantes no entendimento do nosso objeto de estudo, ampliando nossas possibilidades de análise e permitindo-nos correlacioná-los a outras temáticas na tentativa de apreender a totalidade dos processos que levem à compreensão do específico. Além dos autores acima mencionados, fazem parte do referencial teórico da pesquisa os trabalhos de Vargas (2012), Cleps (2004), Salgueiro e Cachinho (1994, 2009, 2016), Carreras e Pacheco (2009).

Outra etapa que contribuiu na construção da pesquisa foi a busca por informações sobre o nosso objeto de estudo nos principais jornais locais (*Diário do Nordeste, O Povo, Tribuna do Ceará*). Neles acompanhamos, por exemplo, os conflitos entre os trabalhadores e o poder público e as notícias sobre os impactos econômicos e espaciais do comércio de confecções em Fortaleza. As notícias mais antigas foram coletadas na hemeroteca do banco de dados da plataforma Metrowiki, construída pelo grupo de pesquisa do Observatório das Metrôpoles – Núcleo Fortaleza, e no Lapur. As notícias mais recentes foram coletadas a partir de pesquisas diárias nos sites dos referidos jornais. Salientamos que o material coletado também irá alimentar a hemeroteca do Metrowiki.

Além dos jornais, blogs de notícias e perfis nas redes sociais, foram de extrema importância os programas Google Maps, Google Street View e Google Earth na coleta de informações, no entendimento da atuação dos trabalhadores diante da possibilidade de divulgar de forma mais ampla, por exemplo, a mercadoria que produzem, ofertas de trabalho, a venda de box ou de maquinário. O uso desses

programas foi importante na identificação e espacialização da expansão dos centros comerciais de confecções na área do polo da José Avelino.

As etapas mencionadas acima antecederam os trabalhos de campo e fizeram parte da organização deles. Visaram a coleta de dados, as observações, os registros fotográficos e a realização de entrevistas. Os trabalhos de campo foram realizados no estado de Pernambuco, na região metropolitana de Fortaleza, principais locais de comércio de confecção popular da capital cearense, em sindicatos e no aeroporto de Fortaleza.

Em Pernambuco, o foco concentrou-se em alguns dos principais polos confeccionistas do Brasil, as cidades interioranas Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Essa parte da pesquisa foi de extrema importância para que pudéssemos entender a organização do comércio de confecções em um espaço não metropolitano e traçar comparativos, compreender as etapas da cadeia produtiva confeccionista bem como dialogar com representantes das prefeituras e administradores dos principais locais desse comércio.

Os trabalhos de campo na RMF ocorreram nos municípios de Maracanaú, Caucaia e Cascavel. Maracanaú foi escolhido porque o governo municipal em 2011 apresentou projeto com equipamento bem estruturado para receber os trabalhadores da Feira da Sé, embora tenhamos constatado que o projeto não prosperou e que no local existe atualmente um *shopping*. No município de Cascavel, na feira da cidade, averiguamos a importância da confecção, grande parte produzida no próprio município e a maior parte vinda de fábricas da capital. O público atendido pela feira é formado pelos moradores do próprio município e de seus distritos bem como dos municípios vizinhos. Dessa forma, não tratamos esse município na pesquisa, tendo em vista ser sua dinâmica diferenciada por atender um público local. Já o município metropolitano de Caucaia foi incluído na pesquisa como área de expansão de comércio de confecções na metrópole cearense porque identificamos no local um espaço organizado para venda de confecções para sacoleiras de outras regiões do país, tendo forte relação com os principais locais de escoamento em Fortaleza.

Em Fortaleza, os trabalhos de campo foram realizados nos principais locais de comércio de confecções popular como: Beco da Poeira, Polo de Confecções da José Avelino e Centro Fashion Fortaleza. Nesses momentos conseguimos reaver

informações e obter novos elementos, que nos levaram a realizar as seguintes ações: decifrar a reorganização do mercado de confecções estudado, como, por exemplo, a expansão dos centros comerciais de confecções; detectar a atuação das transportadoras; identificar e distinguir as atuais estratégias desenvolvidas pelos agentes tanto do circuito inferior como do superior marginal e do superior propriamente dito.

Estivemos também em importantes centros comerciais de confecção típicos do circuito superior, como o Maraponga Mart Moda e o Ceará Moda Shopping, que comercializam no atacado e atendem um público de sacoleiras de todo o país. Observamos que esses locais muitas vezes também são frequentados pelas sacoleiras que vão aos centros comerciais de confecção popular, ou seja, as sacoleiras circulam em equipamentos dos dois circuitos econômicos. O aeroporto internacional Pinto Martins em Fortaleza também fez parte dos nossos trabalhos de campo. Tentamos sem êxito registrar a presença das sacoleiras do Cabo Verde. Além disso, no sentido de coletar dados, também fomos ao estande da empresa aérea TACV, que faz linha entre Fortaleza e Cabo Verde, mas infelizmente os dados não foram cedidos pelo estabelecimento. Porém, através de entrevista com o gerente comercial da empresa, pudemos atender a maior parte do nosso propósito.

Assim, enfatizamos a dificuldade em ter acesso a informações nos órgãos públicos que visitamos. Constatamos também a ausência de dados, por exemplo, nos municípios pernambucanos visitados e nos sindicatos. Em alguns órgãos públicos de Fortaleza, como a Secretaria Regional do Centro (Secefor), não houve atualizações de dados, tendo em vista a reorganização realizada pela prefeitura, de forma que utilizamos informações disponíveis em pesquisas anteriores.

Por conseguinte, suprimos a necessidade de algumas informações através da execução de entrevistas, combinando observações, registro de imagens e entrevistas, o que viabilizou as ações de decifrar e interpretar os processos necessários para o desenvolvimento da pesquisa. Para Cruz Neto (1994), a entrevista é uma técnica que serve como um meio de coleta de informações sobre um determinado tema científico. Através desse procedimento, podemos obter dados objetivos e subjetivos. Nesse sentido, trabalhamos com entrevistas semiestruturadas, em que se articulam entrevistas abertas com perguntas previamente formuladas.

Assim, os procedimentos utilizados nas entrevistas foram: identificar as questões a serem solucionadas; selecionar os agentes relevantes a serem entrevistados; assinalar os objetivos a serem alcançados; construir um roteiro a ser utilizado nas entrevistas³.

Dessa forma, as entrevistas foram feitas com os seguintes agentes:

- Comerciantes.
- Presidente da associação do Polo José Avelino.
- Gerente comercial da TACV.
- Presidente do Sindicato dos Corretores de Moda (Sincom).
- Gerente do Ceará Moda Shopping Atacadista.
- Presidente do Sindicato de Confecções (SindConfecções).

Considerando que a pesquisa qualitativa não exclui a possibilidade de trabalhar uma abordagem quantitativa, contamos, também, com dados fornecidos por órgãos da Prefeitura Municipal de Fortaleza (PMF) – Secefor e Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE) –, adquiridos em pesquisas anteriores e complementados por nós em vista de sua insuficiência. Utilizamos, ainda, dados secundários coletados em jornais e sites.

Por último e não menos importantes foram os colóquios de orientação realizados ao longo de todo o desenvolvimento da pesquisa em conjunto com o grupo de pesquisadores coordenados por nosso orientador, que geraram debates ricos sobre os temas estudados, a evolução dos trabalhos, as bibliografias pertinentes, e propiciaram a troca de proveitosas informações para a construção da pesquisa.

O presente trabalho está estruturado em seis capítulos interligados para explicar o fenômeno estudado. O primeiro capítulo é composto pela “Introdução”, na qual apresentamos o objeto de estudo, as questões norteadoras, o embasamento teórico utilizado bem como as etapas metodológicas que possibilitaram a construção da tese.

No capítulo 2, intitulado “Circuitos da Economia Urbana e o Comércio de Confecção”, levantamos uma discussão a respeito da teoria em que nos

³ Os roteiros utilizados nas entrevistas encontram-se nos anexos deste trabalho.

fundamentamos, apresentando sua relevância no entendimento da realidade social, econômica e espacial dos países subdesenvolvidos bem como das dinâmicas e processos que marcam a estruturação e a consolidação do mercado de confecção de Fortaleza. Aqui, foi importante discutir a renovação da teoria, que, no atual processo de globalização, permite tecer interpretações da realidade. Abordamos também a expansão do crédito e do consumo no circuito inferior, atentando para a difusão da financeirização e as implicações no mercado de confecção analisado.

O crédito juntamente com a informação são variáveis-chave no entendimento da economia urbana nos países não desenvolvidos. Nessa perspectiva, foi relevante apresentar, neste capítulo 2, o Banco Palmas e o crédito popular como estratégias desenvolvidas pelos agentes do circuito inferior da economia no sentido de atender a população pobre que não tem acesso ao crédito nas instituições tradicionais, como bancos públicos e privados.

Nesse contexto, compreender a difusão das variáveis acima citadas e suas consequências no “comércio e consumo do circuito inferior da economia urbana” complementa nossa análise no entendimento do mercado estudado, que passa a se destacar como um nó na rede da produção e do comércio de confecção. Assim, tratamos do “circuito inferior de venda de confecção e as redes técnicas e de informação”, para compreender como funcionam os fluxos de pessoas, mercadorias e informações e distinguir quais os fatores que condicionam e movimentam a dinâmica regional e internacional desse mercado.

No terceiro capítulo, denominado “A Organização do Mercado Metropolitano de Confecção em Fortaleza”, expomos a estruturação e a consolidação do mercado analisado. No Nordeste brasileiro (Pernambuco, Paraíba e Ceará), despontaram importantes polos confeccionistas, os quais tradicionalmente se desenvolveram no interior, como nas cidades Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, Caruaru no Agreste Pernambucano e Campina Grande na Paraíba. O polo confeccionista cearense, ao contrário dos outros dois, estruturou-se e vem ampliando-se, ao longo das últimas duas décadas, no espaço metropolitano da capital Fortaleza⁴.

⁴ A RMF foi criada em 1973 de forma compulsória, antes mesmo de sua estruturação socioespacial, da concretização do processo de metropolização (DANTAS e SILVA, 2009).

O mercado metropolitano de confecção de Fortaleza articula principalmente produção e venda de confecções populares. Fortaleceu-se nas últimas décadas, passando a abranger um raio de atuação que ultrapassa os limites da metrópole alcançando outros municípios cearenses e abarcando estados de quase todas as regiões do país⁵, e desenvolvendo também um caráter internacional.

Nesse panorama, esse mercado transformou Fortaleza em importante nó na rede de produção e comércio de confecção do Brasil, destacando-se, no contexto da globalização, as redes técnicas. Segundo Pereira (2015), “o aumento do consumo promove a ampliação do comércio, da produção e da circulação de bens e de serviços, demandando uma melhor infraestrutura das redes técnicas”, ou seja, essas redes são imprescindíveis na movimentação e na permanência dos mercados. O citado autor ainda complementa:

As condições físicas adequadas e a eficiência dessas redes, articuladas à oferta dos serviços especializados de transportes e de comunicações/informações, promovem os fluxos no espaço geográfico por meio da circulação de mercadorias (PEREIRA, 2015, p. 3).

Assim, considerando a intensa movimentação produzida pela atividade analisada, e segundo dados da PMF, um grande contingente de sacoleiras, proveniente principalmente das regiões Norte (Belém, Manaus), Nordeste (Teresina, São Luís, Natal, João Pessoa, Maceió, Recife, Salvador), Centro-Oeste (Brasília), Sudeste (São Paulo), se desloca para consumir a confecção produzida na metrópole cearense. Registramos também a presença de sacoleiras de cidades do interior das capitais apresentadas, como em Imperatriz no Maranhão, para exemplificar. Nesse contexto, a dinâmica desenvolvida no espaço urbano da capital se dá através de diversas ações de seus agentes, que movimentam vários setores econômicos, como, por exemplo, hotelaria e restaurantes.

Salientamos também a importância da sulanca (tipo de helanca vinda do Sul), usada originalmente no interior de Pernambuco e chegou a outros estados do

⁵ Segundo dados obtidos na PMF em pesquisa anterior, não foi registrada a presença de sacoleiras da região Sul do país.

Norte e Nordeste do país, incluindo o Ceará. Também foram apresentadas nesse capítulo as formas de organização desse mercado como sua disposição em fluxos e em fixos, ou seja, em feiras livres dedicadas principalmente à venda de confecção e em centros comerciais, respectivamente.

No capítulo 4, “Fortaleza: a Metrópole da Confecção”, discorreremos sobre a constituição da metrópole cearense quanto aos municípios participantes e suas principais dinâmicas socioeconômicas. Abordamos a relação da capital com as demais cidades da região bem como as características urbanas existentes.

Segundo Pequeno (2015), baseado em dados do censo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE 2010), a RMF é a oitava maior aglomeração urbana do Brasil, somando uma população de 3,6 milhões de habitantes. Desse montante, 70% vive na capital cearense, representando também 40% da população de todo o estado do Ceará. Assim, evidencia-se em Fortaleza a condição de macrocefalia urbana, “resultado de sua histórica condição como ponto de convergência de fluxos migratórios e foco de concentração de investimentos voltados para a implantação de infraestruturas e de serviços urbanos” (PEQUENO, 2015, p. 20).

Segundo Silva e Dantas (2009, p. 28), essa centralidade exercida por Fortaleza é reforçada pelo seu original sistema viário radiocêntrico, que “mantém forte influência na distribuição da população e dos principais núcleos de prestação de serviços”. Destacamos que mais da metade dessa expressiva população da RMF encontra-se ocupada no chamado “setor informal”⁶ da economia. Segundo pesquisa do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE-2014), divulgada pelo jornal *O Povo*, a RMF apresenta o maior índice de informalidade de seis regiões pesquisadas, tendo 42,4% de sua população inserida em atividades ditas “informais”.

Se considerarmos apenas a capital Fortaleza, o número de pessoas inseridas no setor informal atinge mais da metade da população, 52,55% em 2010,

⁶ Entendemos que toda atividade dita informal faz parte do circuito inferior, no entanto nem toda atividade do circuito inferior pode ser considerada informal, tendo em vista que muitas atividades desse circuito são formalizadas, contudo apresentam características típicas desse circuito, como, por exemplo, reduzido capital, mão de obra familiar, entre outras.

segundo dados do Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT). Nesse contexto, lembramos que considerável parcela da população metropolitana de Fortaleza está inserida na produção e comercialização de confecções populares. Marlon Santos (2014, p. 56), ao apresentar análise sobre a importância da produção confeccionista no Ceará, esclarece como se dá a sua espacialidade:

O Ceará, Fortaleza e a RMF concentram uma produção relevante de confeccionados. Cerca de 76% dessas indústrias estão na Região Metropolitana, principalmente nos municípios de Maranguape, Maracanaú e Pacatuba, enquanto a RMF e Fortaleza detêm quase 90% dessas unidades confeccionistas (MELO, 2000). Assim, a capital cearense concentra a maior produção de vestuário no estado.

No Ceará, assim como em outros estados nordestinos que se destacam no setor confeccionista, considerável parcela dessa produção é realizada em pequenas unidades produtivas, confecções ou facções, geralmente implantadas nas casas dos pequenos produtores, das costureiras e com grande participação de mão de obra familiar. Nesse capítulo 4 também discutimos o papel do centro de Fortaleza no comando do comércio de confecção da metrópole, destacando a consolidação, os conflitos, a reorganização e a expansão espacial dos centros comerciais de confecção.

A importância do polo confeccionista da José Avelino também foi analisada tendo em vista a relevância que vem adquirindo na economia urbana da cidade. Segundo reportagem vinculada no ano de 2015 pelo jornal local *Diário do Nordeste*, só a área que corresponde à Feira da Sé, também conhecida como Feira da Rua José Avelino, gera mais de 100 mil empregos diretos na venda e produção de roupas. Acerca das sacoleiras, a reportagem informa que “por baixo, esses compradores deixem mais de R\$ 70 milhões por mês na Capital, considerando apenas as feiras da madrugada” (*DIÁRIO DO NORDESTE*, 2015).

Desse modo, salientamos que no espaço da metrópole no qual esse mercado se desenvolveu a divisão do trabalho é intensa, além de esse espaço ser fragmentado, articulado e heterogêneo. Nesse contexto, a produção e a reprodução da sociedade são marcadas no espaço pelo desdobramento de circuitos econômicos.

No capítulo 5, “A Metrópole da Confecção e suas Singularidades”, analisamos a ampliação do circuito superior marginal no mercado confeccionista de Fortaleza, apresentamos as novas estratégias utilizadas na consolidação desse mercado, bem como expomos uma breve análise do caráter internacional desenvolvido, no qual destaca-se a presença das “rabidantes”, sacoleiras advindas do país africano Cabo Verde. Abordamos também a presença de transportadoras, que, além de trazerem novas possibilidades de comercialização, ratificam Fortaleza como nó na rede de comércio e produção de confecções.

No capítulo seguinte apresentamos as conclusões das análises que fizemos, e em seguida listamos as referências bibliográficas e os anexos.

2 CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA E O COMÉRCIO DE CONFECÇÃO.

2.1 A relevância da teoria dos circuitos da economia urbana no entendimento do mercado de confecção de Fortaleza

A organização urbana metropolitana destaca-se no atual período de globalização. As metrópoles, nesse contexto de maior complexidade, apresentam fragmentação e desigualdades reflexos da produção e reprodução tanto dos agentes hegemônicos como dos pobres, ou seja, as metrópoles “contêm diferentes divisões do trabalho que coexistem e que por sua vez estabelecem relações diferenciadas com seu meio construído” (MONTENEGRO, 2011, p. 10).

Assim, é nas grandes cidades que se vislumbram concomitantemente na paisagem o desenvolvimento da modernidade e a multiplicação da pobreza, “uma pobreza da globalização”, que contribui para a complexidade da dinâmica metropolitana. A dinâmica da globalização⁷ não apaga o passado, mas modifica seu significado e agrega a ele novas variáveis que contribuem para promover outras desigualdades (SILVEIRA, 2009).

Nesse sentido, “com a globalização, amplia-se a variedade de capitais e, portanto, de tipos de trabalhos na metrópole e por isso aumenta ainda mais a atratividade que esta exerce sobre os pobres” (MONTENEGRO, 2011, p. 164). Assim, segundo a autora, no Brasil, a partir da década de 1980, ocorreu o agravamento da pobreza nas áreas urbanas e metropolitanas⁸, fenômeno ligado às migrações campo-cidade e também à precarização do mercado de trabalho. Esse fenômeno também marca a configuração socioespacial dos países pobres através da forma como a economia se desenvolve neles, de forma desigual e combinada.

⁷ SANTOS, Milton (2014) afirma que a base da globalização e das transformações contemporâneas do espaço geográfico engloba três unicidades: a unicidade técnica, a unicidade do tempo e a unicidade do motor da vida econômica e social.

⁸ A criação do plano real na década de 1990 não alterou a desigualdade na distribuição de renda do país.

Segundo Silveira (2009 p. 440), “las producciones con bajos grados de capital, tecnología y organización – a menudo denominadas no modernas – encuentran abrigo en las grandes manchas metropolitanas, constituyendo una fuerza de concentración⁹. Ou seja, verifica-se a propagação de atividades que se caracterizam por pouco investimento de capital e baixa produtividade, desenvolvidas no sentido de garantir a sobrevivência de grandes contingentes da população metropolitana. Nessa perspectiva, Montenegro (2011, p. 32) discorre:

O fato de a maior parte das ocupações nas metrópoles brasileiras ser gerada atualmente em atividades de “baixa” produtividade, sobretudo em micro e pequenas empresas de baixa capitalização, nos aponta a capacidade do circuito inferior em se renovar e se expandir no período atual. O circuito inferior vem se consolidando enquanto abrigo e fornecedor de renda para grande parte da população, ao mesmo passo em que se afirma como uma manifestação da pobreza estrutural no país.

Dessa forma, no sentido de entender a dinâmica do mercado de confecção que se desenvolve na metrópole de Fortaleza e suas consequências sobre o espaço, nossa análise baseia-se na perspectiva da teoria dos dois circuitos da economia urbana de Milton Santos (2008): o circuito superior e o circuito inferior, tendo o autor proposto um terceiro circuito, o superior marginal, com características comuns aos dois primeiros. Consideramos que esse aporte teórico proporciona o entendimento da complexidade da cidade, permitindo, assim, traçar análises do espaço urbano com foco na economia.

A economia urbana é composta por dois circuitos econômicos distintos, fruto do atual processo de modernização, um de forma mais direta (circuito superior) e o outro mais indireta (circuito inferior). As implicações da economia urbana no espaço se dá de modo a compreender os dois circuitos funcionando em conjunto, até porque não se trata aqui de uma análise dualista, como bem expôs Santos, muito menos versa sobre sistemas fechados em suas próprias dinâmicas, isolados,

⁹ As produções com baixos níveis de capital, tecnologia e organização – muitas vezes chamadas de não modernas – encontram abrigo em grandes manchas metropolitanas, constituindo uma força de concentração (tradução nossa).

impermeáveis entre si, mas, [...] ao contrário, estão [os circuitos] em interação permanente.

De um lado, a própria existência de uma classe média impede de se falar em circuitos fechados. Seu consumo dirige-se a um ou outro circuito com frequências variáveis. De outro lado, o funcionamento de cada circuito compreende uma articulação interna ou horizontal, com diferentes graus de integração, e uma articulação vertical que se realiza pela comunicação entre atividades dos dois circuitos (SANTOS, Milton 2008). Além disso, a existência do circuito superior marginal também permite a circulação entre os circuitos, pois o mesmo funciona como uma conexão entre eles, podendo representar a ascensão do circuito inferior para o superior marginal ou o declínio do circuito superior para o superior marginal. Esse “terceiro” circuito, portanto, agrega características de ambos os circuitos da economia urbana.

Nessa perspectiva, consideramos a cidade como um conjunto contraditório de solidariedade e contradições e que pode ser entendida admitindo-se a coexistência de divisões territoriais do trabalho (SILVEIRA, 2004). Nesse sentido, Silveira esclarece, sobre a cidade:

No es sólo el reino de las grandes corporaciones y de los grandes bancos, el reino del circuito superior, sino también el lugar del trabajo no especializado, de las producciones y servicios más comunes, de las acciones vinculadas a los consumos populares – aquellas necesidades creadas por nuestro tiempo pero cuya respuesta no es dada a todos por la economía hegemónica (SILVEIRA, 2004, p. 2)¹⁰.

Montenegro (2011) complementa esse pensamento ao abordar o circuito inferior da economia e sua relação com a divisão do trabalho, salientando o seguinte:

Haveria, assim, um processo de transformação e renovação de uma divisão do trabalho endógena à cidade, na medida em que o circuito inferior aumenta sua capacidade de abrigar cada vez mais pessoas. A situação de precariedade na qual vive a maior parcela da população das grandes cidades dos países pobres leva à criação e à reprodução constante dessa divisão do trabalho composta por “(...) uma variedade infinita de ofícios, uma

¹⁰ Não é apenas o domínio das grandes corporações e grandes bancos, o domínio do circuito superior, mas também é o local de trabalho não qualificado, das produções e serviços comuns, das ações ligadas ao consumo popular – aquelas necessidades criadas pelo nosso tempo, mas cuja resposta não é dada a todos pela economia hegemônica (tradução nossa)

multiplicidade de combinações em movimento permanente, dotadas de grande capacidade de adaptação, e sustentadas no seu próprio meio geográfico [...]” (MONTENEGRO, 2011, p. 13).

Ou seja, na cidade sucede o desdobramento de dois circuitos econômicos, um marcado pelo poder hegemônico e outro marcado pela resistência e sobrevivência da população pobre. Como esclarece Montenegro (2006, p. 12), “a cidade não pode ser confundida ou identificada com uma única área de mercado onde se realiza o trabalho mais moderno”, pois isso simplificaria sua dinâmica, e ela é muito mais complexa, é o local de produção e reprodução social, “é composta, em realidade, por áreas de mercado distintas para os diferentes circuitos de produção e circulação que nela coexistem” (Montenegro, 2006, p.12).

Assim, as metrópoles emergem como a sede de comando das atividades modernas e ao mesmo tempo como principal cenário de atividades de aglomeração, associadas ao circuito superior marginal e ao circuito inferior (SILVEIRA, 2004).

Ressaltamos que o Brasil se insere ao mesmo tempo na conjuntura da globalização e da lógica de metropolização, “e por isso a explosão do circuito inferior é concomitante com a enorme expansão urbana, muitas vezes com base em um processo de urbanização sem industrialização¹¹” (SILVEIRA, 2004, p. 8, tradução nossa) Destarte, a autora acima citada esclarece que,

El extraordinario crecimiento del medio construido urbano en el período de la globalización tiene relación directa con la expansión de los circuitos de la economía urbana. El circuito superior es productor y usuario de los macrosistemas técnicos, lo cual obliga una expansión artificial de la ciudad, pues la cooperación que completa su división territorial del trabajo se hace a grandes distancias y rápidas velocidades. El circuito inferior es expulsado para áreas menos valorizadas, pero esa nueva configuración de la ciudad le resulta también un abrigo (SILVEIRA, 2009, p. 451)¹².

¹¹ “...y por eso la explosión del circuito inferior es concomitante con la enorme expansión urbana, tantas veces en la base de un proceso de urbanización sin industrialización” (SILVEIRA, 2004, p. 8)

¹² O crescimento extraordinário do ambiente urbano construído no período da globalização está diretamente relacionado com a expansão dos circuitos da economia urbana. O circuito superior é produtor e usuário dos macrosistemas técnicos, que exige uma expansão artificial da cidade, pois a cooperação que completa sua divisão territorial do trabalho é feita através de longas distâncias e velocidades mais rápidas. O circuito inferior é expulso para áreas menos valorizadas, mas esta nova configuração da cidade lhe resulta também um abrigo (tradução nossa).

Nesse sentido, ao analisar as metrópoles, não podemos negligenciar a presença massiva do circuito inferior da economia urbana, até porque a metrópole em sua complexidade não é constituída apenas pelos setores hegemônicos, “mas também por um circuito inferior, que não é um obstáculo à modernização, mas o seu resultado, e até mesmo por um circuito superior marginal, nascido principalmente com base na relevância que adquire a circulação”¹³ (SILVEIRA, 2004, p. 9, tradução nossa)

Nessa perspectiva de análise, Silveira (2004) expressa que quanto maior a população de uma cidade, maior e mais segmentado é seu mercado, e também bastante fragmentado, levando à percepção de áreas de diversidades e áreas de especializações.

Nas áreas de diversidades, o trabalho se especializa e se divide em múltiplos circuitos espaciais de produção. A área de mercado é o bairro ou a cidade, áreas de grande circulação nas quais diferentes circuitos se inter cruzam – principalmente os circuitos inferior e superior marginal – criando um mercado segmentado, de densa divisão territorial do trabalho. São áreas evidentes em grandes centros urbanos, não sendo exclusividade das metrópoles. A autora cita como exemplo os próprios centros urbanos.

Já nas áreas de especializações, o trabalho se especializa dentro de um mesmo circuito espacial de produção. A especialização é causa e consequência da concentração de espaços de fluxos (transporte, comunicação, finanças), verificando-se a coexistência dos circuitos da economia urbana. É uma ocorrência do fenômeno metropolitano. Como exemplo, a autora cita as economias de aglomeração como ruas especializadas na venda de certos produtos.

Nesse sentido, não podemos deixar de identificar no mercado de confecções de Fortaleza tanto áreas de especializações como de diversidades, especialmente nos principais pontos de escoamento da produção de confecção,

¹³ “...sino también por un circuito inferior, que no es un freno a la modernización sino su resultado, e incluso, por un circuito superior marginal, nacido sobre todo en función de la relevancia que adquire la circulación”. (SILVEIRA, 2004, p. 9)

como, por exemplo, o centro da capital cearense, destacando-se os territórios do Beco da Poeira e da Feira da Sé.

De acordo com Montenegro (2011), a proposta teórica dos circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos rompe com dicotomias como as oposições entre moderno e tradicional, além de romper com considerações exclusivas do aspecto da produção, que não levam em conta as esferas da distribuição, do consumo e do emprego, variáveis extremamente importantes para nossa análise.

Dessa maneira, a definição dos dois circuitos da economia urbana se dá pelo “[...] conjunto de atividades realizadas em certos contextos e pelo setor da população que se liga a ele essencialmente pela atividade e pelo consumo” (SANTOS, Milton 2008, p. 42), ou seja, cada circuito apresenta uma gama de atividades próprias a sua dinâmica, que abrange determinadas parcelas da população. Como bem reafirma Montenegro:

As atividades urbanas e a população a elas associadas são distinguidas, assim, em função dos diversos graus de tecnologia, capital e organização que utilizam. Quando estes são altos, trata-se do circuito superior, incluindo sua porção marginal; quando são baixos, trata-se do circuito inferior (MONTENEGRO, 2012, p. 154).

Contudo, Milton Santos (2008, p. 42) deixa claro que essa definição não é rígida, tendo em vista que “[...] todas as camadas da população podem consumir fora do circuito a que pertencem”, podendo ser um consumo parcial ou ocasional. Além disso, pessoas mais diretamente ligadas ao circuito inferior “[...] vendem temporariamente ou ocasionalmente sua força de trabalho no circuito superior”.

A dinâmica dos dois circuitos econômicos no espaço é revelada pelo seu comportamento, que compreende ao mesmo tempo relações de complementaridade, concorrência e subordinação (MONTENEGRO, 2011). A dependência advém do circuito inferior em relação ao circuito superior (SANTOS, Milton, 2008).

Milton Santos (2008) entende que o circuito inferior, produto da atual modernização em permanente processo de transformação e adaptação, possui em todas as cidades forte vínculo com os setores modernos da economia, tendo em vista

parte de seu abastecimento proceder direta ou indiretamente dos referidos setores. Dessa forma, o autor ratifica um aspecto importante, “[...] o da dependência do circuito inferior em relação ao superior” (SANTOS, Milton 2008, p. 39).

Além dessa relação de dependência, Milton Santos atenta também para as relações de complementaridade e concorrência entre os circuitos, ambas resumindo “[...] toda a vida do sistema urbana”:

Os dois subsistemas estão em permanente estado de equilíbrio instável. Sua complementaridade, ocasional ou durável não exclui a concorrência; a própria complementaridade não representa outra coisa senão um momento privilegiado de uma certa evolução que conduz a uma dialética dos circuitos (SANTOS, Milton, 2008, p. 261).

A respeito dessa discussão, Silveira (2015, p. 256) complementa:

A profusão de complementaridades hierárquicas entre os circuitos na metrópole e na rede urbana é um indício do fortalecimento do circuito superior e da ampliação da brecha que o separa da baixa capitalização do circuito inferior. Permanecem as interdependências entre ambos os subsistemas, mas o circuito inferior é, a cada dia, mais subordinado.

No caso do circuito espacial de produção e venda de confecção em Fortaleza, a relação entre os circuitos é apreendida desde o processo de produção, realizado em pequenas facções, geralmente instaladas na própria residência dos trabalhadores, cuja matéria-prima utilizada é obtida no comércio ou nas indústrias de tecidos.

Essa dependência do circuito inferior em relação ao superior reflete-se em outras ações, como a compra de equipamentos, por exemplo, máquinas de costura. Essas máquinas, quando não são adquiridas de segunda mão, fato característico do circuito inferior, são obtidas no comércio do circuito superior, com formas de pagamento parceladas, dinheiro de empréstimos, cartão de crédito, condições que muitas vezes levam ao endividamento dos trabalhadores. Além disso, o circuito superior avança não somente como fornecedor de matéria-prima e maquinário. Nas relações financeiras do mercado estudado, os agentes do circuito superior investem na estruturação de espaços para abrigar os trabalhadores do circuito inferior, sendo

possível com essa prática a acumulação de capital, reforçando o aspecto de complementariedade e dependência que existe entre o circuito superior e o circuito inferior da economia.

Acerca da relação entre os circuitos, Montenegro (2012, p. 155) lembra que Santos adverte que as complementariedades entre os circuitos “[...] não eliminam a concorrência e as hierarquias, sobretudo do circuito inferior que, em realidade, é dependente do circuito superior”. Dessa forma, reforça-se a importância de um posicionamento no qual a análise considere a relação entre os dois circuitos da economia urbana.

Milton Santos (2008) expõe os elementos que caracterizam cada circuito, como, por exemplo, a tecnologia, a organização, o preço, a relação com a clientela, os quais permitem identificar a distinção entre os dois circuitos.

O circuito superior utiliza-se de tecnologia importada e de alto nível, uma tecnologia de “capital intensivo”, de organização burocrática, em que os preços em geral são fixos e a relação com a clientela é impessoal. Esse circuito é constituído por bancos, comércio de exportação e importação, indústria urbana, comércio e serviços modernos, bem como comércio atacadista e transportes.

Por outro lado, no circuito inferior, a tecnologia é de “trabalho intensivo”, frequentemente local ou localmente adaptada ou recriada, em que os preços são submetidos à discussão, e a relação com o consumidor é direta e personalizada. Nesse circuito, trabalha-se com pequena quantidade de mercadorias tanto no comércio quanto na fabricação. O autor esclarece também que nessa caracterização não se podem considerar variáveis isoladas, pois

[...] é necessário considerar o conjunto dessas atividades. Mas pode-se dizer, desde já, que a diferença fundamental entre as atividades do circuito inferior e circuito superior está baseada na diferença de tecnologia e de organização (SANTOS, Milton 2008, p. 43).

Destaca-se também, que a formação dos circuitos da economia urbana é ponto crucial para o entendimento deles. Nesse sentido, Milton Santos (2008) desenvolve discussão reconhecendo a importância das modernizações no processo

de formação dos sistemas econômicos. Desse modo, cada período da história “[...] caracteriza-se por um conjunto coerente de elementos de ordem econômica social política e moral”, representando assim uma modernização, “[...] a generalização de uma inovação vinda do período anterior ou da fase imediatamente precedente”. Assim sendo, as hodiernas modernizações são

[...] criações do sistema tecnológico, são comandadas pela força da grande indústria, representadas essencialmente pelas firmas multinacionais e seu suportes, tais como as formas modernas de difusão de informação. O peso da tecnologia é esmagador [...] (SANTOS, Milton, 2008, p. 35).

Destarte, produtos do atual processo de modernização, definido por Santos como período técnico-científico-informacional, ambos os circuitos estão profundamente vinculados ao atual período de modernização, contudo de forma diferente, como esclarece o autor:

Um dos circuitos é resultado direto da modernização tecnológica. Consiste nas atividades criadas em função dos progressos tecnológicos e das pessoas que se beneficiam deles. O outro é igualmente um resultado da mesma modernização, mas um resultado indireto, que se dirige aos indivíduos que só se beneficiam parcialmente ou não se beneficiam dos progressos técnicos recentes e das atividades a eles ligadas (SANTOS, Milton, 2008, p. 38).

As modernizações tecnológicas geram “disparidades sociais e econômicas crescentes” tendo em vista a maior parte de investimentos públicos beneficiar as classes de maior poder aquisitivo, de tal modo que “[...] a carga mais pesada da modernização é suportada pelos pobres”, que são a parcela da população integrante do circuito inferior da economia urbana.

Dessa forma, “se, por um lado, há o crescimento da produtividade e da acumulação de riqueza no circuito superior com a globalização, por outro, acelera-se a produção de pobreza” (MONTENEGRO, 2011, p. 29). Tal fato suscitará importantes consequências sobre o espaço, como a multiplicação de atividades de baixa produtividade e capitalização, característica do circuito inferior.

Nesse sentido, considerando a teoria da economia urbana, a dinâmica do mercado de confecção em Fortaleza não pode ser concebida considerando apenas o circuito inferior da economia, pois o circuito superior e superior marginal ampliaram sua atuação nele, tornando as relações entre os circuitos ainda mais imbricadas e complexas. Destaca-se que uma análise baseada em referida teoria perpassa necessariamente pelo entendimento tanto do circuito inferior como do circuito superior e do circuito superior marginal da economia urbana, tendo em vista a existência da já mencionada relação de complementaridade e concorrência entre os dois circuitos.

Nesse contexto, refletindo sobre os desdobramentos do mercado de confecção de Fortaleza e considerando os principais pontos de comércio na capital e na sua região metropolitana (com destaque para as feiras), percebe-se que as pessoas envolvidas nessa atividade que integra o circuito inferior da economia – sejam vendedores sejam consumidores – são em sua maioria pobres, os quais encontram nesse circuito da economia urbana uma forma de sobrevivência e de consumo.

Como bem afirma Milton Santos (2008, p. 46), a principal preocupação dos que estão inseridos nas atividades do circuito inferior, antes de tudo, é a “[...] de sobreviver e assegurar a vida cotidiana da família, bem como tomar parte, na medida do possível, de certas formas de consumo particulares a vida moderna”.

No que diz respeito aos trabalhadores do circuito espacial de produção e venda de confecção de Fortaleza, a realidade não é diferente da exposta por Santos, tendo em vista que é esse mercado que garante a sobrevivência de muitas famílias, cujos membros participam da atividade, desde a fabricação dos produtos, realizada em pequenas facções de “fundo de quintal”, até a comercialização deles no centro da cidade.

Já os consumidores encontram nesse tipo de comércio a oportunidade de adquirir produtos a preços baixos. Desses consumidores, boa parte são também vendedores de confecções, sacoleiras procedentes principalmente de outros estados, que encontram no mercado de confecções de Fortaleza oportunidades de bons negócios.

Milton Santos (2008), ao discutir esse contexto numa perspectiva da economia urbana, no qual é considerável o número de pessoas pobres inseridas em

atividades de baixa produtividade e capitalização, explica que as “[...] modernizações atuais nos países de terceiro mundo só criam um número limitado de emprego, visto que as indústrias instaladas são de alto coeficiente de capital”.

Além disso, a modernização tecnológica atinge o campo diminuindo seu efetivo, sendo, segundo o autor, uma das explicações para o êxodo rural e para a urbanização terciária nas cidades dos países ditos subdesenvolvidos. Assim, “[...] o mercado de trabalho deteriora-se, e uma porcentagem elevada de pessoas não tem atividades ou rendas permanentes” (SANTOS, Milton, 2008, p. 37).

Montenegro (2012, p. 149), ao discutir o contexto de surgimento da teoria dos circuitos da economia urbana, também colabora com o entendimento do aumento da população inserida em atividades do circuito inferior da economia. A autora discute importantes processos ocorridos nas áreas urbanas dos países de terceiro mundo, como a “[...] chegada da indústria e a consequente modernização de determinadas parcelas de sua atividade econômica”, afirmando que a evolução da urbanização e suas modernizações não foram acompanhadas de geração de postos de trabalho:

As populações urbanas em ascensão dos países periféricos deparavam-se então com grandes limitações na capacidade de absorção da força de trabalho por parte de setores intensivos em capital, como a grande indústria no caso dos países em que esta se fazia presente. Este cenário provocou, por sua vez, por um lado, uma forte ‘crise do emprego’ e, por outro, a proliferação de uma gama de atividades urbanas de baixa produtividade que acolhiam grande parte da força de trabalho (MONTENEGRO, 2012, p. 149).

A autora ainda destaca a introdução da tecnologia intensiva em capital nos referidos países, que contribuiu muito mais para o alargamento do desemprego e subempregos urbanos do que para o aumento de postos de trabalho. Contudo a autora atenta para o fato de que o aumento do desemprego

[...] não deve ser atribuído exclusivamente às novas tecnologias e novas formas de organização do trabalho, que certamente são poupadoras de mão de obra, mas deriva também de uma opção político-econômica pautada pela escassa e ineficiente alocação de recursos para políticas sociais (MONTENEGRO, 2011, p. 22).

No contexto de novo processo de reestruturação produtiva, que ocasionou importantes mudanças na estrutura do mercado de trabalho, desenhou-se novo quadro caracterizado pela busca de aumento da produtividade com menores custos, racionalizando e flexibilizando a produção, adequando-a às necessidades momentâneas do mercado (LIRA, 2008).

Diante de tal conjuntura, com reflexos econômicos, sociais e espaciais, destacam-se as conseqüentes formas de trabalho flexíveis marcadas pela terceirização e pela subcontratação, e os vários tipos de trabalho, autônomos e “informais”, que delineiam a precarização das condições de trabalho e a desregulamentação dos direitos trabalhistas.

Consideramos relevante, diante do que discutimos sobre o desdobrar dos circuitos da economia urbana no espaço das metrópoles, atentar para importantes variáveis no contexto da globalização: o crédito, o consumo, a técnica e a informação, tendo em vista, entendermos que “os circuitos da economia urbana encontram certamente formas renovadas de manifestação” (MONTENEGRO, 2011, p. 82). Ainda mais:

A convergência da informática e das telecomunicações transforma as formas contemporâneas de produção e de comunicação, tanto no âmbito do circuito superior como no universo do circuito inferior a partir da transformação das “variáveis-força” em “variáveis-suporte” (MONTENEGRO, 2011, p. 85).

Nessa lógica, ao trabalhar com a teoria da economia urbana, é interessante atentar para a questão do consumo. Milton Santos (2008) aponta a difusão do consumo e da informação como dados importantes nas explicações geográficas, variáveis que se difundem de maneira generalizada nos países periféricos, de forma a gerar efeitos sobre a organização espacial.

A informação está a serviço do consumo, e a generalização da informação e do consumo “[...] constitui fator fundamental de transformação da economia, da sociedade e da organização do espaço” (SANTOS, Milton, 2008, p.36). O autor esclarece a afirmativa acima quando diz:

A difusão da informação tornou-se mais fácil que antes, graças à autonomia que ela adquire frente a outros meios de comunicação, dotando-se de veículos próprios. Sua ação se faz sentir em todos os níveis e constitui o principal sustentáculo da difusão de novos modelos de consumo inspirados nos países mais ricos (SANTOS, Milton, 2008, p. 36).

Desse modo, considerando em nossa análise a parcela da população composta por pessoas pobres, a qual tem seu processo de produção e reprodução na sociedade de forma extremamente precária e que também anseia consumir, o quadro que se encontra é assim assinalado por Santos:

A existência de uma massa de pessoas com salários muito baixos ou vivendo de atividades ocasionais, ao lado de uma minoria com rendas muito elevadas, cria na sociedade urbana uma divisão entre aqueles que podem ter acesso de maneira permanente aos bens e serviços oferecidos e aqueles que, tendo as mesmas necessidades, não têm condições de satisfazê-las. Isso cria ao mesmo tempo diferenças quantitativas e qualitativas de consumo (SANTOS, 2008, p. 37).

Portanto, os efeitos dessa divisão, entre os que podem e os que não podem ter suas necessidades atendidas, ocasionam sérias implicações espaciais. Ademais, “[...] essas divisões são a causa e o efeito da existência, ou seja, da criação ou da manutenção, nessas cidades, dos dois circuitos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços” (SANTOS, 2008, p. 37) mais especificamente o circuito superior e o circuito inferior da economia.

Diante das colocações de Santos, torna-se imprescindível nesta pesquisa entender os efeitos dessas variáveis sobre o objeto de estudo, levantando o seguinte questionamento:

- Como vem ocorrendo o desdobramento dos circuitos da economia urbana no mercado de confecção da metrópole Fortaleza?

Para tanto, considera-se importante entender a atual configuração dos circuitos da economia urbana, até porque “[...] a recomposição e renovação da economia popular no período da globalização assumem feições particulares em cada cidade” (MONTENEGRO, 2011, p. 30).

2.2 A expansão do crédito e do consumo no circuito inferior: implicações no mercado de confecção

“El consumo es acción, y por eso está hoy impregnado de información”.

Silveira, 2004.

No atual contexto da globalização, uma das variáveis-chave para a análise e o entendimento da economia urbana dos países não desenvolvidos é a difusão das finanças, pois, “a financeirização da economia influencia nas formas e funções urbanas, bem como sobre seu funcionamento” (SILVEIRA, 2009).

Em conjunto com outra variável-chave do atual período – a informação –, a propagação e a conseqüente presença intensa das finanças no território tornam-se importantes na percepção da dinâmica do mercado de confecção que investigamos.

Essas variáveis são controladas por agentes hegemônicos, permitindo-lhes “a constituição de novas hegemonias fundadas, sobretudo na globalização das finanças, no aperfeiçoamento das telecomunicações e na produção de informações” (MONTENEGRO, 2011, p. 12). Assim, “a incorporação das variáveis contemporâneas é bastante desigual entre os agentes” (SILVEIRA, 2011, p. 3). Além disso, na busca constante de acumulação de capital, a publicidade (impregnada de informação) e o crédito são estratégias eficientes (SILVEIRA, 2004).

Em importante trabalho sobre a globalização e os circuitos da economia urbana, Silveira (2004) aborda a expansão das finanças destacando:

Al contrario de la producción, que es selectiva en las elecciones locacionales, las finanzas se interesan directa e indirectamente por la totalidad del territorio viviente. Es por eso que podemos afirmar **que no se trata solamente de una variable determinante, sino también de una variable dominante,**

responsable de un drenaje que no conoce límites (SILVEIRA, 2004, p. 7, grifo nosso)¹⁴.

Nesse sentido, a autora ratifica e esclarece:

No obstante, la expansión del crédito parece no dejar de lado ninguna parte del territorio ni de la economía. La capilaridad de las redes financieras resulta de la coexistencia de filiales de grandes instituciones financieras como Panamericano, Crefisa o Zogbi, de todo tipo de usureros y de la profusión de nuevos tipos de crédito ofrecidos por los bancos públicos y privados (SILVEIRA, 2004, p. 7)¹⁵.

Desse modo, no que diz respeito ao circuito superior e o avanço da financeirização da economia, Silveira explica:

No século atual, o circuito superior caracteriza-se pela presença de poderosos agentes financeiros, assim como pelo conteúdo financeiro na política dos demais agentes hegemônicos. Sua porção mais hierárquica está constituída por bancos, fundos de pensão, fundos de investimento, consultorias (BERNARDES, 2001) e holdings integrados por empresas industriais, comerciais e de serviços avançados (SASSEN, 2007). Amiúde, trata-se de grandes firmas que fundam e controlam bancos e instituições financeiras, mas também de grandes bancos que criam e controlam instituições financeiras (SILVEIRA, 2004, p. 66).

Tais agentes financeiros citados pela autora têm nas metrópoles sua principal área de atuação, em parceria também com grandes redes comerciais (como, por exemplo, Lojas Americanas, C&A), avançando sua ação, inclusive, sobre parcela da população que tradicionalmente faz parte do circuito inferior da economia, reconhecendo assim a necessidade de desburocratizar o acesso ao crédito no sentido de avançar sobre os agentes do circuito inferior da economia. Assim, “nos dias atuais,

¹⁴ Ao contrário da produção, que é seletiva na escolha das localizações, as finanças se interessam direta e indiretamente pela totalidade do território. É por isso que podemos dizer que não se trata apenas de uma variável determinante, mas também de uma variável dominante, responsável por uma drenagem que não conhece limites (tradução nossa).

¹⁵ No entanto, a expansão do crédito não parece ignorar qualquer parte do território ou da economia. A capilaridade das redes financeiras resulta da coexistência de filiais de grandes instituições financeiras, como Panamericano, Crefisa ou Zogbi, todos os tipos de agiotas e a profusão de novos tipos de crédito oferecidos por bancos públicos e privados (tradução nossa).

o sistema financeiro atingiu com vigor, nunca antes visto, o circuito inferior” (SILVEIRA, 2007, p.160).

O acesso ao crédito, antes considerado improvável aos agentes do circuito inferior, hoje se torna variável evidente dentro desse circuito e relevante no seu entendimento e na interpretação do desdobramento das atuais formas de consumo do circuito inferior. Assim, para Silveira (2015, p. 252),

[...] o crédito e o consumo são, claramente, variáveis comuns a ambos os circuitos, ainda que o primeiro motor seja o circuito superior. Visto a partir do circuito inferior, o consumo desponta como um paradoxo porque, de um lado, o consumismo como ideologia dominante reforça o endividamento e a pobreza e, de outro, a vontade de consumir é a razão da produção e da respectiva sobrevivência de grande parte da população metropolitana.

É notório que as formas de acesso ao crédito e ao consumo nos circuitos da economia urbana são quantitativa e qualitativamente distintas, constatando-se ainda que o acesso ao crédito pelos agentes do circuito inferior só evidencia as características de submissão e complementaridade entre os circuitos, especificamente a dependência do circuito inferior em relação ao circuito superior.

Destaca-se, nesse contexto, a facilidade de acesso aos cartões de crédito, que na atualidade estendem-se à parcela da população pobre, que é induzida “a consumir produtos financeiros”, consistindo-se assim, “um dos aspectos reveladores do processo de financeirização da sociedade e do território pelo qual vem passando o país” alicerçado por “um forte sistema de *marketing* que atinge a sociedade, inclusive a parcela de baixa renda” (MONTENEGRO, 2011, p. 47).

Silveira (2009), ao trabalhar a relação entre financeiras e grandes redes comerciais, apresenta como exemplo a crescente e facilitada concessão de cartões às redes das Lojas Marisa e Ponto Frio, nas quais a participação das vendas a prazo no volume total das vendas aumentou em 2007 mais de 21%, elevando consideravelmente sua receita com juros sobre vendas a prazo. Assim, a citada autora chega a esta conclusão:

Essa é uma das situações nas quais o capital financeiro substitui o capital comercial e, assim, a empresa é mais autônoma para obter seus lucros pela via de mecanismos financeiros... Gradativamente, a empresa comercial ganha o rosto de uma financeira (SILVEIRA, 2009, p. 70).

A autora ainda acrescenta:

De modo geral, tanto as empresas comerciais como as financeiras instalam-se nas áreas de diversidade da metrópole, isto é, em lugares de importante circulação, nos quais os circuitos de diversos ramos se entrecruzam e criam um mercado segmentado (SILVEIRA, 2009, p. 69).

Nesse contexto, o circuito inferior, que tem como uma de suas características a baixa capitalização, encontra no acesso mais fácil ao crédito a oportunidade de aumentar seu capital de giro, fato que muitas vezes leva seus agentes ao endividamento devido às altas taxas de juros.

Assim, “tal fortalecimento dos agentes hegemônicos termina por repercutir no circuito inferior da economia, na medida em que este perde mercados” (SILVEIRA, 2009, p. 71). Ou seja, percebe-se uma ampliação de dominação do circuito superior sobre o circuito inferior da economia, como bem ressalta Montenegro (2006, p. 12): “a presença de grandes grupos estrangeiros no território brasileiro, especialmente aqueles ligados à produção de informação e às finanças, potencializa a força do circuito superior no país.

Assim, esse processo mostra a significativa influência dos agentes hegemônicos que modificam, em parte, o modo de consumo dos agentes do circuito inferior, que passam a consumir mais, contudo ainda nas mesmas áreas, como, por exemplo, em estabelecimentos localizados nos centros tradicionais das metrópoles brasileiras, áreas de grandes fluxos.

Ou seja, são as empresas típicas do circuito superior que se instalam estrategicamente nos centros tradicionais no sentido de avançar sua atuação sobre expressivo segmento da população constituinte do circuito inferior da economia urbana. Assim esclarece Silveira (2009, p. 71):

Quando as firmas comerciais tornam-se financeiras e buscam orientar-se em direção às camadas mais baixas, as pessoas consomem mais, porém têm menos oportunidades para produzir. O consumo dos pobres passa a realizar-se crescentemente no circuito superior, embora sua localização revele que se trata de lugares característicos do circuito inferior.

Atualmente, a facilidade que os trabalhadores do circuito inferior encontram para obter crédito em empresas financeiras representa o “[...] avanço do circuito superior sobre mercado tradicionalmente do circuito inferior”, refletindo, dessa forma, a relação de subordinação, hierarquia e concorrência entre os circuitos, marcada, nesse caso, por importante “[...] variável do período atual, as finanças” (SILVEIRA, 2009, MONTENEGRO, 2011).

O acesso rápido ao crédito, ao dinheiro, reforça o caráter expansivo do circuito superior sobre o inferior. Montenegro (2011, p. 49) contribui para o entendimento dessa atual configuração da economia urbana:

Na medida em que os circuitos da economia urbana se definem tanto pelas atividades realizadas quanto pelos estratos da população que se ligam a eles pela realização da atividade e pelo consumo (SANTOS, 1978), multiplicam-se hoje, face a esses processos, as relações entre eles. Estabelecem-se, no período atual, novas articulações entre o circuito inferior, enquanto a população que consome e trabalha predominantemente nesse circuito, e os grandes agentes do circuito superior, como os bancos e suas instituições de crédito pessoal, as grandes redes de varejo, dentre outros. Neste sentido, poderíamos afirmar que se trata mais propriamente de novas formas de interferência do circuito superior no circuito inferior, as quais alavancam a drenagem de dinheiro, já escasso, do último para o primeiro.

Dessa forma, como apresenta a autora, no atual contexto, novas articulações são delineadas entre os circuitos, dentre as quais destacamos o crédito, um importante nexos entre os circuitos da economia urbana, que possibilita inclusive a dispersão do consumo sobre o território, como bem evidencia Silveira (2009, p. 439) ao tratar da força de atuação do consumo e sua relação com o crédito:

Producción y consumo obran, entonces, como fuerzas de concentración y dispersión territorial [...]. También el consumo, a pesar del freno que ejerce la

selectividad social, tiende a dispersarse territorialmente gracias a la difusión del crédito¹⁶.

Assim, como expomos em trabalhos anteriores, é perceptível que o centro da cidade de Fortaleza, principal local de escoamento do mercado de confecção da metrópole cearense, seja local almejado por grandes redes comerciais e financeiras. Silveira (2009, p.453) explica que isso acontece porque o circuito superior “[...] não despreza nenhum mercado, ainda mais quando nele pode introduzir sofisticados instrumentos financeiros”.

Milton Santos (2008) aponta a difusão do consumo e da informação como dados importantes nas explicações geográficas, variáveis que se difundem de maneira generalizada nos países periféricos, de forma a gerar efeitos sobre a organização espacial. A informação está a serviço do consumo, e a generalização da informação e do consumo “[...] constitui fator fundamental de transformação da economia, da sociedade e da organização do espaço” (SANTOS, Milton, 2008, p. 36). O autor esclarece a afirmativa acima quando diz:

A difusão da informação tornou-se mais fácil que antes, graças à autonomia que ela adquire frente a outros meios de comunicação, dotando-se de veículos próprios. Sua ação se faz sentir em todos os níveis e constitui o principal sustentáculo da difusão de novos modelos de consumo inspirados nos países mais ricos (SANTOS, Milton, 2008, p. 36).

Silveira (2009), ao abordar a financeirização na economia urbana da cidade de São Paulo, aponta como dado novo a resposta do circuito superior às demandas da população pobre, através, por exemplo, da facilitação de acesso ao crédito pessoal (antes obtido pela figura do agiota, “um crédito pessoal não-institucional, caro, fácil e direto”), por meio de instituições financeiras bancárias e não bancárias. Dessa forma, afirma a autora:

¹⁶ Produção e consumo atuam, então, como forças de concentração e dispersão territorial [...] Também o consumo, apesar do freio exercido pela seletividade social, tende a dispersar-se territorialmente graças à expansão do crédito (tradução nossa).

Podemos dizer que, hoje, o circuito superior reconhece a importância de desburocratizar o crédito, para estender suas oportunidades de lucro e, assim, os requisitos exigidos são mínimos. Todavia o custo desse crédito é extremamente alto, com taxas de juros que oscilam entre 5% e 13% ao mês. Constituído por baixo capital fixo, o circuito inferior é amiúde impingido a aumentar seu capital de giro, por meio de um crédito dessa natureza, ainda mais porque muitos desses atores trabalham como pessoa física e não como pessoa jurídica (SILVEIRA, 2009, p. 69).

Percebe-se pelas colocações da autora que vem ocorrendo uma aproximação das empresas financeiras com a população pobre, “[...] racionalidade imposta ao circuito inferior” (SILVEIRA, 2009, p. 73), também discutida por Montenegro (2011). Ao tratar as novas facetas do circuito inferior, Montenegro aponta tal processo como estando “[...] relacionado, por sua vez, com a consolidação das finanças enquanto variável chave do período atual” (MONTENEGRO, 2011, p. 35), entendendo essas estratégias como uma forma de o circuito superior apropriar-se do mercado que tradicionalmente pertence ao circuito inferior. Assim, a autora percebe o seguinte fato:

A variedade de formas de pagamento presentes no circuito inferior é outro elemento novo que caracteriza este circuito atualmente e que expõe, por sua vez, a relação do circuito inferior com uma das variáveis centrais do período, ou seja, com as finanças. A banalização do acesso aos cheques e aos cartões de débito e crédito vem invadindo o circuito inferior, transformando sua relação com as finanças e com o crédito (MONTENEGRO, 2011, p. 91).

O uso do cartão de crédito vem nos últimos anos se expandindo de forma significativa no país. Montenegro (2011) revela em sua pesquisa que o aumento do número de cartões de crédito teve um crescimento de 520%, expansão essa que atinge principalmente a população de baixa renda. Segundo a autora, em 2004, o percentual da população com renda individual mensal entre R\$ 200 e R\$ 500 que possuía algum cartão de crédito já era de 25% no país.

Em pesquisa anterior, na qual abordamos os territórios do comércio de confecção, detectamos, por exemplo, que alguns boxes do comércio popular de confecção no Beco da Poeira já haviam aderido à venda com cartões de crédito. É evidente que a venda em dinheiro continua sendo a principal forma de negociação entre os vendedores e consumidores nesse local, mas considera-se importante

atentar para o fato de que não há uma total falta de tecnologias. Nesse sentido, Montenegro afirma que,

[...] por meio da incorporação de certos objetos técnicos modernos, de usos extremamente criativos e de uma adaptação crescente, que não deixa de ser subordinada às variáveis da globalização, o circuito inferior vem ampliando a gama de instrumentos com os quais trabalha e o leque de serviços e produtos oferecidos (MONTENEGRO, 2011, p. 35).

Dessa forma, Montenegro (2011, p. 28) reconhece que existe uma necessidade de redefinir “[...] o circuito inferior hoje como atividades pouco capitalizadas que apresentam um menor grau de tecnologia, mas não sua ausência completa”.

Além disso, a autora chama atenção para o fato de o circuito superior estar cada vez mais interessado na parcela de mercado tradicionalmente pertencente ao circuito inferior da economia, de tal forma que “[...] para que a população de baixa renda se insira no mercado consumidor das grandes redes, conforma-se um processo de creditização dessa parcela da população realizado pelo próprio circuito superior” (MONTENEGRO, 2011, p. 35).

Esse quadro tem importantes consequências principalmente para a população menos abastada como, por exemplo, o agravamento da “situação de pobreza”, pois “[...] o aumento da oferta de crédito exerce um papel central nesse processo, mas vem igualmente acompanhado do avanço do endividamento e da inadimplência, implicando, por conseguinte, a reprodução da pobreza em novos termos” (MONTENEGRO, 2011, p. 246).

Assim, a autora traz em suas pesquisas um dado extremamente relevante, sobre as metrópoles brasileiras:

Os dinamismos da economia pobre nas metrópoles brasileiras se tornam, hoje, crescentemente complexos, haja vista a conformação deste cenário paradoxal em que a expansão do consumo entre as camadas de baixa renda se combina ao aumento da pobreza (MONTENEGRO, 2011, p. 246).

Assim, apesar do aumento do consumo da população pobre bem como do maior acesso a tecnologias e informações, constata-se que não há uma diminuição do abismo que separa as parcelas pobres da população das mais abastadas, mas sim um aumento, já que “[...] a ampliação do acesso a certos objetos técnicos não elimina a situação de pobreza nas grandes cidades” (MONTENEGRO, 2011, p. 28).

Tal quadro se agrava principalmente nas metrópoles brasileiras, nas quais o circuito da economia que se consolida como o maior absorvedor de mão de obra é o circuito inferior, o qual “encontra-se cada vez mais permeado por processos como a diversificação das práticas de consumo, a financeirização da pobreza, a incorporação de novas tecnologias e difusão da informação” (MONTENEGRO, 2011, p.251), resultando em novos níveis da subordinação do circuito inferior ao circuito superior.

Embora o crédito seja um grande responsável pelo avanço do circuito superior sobre a população típica do circuito inferior, desburocratizando o acesso, ainda assim é necessário possuir um perfil social, como, por exemplo, renda comprovada e outras garantias, não atendido por parcela significativa do circuito inferior. Nesse sentido, em seguida apresentamos estratégia desenvolvida para que a referida parcela tenha o acesso garantido a algum tipo de crédito que possa contribuir no seu processo de reprodução espacial.

2.2.2 Crédito popular, uma estratégia em prática: Banco Palmas

A existência de serviços financeiros solidários, especificamente o crédito popular, é um aspecto interessante para entender a dinâmica socioeconômica do espaço urbano, principalmente, das áreas mais pobres.

Mesmo com o avanço da financeirização da economia e a expansão da oferta de crédito, ainda existe considerável parcela da população sem acesso ou com acesso restrito a instituições financeiras tradicionais. Tal fato decorre da dificuldade da população pobre em fornecer garantias reais ou significativas, por possuírem o “nome sujo” ou trabalharem no setor dito informal. Paul Singer (2005) expõe que as políticas de acesso ao crédito das camadas mais pobres, no governo Lula (primeiro mandato), não foram suficientes para atender a totalidade da demanda dos financeiramente excluídos. Assim, muitas vezes sem possuir conta bancária, a

população pobre recorre a outros tipos de acesso ao dinheiro, como, por exemplo, a agiotas.

Nesse contexto, consideramos uma breve análise sobre o crédito popular concedido através das finanças solidárias¹⁷. Salientamos que o objetivo aqui não é tecer um debate aprofundado sobre a temática, que é bastante rica, mas sim apresentar a importância desse serviço financeiro voltado para a população pobre, que faz parte do circuito inferior da economia, através da experiência do Banco Palmas em Fortaleza.

Dessa forma, as organizações de financiamento solidário fazem parte da complexa rede que integra o campo da Economia Solidária. Segundo Singer (2005), as finanças solidárias são formadas pela captação de depósitos, poupança e concessão de empréstimos. Tais procedimentos são realizados pelas cooperativas de crédito, bancos comunitários e por concedentes informais envolvendo fundos rotativos e consórcios populares de poupança.

Assim, os Bancos Comunitários de Desenvolvimento fazem parte de serviços financeiros solidários que realizam microfinanças, não possuem fins lucrativos e não fazem parte formalmente do Sistema Financeiro Nacional. Todavia suas práticas (crédito, moeda social circulante, criação de empresas e empreendimentos solidários, lojas, feiras, entre outras) são todas dentro da lei (FAUSTINO, 2007), constituindo assim uma alternativa para que os pobres tenham acesso a serviços financeiros.

No que diz respeito aos Bancos Comunitários de Desenvolvimento, em Fortaleza encontra-se uma experiência de sucesso com reconhecimento nacional e internacional, o Banco Palmas¹⁸, localizado no bairro periférico Conjunto Palmeiras. Foi criado em 1998, pela Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCONP), com o objetivo de estimular a produção, o consumo e a geração de

¹⁷ No Brasil o crédito popular é praticado através de três fontes: microcrédito, finanças solidárias e bancos comerciais públicos e privados (SINGER, 2005).

¹⁸ As atividades do banco tiveram início com um “empréstimo de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) captado no Centro de Estudos, Articulação e Referência sobre Assentamentos Humanos (Cearah Periferia), pago em um ano com juros de 1% a.a. Esse montante foi distribuído aos moradores na forma de crédito para cinco produtores e cartão de crédito para o consumo de vinte famílias” (FAUSTINO, 2007, p. 82).

trabalho e renda na comunidade, que é bastante pobre, movimentando, assim, a economia local.

Tal estímulo ocorre através de duas linhas de ação: uma de financiamento (concessão de microcréditos), que incentiva a produção local, e outra de cartão de crédito próprio, para incentivar o consumo local. O PalmaCard, criado também em 1998, foi a primeira experiência no país de cartão de crédito comunitário, confeccionado de forma artesanal com tecnologia limitada (em um computador no programa Word). Com ele era antecipado aos moradores um crédito, que variava de R\$ 20,00 a R\$ 100,00 reais, vinculado a um cartão aceito no comércio do bairro, para estimular o consumo local.

O PalmaCard não está mais em vigor na comunidade, mas chegou a ser aceito por 200 comerciantes, atendeu mais de 3 mil famílias e movimentou em torno de 60 mil reais por mês. Desde 2015, o Banco Palmas está trabalhando com a moeda eletrônica e-Dinheiro¹⁹. Diferentemente do PalmaCard, a e-Dinheiro pôde ser criada e é utilizada a partir de tecnologias mais modernas, por uma empresa privada em parceria com o Banco Palmas e a Rede de Bancos Comunitários, sendo de uso exclusivo dos bancos comunitários. Assim, o aplicativo é operacionalizado preferencialmente por meio de um celular smarthphone. A utilização já é feita por 20 bancos comunitários no país, e já existem mais de dois mil usuários e 120 comércios cadastrados²⁰.

Os microcréditos, por sua vez, são garantidos com baixas taxas de juros e sem consultas cadastrais. O crédito para o consumo é concedido em Palmas moeda local do banco²¹, e o crédito para produção é concedido em reais. Segundo Faustino (2007, p. 83),

A concessão de crédito no Banco Palmas está voltada a atender as necessidades de microcréditos para produção, comércio ou serviço, bem como para o consumo. Há ainda microcrédito para mulheres em situação de

¹⁹ Regulamentada em 2013 pela Lei nº 12.865/13, lei das moedas eletrônicas, via Banco Central, em 2013.

²⁰ Sobre o assunto ver o texto *A (r)evolução das Moedas Sociais: do Palmacard ao E-dinheiro*, publicado no site do Banco Palmas, de autoria de Bárbara Magalhães de Aguiar Oliveira.

²¹ O sistema financeiro do Banco Palmas opera com a moeda oficial brasileira, o Real, e com uma moeda social, Palmas, ativa até hoje. Salientamos que as moedas sociais do Banco Palmas passaram por uma evolução iniciando com o Palmacard e chegando à moeda social eletrônica.

risco, linhas de crédito para pequenas reformas de moradia e para projetos de agricultura urbana.

Dessa forma, considerando que a população atendida pelo Banco Palmas é pobre, em sua maioria inserida em atividades típicas do circuito inferior da economia, os critérios de concessão de crédito são simplificados. A pessoa que solicita crédito tem que ser moradora da comunidade e sócia da ASMOCONP e deve preencher formulário com dados pessoais, valor do empréstimo e destino dos recursos. Exigências como comprovação de renda, fiador, garantias que assegurem o pagamento e consulta a serviços como Serasa e SPC não fazem parte dos critérios para aquisição de empréstimo no Banco Palmas. A estratégia utilizada pelo banco, através de um analista de crédito, consiste na coleta de informações sobre o caráter do solicitante, conversando com a vizinhança do mesmo. As informações são então repassadas ao Comitê de Aprovação de Crédito, que decide sobre a aprovação ou não.

O processo é bem rápido, levando em média dois dias. Aprovado o empréstimo, o morador assina um contrato social, no qual se “compromete a exercer atividades de compra e venda na área do Conjunto Palmeira”, o que promove, dessa forma, o desenvolvimento da economia local, dinamizando o comércio e gerando emprego.

O Banco Palmas também possui linha de crédito produtivo voltado especialmente para mulheres beneficiadas pelo Programa Bolsa Família, atendendo não só moradoras do bairro, mas também de bairros vizinhos, que fazem parte de uma das regiões mais pobres da metrópole Fortaleza, a Grande Jangurussu. O objetivo dessa linha de crédito voltada para mulheres é estimular o empreendedorismo e potencializar as atividades que elas já desenvolvam, buscando diminuir a pobreza em que vivem. Segundo o Banco Palmas, “a maioria dessas mulheres nunca havia tido crédito em um banco, sendo o empréstimo junto ao Banco Palmas o seu primeiro crédito produtivo, reforçando sua capacidade empreendedora e sua autoestima”.

Dessa forma, as mulheres que adquirem o crédito são também inseridas em um projeto de inclusão socioprodutiva, financeira e bancária chamado “Elas”, desenvolvido em conjunto com a ASMOCONP. Nesse projeto, são desenvolvidas ações de formação e orientação para as mulheres, que passam a ser acompanhadas

por um Agente de Inclusão Socioprodutiva. Assim, as mulheres participantes do projeto recebem cursos de educação financeira bem como de capacitação por meio de cursos como artesanato, confecção, culinária, produção de material de limpeza, dentre outros. Abaixo, segue fotografia da turma de corte e costura oferecida pelo projeto Elas.

Figura 1 – Curso de Costura – Projeto Elas (Conjunto Palmeiras)



Fonte: Banco Palmas.

Até o ano de 2014, 3.700 (três mil e setecentas) mulheres foram beneficiadas pelo projeto. Segundo dados do Banco Palmas: 96% delas são mães; 51% têm ensino fundamental incompleto; 61% nunca fizeram um curso profissionalizante; 82% têm renda familiar entre R\$ 500 e R\$ 800 reais; 60% nunca exerceram qualquer atividade remunerada; 38% nunca compraram com crédito. Como podemos ver, considerável parcela das mulheres atendidas pelo projeto Elas possuem pouca instrução e não têm experiência profissional, o que dificulta sua entrada no mercado de trabalho formal. Com cursos profissionalizantes, orientação financeira e acesso ao crédito, as mulheres podem vislumbrar oportunidades de trabalho e renda, passando a desenvolver algum tipo de atividade financeira, diminuindo a sua situação de pobreza.

Assim sendo, das mulheres participantes do projeto 17% produzem e comercializam confecção, 13% são feirantes, 12% trabalham no ramo da beleza, 8%

atuam na área do artesanato, 7% vendem alimentos, 6% trabalham no comércio, 1% trabalha com material de limpeza e 36% não produzem (Banco Palmas).

Destarte, o Banco Palmas, através de seus serviços financeiros e projetos, promove, em uma região muito pobre de Fortaleza, a inclusão social e econômica de uma população que é total ou parcialmente excluída do acesso ao crédito em instituições financeiras tradicionais. Essas pessoas em sua maioria consomem em estabelecimentos do circuito inferior bem como trabalham em atividades desse circuito. Assim, o acesso ao crédito popular oferecido pelo Banco comunitário passa a ser uma estratégia dessa população para manter ou desenvolver um meio para sua reprodução no espaço urbano.

Depreende-se que o crédito dinamiza os setores econômicos e é uma variável importante no entendimento do mercado estudado, e do comércio e do consumo nele desenvolvidos. Em seguida, trataremos do comércio e do consumo no circuito inferior e seu desenvolvimento no mercado de confecções de Fortaleza.

2.2.3 Comércio e consumo no circuito inferior da economia urbana

“O comércio faz parte da razão de ser da cidade”.

Salgueiro e Cachinho, 2016.

As atividades comerciais têm um grau de importância na estruturação e na economia urbana e geram intensas relações socioespaciais que animizam as cidades. Através do comércio, podemos analisar como a sociedade vem desenvolvendo seu processo de produção e reprodução diante das transformações engendradas no atual período de globalização.

Nesse contexto, em que as metrópoles tornam-se o principal palco da produção e da reprodução social e do capital, torna-se relevante conhecer a dinâmica dessas atividades, pois elas possibilitam identificar e entender as diversas relações desenvolvidas, além de permitir apreender o desdobramento dos circuitos da economia urbana e a estruturação e consolidação de mercados no espaço urbano.

Sobre a importância do conhecimento da dinâmica do comércio, Vargas (2012, p. 75) assinala:

Essa condição de atividade social e de abastecimento relaciona a atividade comercial com o cotidiano das pessoas. Nesse sentido, estudar o comércio nos oferece a possibilidade de compreender as sociedades que o praticam. É possível conhecer seu modo de vida, ou seja: os produtos que fabricam e consomem; habilidades contábeis; capacidade inventiva e criativa; preferências por cores, sabores, odores; capacidade de organização e objetividade; tecnologias envolvidas; enfim, suas bases culturais. Também é possível, ao observar a atividade comercial nas cidades, perceber o seu dinamismo e vitalidade, pois a retração ao consumo em tempos difíceis manifesta-se imediatamente sobre o comércio.

Essa reflexão apresentada por Vargas vai ao encontro do pensamento apresentado por Cachinho e Salgueiro (2016, p. 91-92), ao versar sobre a relevância do comércio nas cidades:

O comércio faz parte da razão de ser da cidade. Viabiliza a sua existência, explica a sua organização interna e justifica muita da animação que nesta acontece. Através do comércio as pessoas satisfazem necessidades, veicula-se informação, difundem-se inovações, criam-se laços de sociabilidade, a vida acontece. Em suma, no comércio reside o embrião da vida urbana naquilo que esta pressupõe de interação, de troca em sentido lato e de produção de inovação.

Assim, a atividade comercial tornou-se essencial para o funcionamento e a vitalidade do meio urbano e é um dos setores mais dinâmicos da economia urbana na atualidade. Passou por muitas mudanças, desde a sua organização espacial até as formas de vender e comprar, ou seja, do comércio e consumo, uma relação por sinal indissociável. Assim, “a atividade comercial passou a criar formas para atender às novas demandas da sociedade e, ao mesmo tempo, foi produzindo novos meios para a ampliação do consumo e para o surgimento de novas formas” (SILVA, Carlos, 2014, p. 163).

Na atualidade, as técnicas ligadas à informação, à propaganda, ao *marketing* e ao *design* são bases indispensáveis à atividade comercial, que explora ao máximo o simbolismo do consumo e dos “lugares de consumo”. Desse modo, “a

ida às compras deixa de ser uma atividade básica ligada à satisfação de necessidades e se transforma numa agradável experiência de lazer” (CACHINHO e SALGUEIRO, 2016).

Através do poderoso recurso do *marketing*, criam-se desejos artificiais por produtos que antes não existiam, e novos costumes passam a fazer parte do cotidiano das pessoas. Nesse sentido, o consumo tornou-se complexo, passando a abranger todo um conjunto de relações socioculturais e afetivas (FIGUEIREDO, 2009).

A respeito dessa atual lógica do comércio e do consumo, Cachinho e Salgueiro (2016 p. 93), discorrem que,

[...] através da arquitetura, do design, das ambiências, das marcas, das insígnias, do espetáculo e do simbolismo dos objetos, um grande número de estabelecimentos está empenhado em oferecer aos consumidores verdadeiras experiências de vida. Aqui as pessoas abastecem-se, desfrutam de momentos de lazer, satisfazem as suas necessidades de consumo, mas também realizam desejos, tornam reais sonhos e fantasias.

No contexto da globalização, a informação e as formas de consumo são amplamente difundidas, chegando a todas as classes sociais. As estratégias desenvolvidas pelo setor comercial despertam anseios de consumo e desejos tanto nos que podem atender suas necessidades como nos que não podem pagar para desfrutar os sonhos despertados pelas propagandas anunciadas.

Tais variáveis geradas no seio dos países ricos generalizaram-se nos países não desenvolvidos, transformando as sociedades, suas economias e a organização espacial e refletindo significativamente no desdobramento dos circuitos da economia urbana dos países não desenvolvidos.

Santos (2008, p. 36) considera a ação da difusão da informação e das novas formas de consumo como dois dados maiores da explicação geográfica e acrescenta que, “por intermédio das suas diferentes repercussões, elas são ao mesmo tempo geradoras de forças de concentração e de forças de dispersão, cuja atuação define as formas de organização do espaço”.

Milton Santos (2008) ainda assegura que a “[...] participação num consumo ‘moderno’ tem a tendência de atingir mais e mais indivíduos mesmo se essa participação é parcial ou ocasional nas camadas menos favorecidas”, camadas essas que desejam cada vez mais consumir e que encontram no comércio do circuito inferior, a preços bem acessíveis, uma variedade de produtos, muitas vezes cópias das grandes grifes ou produtos (principalmente na linha de vestuário e acessórios), que imitam as tendências ditadas pelas telenovelas (fato que demonstra como a variável informação está a serviço do consumo). Montenegro (2011, p. 84) assim complementa a discussão:

A globalização das práticas de consumo (Armstrong e McGee, 1985) é um dos dados chave que vem alterar o funcionamento do circuito inferior neste período. Ainda que a difusão do consumo e da informação date dos anos 1960/70, permitida especialmente pela integração dos meios de transporte e de comunicação, a força com que essas variáveis permeiam o conjunto do tecido social não apresenta paralelos frente ao impacto da publicidade e do crédito nos dias de hoje.

Nesse sentido, o circuito inferior, enquanto produto do processo de modernização e subordinado ao circuito superior da economia, tem papel importante na inserção da parcela da população pobre na sociedade do consumo. Milton Santos (2013, p. 70) acrescenta que

[...] a provável função essencial do circuito inferior é difundir o modo capitalista de produção entre a população pobre através do consumo, e absorver para o circuito superior a poupança e a mais-valia das unidades familiares, por intermédio da máquina financeira, de produção e de consumo.

Assim, o que se apreende é o consumo como força dispersora que ocasiona demandas que não encontram respostas no circuito superior da economia (SILVEIRA, 2007), impulsionando, dessa forma, o circuito inferior da economia urbana principalmente nos espaços metropolitanos.

Destarte, entre as variáveis importantes para entender a organização espacial estão as diferentes formas de consumo das classes sociais, associadas às

configurações espaciais constituídas pelos circuitos da economia urbana. O consumo ocorre na economia urbana de acordo com o segmento social, como afirma Montenegro (2011, p. 10):

A segmentação presente na sociedade urbana em relação às possibilidades de satisfação das necessidades cria diferenças quantitativas e qualitativas no consumo, as quais, por sua vez, são a causa e o efeito da existência de diferentes circuitos de produção, de distribuição e consumo nas cidades desses países.

Nesse sentido, variáveis-chave também na análise da dinâmica do mercado de confecção de Fortaleza. Milton Santos (2008, p. 35), ao abordar as modernizações tecnológicas e a formação dos circuitos da economia urbana, enfatiza:

Pela primeira vez na história dos países subdesenvolvidos, duas variáveis elaboradas no centro do sistema encontram uma difusão generalizada nos países periféricos. Trata-se da informação e do consumo – a primeira estando a serviço da segunda [...].

A participação de indivíduos pobres no consumo que Milton Santos (2008) chamou de “moderno” é cada vez maior, mesmo que ela não seja plenamente satisfatória, que ocorra de forma parcial ou ocasional. Nesse contexto, será preponderantemente no comércio típico do circuito inferior que os pobres realizarão seus desejos de consumo, mas, também, será nele que poderão exercer seu processo de reprodução na sociedade.

Nas últimas décadas, a presença cada vez mais significativa do comércio popular nas metrópoles, com forte presença de camelôs e ambulantes, principalmente em espaços públicos, vem modificando e até mesmo refuncionalizando determinados espaços urbanos. Milton Santos, ao versar sobre o comércio típico do circuito inferior, salienta o fato de o comércio abrigar significativa parcela da população inserida nesse circuito.

O comércio ocupa um número considerável de pessoas. Em parte, pode se explicar isso pelo fato de que, para entrar nessa atividade, só se tem

necessidade de pequena soma de dinheiro e pode-se apelar para o crédito (pessoal), concedido em dinheiro ou em mercadorias; não é necessário ter experiências e é fácil escapar ao pagamento de impostos (SANTOS, Milton 2008, p. 209).

Nota-se que no circuito inferior, o qual abraça um grande número de trabalhadores, o comércio destaca-se pela facilidade com que as pessoas conseguem nele inserir-se. Dessa forma, muitos que perderam seus empregos, ou migrantes que chegam às grandes cidades e não conseguem inserir-se no dito mercado formal de trabalho, encontram em atividades comerciais do circuito inferior um refúgio, tornando-se subempregados, camelôs ou ambulantes.

Assim, fruto do processo de reprodução do capital e entendido como fenômeno não passageiro, que se reconfigura diante de importantes transformações socioeconômicas, o comércio dito informal torna-se o meio pelo qual considerável parcela da população garante a inclusão na sociedade do consumo.

Dantas (2005, p. 6) nos permite a visualização da importância dessa atividade quando ressalta a necessidade de apreender seu significado e papel:

Criar uma demanda solvável, quando fornece produtos por menores preços e, por conseguinte, tornando-os acessíveis a uma camada maior de consumidores – com maior intensidade os consumidores das classes menos abastadas e que não teriam condições de consumir esses produtos no comércio estabelecido – e insere aqueles que desenvolvem a atividade do comércio ambulante na sociedade de consumo [...]. Funciona como fator de estabilização social, quando a inserção na atividade do comércio ambulante é reforçada pela ideologia da ascensão social pelo consumo e pela ideologia de ascensão social pelo trabalho autônomo.

Assim, o autor aponta dois fatores importantes que levariam trabalhadores a inserir-se nessa atividade: a procura de estabilidade social pelos trabalhadores autônomos e a não oportunidade de parcela da população economicamente ativa de inserir-se no mercado formal de trabalho diante de caráter modernizador (no qual há uma redução da mão de obra utilizada) adotado nos países considerados não desenvolvidos.

Além disso, essa atividade dita informal é responsável por atender os anseios de pessoas de menor poder aquisitivo, pois, “a sofisticação e a diversificação

das formas de consumo atingem também os agentes do circuito inferior, uma vez que se amplia seu interesse em participar de formas de consumo” (MONTENEGRO, 2006, p.85).

Na capital cearense, o comércio também desempenha importante papel na economia urbana da metrópole. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (Ipece), ele é o terceiro²² setor mais empregador da capital, com 18,14% do total de empregos gerados em 2010, destacando-se o Comércio Varejista como o grande responsável pela geração de empregos formais no setor de Comércio.

Contudo, em trabalhos anteriores, destacamos que “no caso de Fortaleza, o circuito inferior apresenta-se de uma forma significativa na economia da cidade” (Silva, E. 2013). Em 2007, por exemplo, o percentual de pessoas trabalhando em atividades classificadas pelos órgãos de pesquisa como informais atingiu o percentual de 55,9%, dos quais 21,43% estão inseridos no comércio (SINE/CE-IDT, 2007).

Nesse contexto, destacamos o comércio de confecções como importante absorvedor dessa mão de obra, bem como importante local de consumo de parcela significativa da população local e de outras regiões do país, consolidando-se como um notável mercado de venda de confecções da região Nordeste, que vem ampliando seu fluxo de pessoas, mercadorias e informações.

Assim, análises mais detalhadas sobre esse mercado serão apresentadas no próximo capítulo, destacando-se a importância das redes técnicas e de informação no fortalecimento da dinâmica desse nosso objeto de estudo.

2.3 Circuito inferior de venda de confecção e as redes técnicas e de informação

A análise da dinâmica de um mercado requer, entre outros elementos, o entendimento de como esse mercado é mantido. Ou seja, é necessário identificar e compreender quais são os fluxos envolvidos e como eles se organizam no espaço,

²² Os setores de Serviços e Administração Pública foram os dois maiores geradores de empregos formais em 2010 gerando respectivamente 38,99% e 21,69% postos de trabalho formal.

dinamizando o comércio. Dessa maneira, ao estudarmos o mercado de confecção de Fortaleza, torna-se imprescindível compreender como funcionam os fluxos de pessoas, mercadorias e informações, e quais os fatores que condicionam e movimentam a dinâmica regional desse mercado.

Para tanto, propomos uma análise que considere também o entendimento das redes, que constitui uma forma de organização espacial, sendo, portanto, um estudo pertinente à nossa pesquisa. Autores como Santos (2014), Dias (2007a, 2007b, 2008), Corrêa (2005), entre outros, apresentam importantes contribuições acerca do conhecimento das redes. A finalidade aqui não é aprofundar essa discussão, mas apropriar-se desses estudos de forma a complementar nosso entendimento sobre o mercado de confecção de Fortaleza e seu papel nos circuitos da economia urbana da cidade.

Para Corrêa (2005 p. 93),

[...] a rede urbana é um produto social historicamente contextualizado, cujo papel crucial é o de, através de interações sociais espacializadas, articular toda a sociedade numa dada porção do espaço, garantindo sua existência e reprodução.

De modo visível ou não, a rede urbana é a expressão mais acabada, conhecida e estudada das redes geográficas. Ela é o meio através do qual produção, circulação e consumo se realizam efetivamente, refletindo e reforçando as características sociais e econômicas do território (CORRÊA, 1989).

De acordo com o citado autor, a existência de uma rede demandaria as seguintes condições: uma sociedade vivendo em economia de mercado; pontos fixos no espaço onde são efetivadas as transações, de modo permanente ou transitório; um mínimo de interação entre esses pontos fixos.

Nesse sentido, considerando o pensamento do autor – que apresenta a definição de rede urbana, seu papel enquanto produto e condição social, bem como suas condições de existência –, pensamos em como proceder ao analisar o papel e a importância de uma cidade em dada rede urbana.

Segundo Corrêa, a posição da cidade na hierarquia urbana não daria conta de explicar sua importância, sendo necessário considerar sua especialização funcional. Desse modo, o autor atenta para o fato da crescente complexidade funcional dos centros, ao afirmar:

A industrialização, a melhoria geral na circulação, o desenvolvimento de uma estratificação social mais complexa, criando níveis de demandas mais diferenciadas, a modernização do campo e a incorporação de novas áreas, levaram a uma complexificação funcional dos centros urbanos brasileiros (CORRÊA, 2005, p. 99).

No espaço urbano dos países pobres, essa complexidade funcional pode ser vislumbrada no desdobramento de dois circuitos econômicos, imbricados de tal forma que se tornam muitas vezes difícil detectar e analisar as nuances, estratégias e constantes transformações de cada circuito urbano.

Assim, na nossa análise, pensar a metrópole Fortaleza, requer uma reflexão sobre a importância de sua especialização confeccionista, compreendendo produção, distribuição e comércio organizados de forma singular no espaço urbano da cidade, observando os fluxos que abrangem os centros urbanos de quase todas as regiões do país.

Corrêa, em seus estudos sobre as redes, nos quais apresenta as características e classificação delas, destaca em vários momentos a importância dos circuitos da economia urbana, considerando-os uma forma de organização de rede, já que, para o autor,

[...] há redes que se caracterizam pela existência de uma cidade primaz e ausência de centros intermediários, **pela existência de dois circuitos**, pela variação temporal da função de distribuição, quer sazonal quer semanal [...] (CORRÊA, 2005, p. 25, grifo nosso)

Ao abordar as redes de localidades centrais nos países subdesenvolvidos, Corrêa destaca que elas se caracterizam por três modos de organização que podem coexistir na mesma rede regional: as redes dentrificas; os mercados periódicos; o

desdobramento da rede em dois circuitos econômicos. O autor acrescenta que “a rede de localidades centrais dos países subdesenvolvidos é uma das dimensões espaciais (talvez a mais importante) dos dois circuitos da economia urbana” (CORRÊA, 2005, p. 77).

É através das redes hierarquizadas que se realiza a articulação entre a produção e o consumo, e entre esses dois elementos se estabelece a distribuição, que desempenha importante papel na organização espacial (Corrêa, 2005). Entendemos que produção, a distribuição e o consumo exercem significativa influência na organização do espaço urbano.

No mercado de confecção de Fortaleza, a produção concentra-se na capital e na região metropolitana; já a distribuição e o consumo ocorrem em duas localidades: no centro, principal ponto de drenagem da capital, e desse ponto de escoamento para o interior do estado e outras regiões do país. Salientamos que, no caso da produção confeccionista da capital cearense, muitas das fábricas estão instaladas em residências, tornando-se dessa forma invisíveis para a sociedade e para o poder público (SANTOS, Marlon, 2014).

Nesse sentido, torna-se relevante pensar na dinâmica proporcionada pela concretização do elo entre a produção e consumo – a distribuição, no caso, a distribuição em rede nacional. Essa circunstância nos leva a alguns questionamentos:

- Podemos pensar, hoje, em uma integração territorial?
- Havia, antes, uma maior fragmentação do território?
- Qual o diferencial do atual momento marcado pela globalização?

Ao analisar as tendências da rede urbana brasileira, Corrêa (2005) expõe que a integração interna do país é relativamente recente. Sua efetiva integração se deu principalmente a partir do forte processo de industrialização da década de 1950. O autor acrescenta:

A crescente divisão internacional do trabalho e a necessária ampliação das articulações inter-regionais via telegráfica, ferroviária, rodoviária e pelas modernas e sofisticadas redes de comunicação gerou uma rede urbana efetivamente nacional (CORRÊA, 2005, p. 101).

Contudo, a rede urbana brasileira é também desigualmente integrada, mesmo com maiores possibilidades de integração entre metrópoles, centros regionais e até mesmo pequenos centros urbanos, fato que revela claramente os resultados de um desenvolvimento capitalista que acentua as diferenças entre os diversos segmentos da rede urbana (Corrêa, 2005).

Milton Santos (2014), ao definir o que é uma rede, expõe que suas definições admitem duas grades matrizes, uma que versa sobre seu aspecto material e outra que aborda o dado social. A primeira definição considera toda a infraestrutura que se inscreve sobre o território; a segunda é “social e política, pelas pessoas, mensagens e valores que a frequentam”. Apesar da materialidade com que se impõe aos nossos sentidos, a rede é, na verdade, uma mera abstração (SANTOS, Milton, 2014). Assim, “[...] a primeira característica da rede é ser virtual. Ela apenas é realmente real, realmente efetiva, historicamente válida, quando utilizada no processo da ação” (SANTOS, Milton, 2014, p. 277).

Esse é um ponto interessante em que nos deteremos com maior atenção por considerarmos importante no desenvolvimento de nossa análise: discutir sobre as redes e sua relação com o território. Nesse sentido, analisando as redes a partir da realidade atual, Milton Santos (2014, p. 263) apresenta que

[...] o estudo atual supõe a descrição do que a constitui, um estudo estatístico das quantidades e das qualidades técnicas, mas também, a avaliação das relações que os elementos da rede mantêm com a presente vida social, em todos os seus aspectos, isto é, essa qualidade de servir de suporte corpóreo do cotidiano.

Dias (2007, p. 22) corrobora o pensamento de Santos, ao conceber a rede enquanto produto social, quando diz que “a rede, como qualquer outra invenção humana, é uma construção social. Indivíduos, grupos, instituições e firmas desenvolvem estratégias de toda ordem (políticas, sociais, econômicas e territoriais) e se organizam em rede”.

O autor acrescenta que “a rede não constitui o sujeito da ação, mas expressa ou define a escala das ações sociais”, e, além disso, “as escalas não são dadas a priori, são construídas nos processos” (DIAS, 2007, p. 19). A autora ainda

apresenta interessante contribuição ao tratar as redes a partir de uma análise territorial. Segundo ela, a lógica territorial resulta de dois mecanismos: os endógenos e os exógenos, explicando que

[...] os endógenos – [são] relações que acontecem nos lugares entre agentes conectados pelos laços de proximidade espacial – e os mecanismos exógenos – [são os] que fazem com que um mesmo lugar participe de várias escalas de organização espacial (DIAS, 2007, p. 20).

Para Dias (2008), a rede aparece como viabilizadora de duas estratégias: “circular” e “comunicar”, elementos extremamente importantes quando se pensa em mercado. Cunha (2002, p. 268) acrescenta:

Circulação e comunicação estão a serviço das redes e, por sua vez, as redes de circulação e comunicação contribuem para modelar o quadro espaço-temporal que é todo o território. A utilização de uma rede depende dos meios à disposição (energia e informação), dos códigos técnicos, sociopolíticos e socioeconômicos, assim como dos objetivos dos atores.

Milton Santos (2014, p. 268), a respeito da circulação, afirma que “o próprio padrão geográfico é definido pela circulação, já que esta, mais numerosa, mais densa, mais extensa, detém o comando das mudanças de valor no espaço”. Silva Júnior (2004, p. 25) complementa:

O predomínio da circulação geográfica sobre a produção stricto sensu, no mundo contemporâneo, pressupõe fluidez, que hoje é produzida pela racionalidade técnica e científica que se materializa no desenvolvimento dos processos logísticos e na formação de redes, proporcionando a otimização da gestão do capital.

Assim, entender o que favorece os fluxos de pessoas, mercadorias e informações torna-se ponto interessante. Santos (2014, p. 275) ressalta que “não basta, pois, produzir. É indispensável por a produção em movimento. Em realidade, não é mais a produção que preside a circulação, mas é esta que conforma a produção”.

Essa observação nos remete às redes técnicas. Segundo Dias (2008, p. 141), “toda a história das redes técnicas é a história de inovações, que, uma após as outras, surgiram em resposta a uma demanda social antes localizada do que uniformemente distribuída”. E na atual conjuntura são as redes técnicas que dão suporte aos fluxos.

Nesse sentido, destacamos as redes técnicas e de informação. Destarte, algumas questões nos instigam:

- Qual o papel das redes rodoviárias e das redes de informação na consolidação do mercado de confecção de Fortaleza?
- Qual o seu significado?

Autores como Milton Santos (2014), e Costa e Ueda (2007) expõem que as redes técnicas são materiais e sociais. Já mencionamos que elas podem também ser visíveis ou invisíveis e, assim, esboçam uma realidade complexa na qual a intencionalidade dos que estão inseridos em sua dinâmica torna-se significativa para seu entendimento. Costa e Ueda (2007, p. 135), em interessante abordagem sobre redes técnicas e território, expõem que

[...] não é compreender o objeto que se torna o mais importante, mas o conteúdo das ações que os produzem e os põem em funcionamento. Assim, uma rede é um artefato técnico implantado em determinado espaço com a função de exercer um poder de conexão de pontos e passagem de fluxos; mas ela é também as relações que animam esses artefatos técnicos.

Nesse sentido, compreender como os atores sociais comportam-se e atuam, dando significado e dinâmica à rede, torna-se importante para entender o papel dessa rede na organização do espaço. Em relação ao mercado de confecção de Fortaleza, abordaremos a ação de seus agentes em um outro capítulo do trabalho.

Os autores acima citados, baseados no pensamento de Bassand (2002), que foca a interação território-rede, atentam para o fato da existência de vários atores como os atores econômicos, políticos, profissionais da rede, os usuários da rede e os excluídos do acesso à rede. Salienta-se que esses agentes não desempenham funções isoladas nessa dinâmica.

Pereira (2009, p. 122), ao abordar esse tema, apresenta que as redes técnicas ou de infraestruturas “são aquelas que dão suporte ao fluxo de materiais e informações, redes de transporte (rodovias, ferrovias, etc), e as de comunicação e informação (infovias, internet, sistemas de comunicação via satélite, etc.)”.

Quanto às redes de transporte, o autor expõe que elas “na maioria das vezes estão ligadas ao trabalho da produção hegemônica (referência)?”. Contudo, como é típico das atividades do circuito inferior da economia urbana, os agentes que fazem parte da dinâmica do mercado de confecção de Fortaleza aproveitam as melhores oportunidades para permanecer ativos, ou seja, desenvolvem estratégias para sobrevivência diante das mudanças socioespaciais e dessa forma também contribuem para as transformações dos espaços nos quais se inserem.

Sobre as redes técnicas Dias (2007, p. 21) destaca:

A principal política espacial implementada na última década foi orientada pela lógica das redes; a concepção que estava subjacente à proposta dos Eixos Nacionais de Integração e Desenvolvimento (ENID) implementada durante o governo FHC, considerava as redes de transporte como fatores de desenvolvimento e de integração regional [...].

Além disso, nas últimas décadas, as redes técnicas no Brasil passaram a ser preponderantemente controladas pela iniciativa privada. Tal fato não significou a redução do Estado “quanto ao seu papel político de ‘gestor’ dos conflitos no território”, mas sim, o desenvolvimento de novas estratégias de gestão e ordenamento, até porque é o Estado o responsável e o detentor do poder de normatizar o espaço. “Assim, ao lado dos atores econômicos, como as grandes empresas, constituindo uma relação de parceria na implantação de redes técnicas, estão os atores políticos, como o Estado” (COSTA e UEDE, 2007, p. 136).

Milton Santos (2008, p. 161), ao discutir a relação entre o Estado e o circuito moderno, explica que “o Estado apresenta-se como aliado do circuito moderno da economia nos países subdesenvolvidos. O apoio que ele dá às diferentes modalidades de modernização tecnológica assume os mais variados aspectos”.

Assim, o interesse na fluidez perpassa pela ação conjunta do poder público e da iniciativa privada. Cabe ao Estado direta ou indiretamente “prover o território dos macrossistemas técnicos sem os quais as demais técnicas não se efetivam” (Santos, Milton, 2014, p.172). Por outro lado, visando seu próprio interesse mercantil as empresas estabelecem redes privadas

Em relação ao Brasil, o Estado favoreceu o comando das grandes empresas sobre as redes técnicas, como Costa e Uede (2007, p. 45) afirmam:

Nesse aspecto, o processo de desestatização das redes técnicas no Brasil, que ganhou mais expressividade no governo de Fernando Henrique Cardoso – 1995-2002 (VELASCO JR, 1997), significou a saída do Estado brasileiro do controle das redes. Todavia, o Estado não deixou de atuar na promoção da infraestrutura, como acontece no caso da construção de novas redes que beneficiam o setor privado, a exemplo da construção da Ferrovia Norte Sul nos estados de Goiás, Tocantins, Maranhão e Pará, que irá beneficiar, sobretudo, o escoamento da produção agrícola, com grande destaque para a soja.

Desse modo, o território é influenciado e controlado pelos que detêm o domínio das redes técnicas, mas o território também é condição de desenvolvimento dessas novas tecnologias. Nesse sentido, para Silveira (2003, p. 6),

[...] devemos pensar a rede técnica como um elemento que abre um horizonte de possibilidades em relação ao desenvolvimento de um dado território. A instalação e o aproveitamento das redes técnicas, engendrados por uma dada dinâmica social e econômica, e expressão de relações de poder existentes no lugar, tornam aparente tanto as potencialidades como os constrangimentos ao desenvolvimento social e espacial do território.

Assim, no comando das redes técnicas, as grandes empresas exercem o poder sobre o território, excluindo outros agentes sociais, mas sem ignorá-los e deixá-los sem força no exercício do poder. Pois, nas redes, “o ideal do exercício do poder não consiste em impedir a ação, mas em impulsioná-la e, em certos casos, até produzi-las” (COSTA e UEDA, 2007, p.139). E o impulso se dá pela queda dos entraves à mobilidade, ou seja, pelo incentivo à fluidez. E no contexto de globalização, destacam-se e exigem-se fluidez, eficácia na circulação de pessoas, mercadorias,

informações e capital. Dessa forma, o papel das redes técnicas na atual conjuntura é de extrema importância, como ressalta Silveira (2003 p. 6):

Nesse contexto, de afirmação do espaço dos fluxos, não há como não considerar o fato de que a fluidez e a funcionalidade técnica requerida ao território evidenciam a importância estratégica e funcional das redes técnicas. Nesse aspecto, as reflexões quanto aos efeitos e às determinações do processo de globalização da economia em relação ao papel das redes e sua relação com a produção e organização do espaço geográfico em geral, e do território em particular, adquirem fundamental importância.

Assim, graças aos progressos técnicos e às formas atuais de desenvolvimento da economia, cada vez mais as redes de comércio, produtivas, de transporte e de comunicação são globais (SANTOS, 2014). Além disso, segundo o referido autor, podemos descobrir o movimento global através do particular, ou seja, as manifestações locais também são importantes no entendimento das redes. Para Santos, o lugar é onde

[...] fragmentos da rede ganham uma dimensão única e socialmente concreta, graças à ocorrência, na contiguidade, de fenômenos sociais agregados, baseados num acontecer solidário, que é fruto da diversidade e num acontecer repetitivo, que não exclui a surpresa (SANTOS, Milton, 2014, p. 270).

Igualmente, no contexto da economia globalizada, Rogério Silveira (2003) traz interessante discussão acerca das implicações do global sobre o lugar. Conforme o autor, diante de significativas mudanças tecnológicas e produtivas, ocorrem mudanças nas formas espaciais, além de uma nova lógica espacial na qual o espaço dos fluxos tende a sobrepor-se ao espaço dos lugares. Nesse sentido, há uma redefinição do lugar “a partir do potencial integrativo do novo padrão tecnológico”, principalmente das redes informacionais que se estabelecem em escala planetária.

Assim, é simplesmente contraditória a ideia de que os lugares sejam indiferentes à economia pura de fluxos “devido, antes de tudo, à crescente polarização geográfica das atividades” (Silveira, 2003). Concordando com Veltz (1999), Silveira (2003, p. 7) acrescenta que o desafio é “compreender como a economia global funde

suas raízes, de múltiplas maneiras, nas estruturas territoriais históricas, e como o global se nutre constantemente do local transformando-o”. Diante do que foi exposto, Silveira (2003) enfatiza que é incoerente a afirmação de que a universalização das redes técnicas homogeneíza o espaço e conseqüentemente desterritorializa o lugar. O autor lembra que

[...] se a realidade da interação entre redes e territórios contradiz os mitos de desterritorialização e de dualidade do espaço, isso não significa, contudo, afirmar a neutralidade das redes técnicas em relação à dinâmica territorial. Para ele (quem?), a verdadeira eficácia territorial das redes é designada pelo fato de que elas “tornam possível a criação ou o reforço da interdependência entre os lugares”. Ou seja, através das redes os territórios formam um sistema. (SILVEIRA, 2003, p.8).

Sobre a discussão acerca da possível homogeneização do espaço pelas redes, Milton Santos (2014, p. 268) deixa bem claro que não existe homogeneidade do espaço, assim como não existe homogeneidade das redes, assinalando que a ideia de homogeneização é um mito, até porque “o espaço permanece diferenciado e esta é uma das razões pelas quais as redes que nele se instalam são igualmente heterogêneas”.

Diante das discussões apresentadas até agora, levantamos o questionamento: como o sistema de infraestrutura viária contribuiu para o fortalecimento do mercado de confecção de Fortaleza nas últimas décadas? Vimos que, desde a segunda metade dos anos noventa, a maior parte do controle das redes técnicas de locomoção passou para as mãos da iniciativa privada²³.

Bastos (2016, p. 496), ao versar sobre as políticas territoriais do Brasil²⁴, mostra que nos instrumentos de planejamento governamentais, como os Planos Plurianuais (PPA) do governo de Fernando Henrique Cardoso, destacou-se o favorecimento aos investimentos nacionais estrangeiros, bem como a “integração

²³ Essa posição foi posta em prática através do instrumento de planejamento governamental, os Planos Plurianuais (PPA). No governo de Fernando Henrique Cardoso, foram postos em prática o “Brasil em Ação” (1996-1999) e o “Avança Brasil” (2000-2003).

²⁴ A constituição brasileira de 1988 estabeleceu como instrumento de planejamento governamental de médio prazo os chamados PPAs, nos quais estão inclusas ações voltadas para o desenvolvimento como as de infraestrutura.

competitiva, ou integração competitiva dos pedaços competitivos do Brasil na economia mundial”. O PPA “Avança Brasil” (2000/2003) trouxe como particularidade os Eixos Nacionais de Integração e Desenvolvimento (ENID), voltado para o desenvolvimento espacial articulado ao mercado internacional. A respeito dos ENIDs e sua integração interna do território brasileiro, Freitas (2012, p. 53) pontua:

Essa integração é uma integração de infraestrutura, principalmente rodoviária e ferroviária, para dar maior abertura a áreas que não estão totalmente integradas ao mercado nacional e internacional e também reduzir os custos dos transportes para uma redução dos preços dos produtos nacionais, logo, ser mais competitivo internacionalmente e trazer divisas para o Brasil.

O autor acrescenta que um dos objetivos do projeto era a redução das desigualdades regionais, destacando “as potencialidades das regiões dentro do desenvolvimento recente do país” além de “integrar a economia do país ao mundo” (FREITAS, 2012, p. 53). Assim, a ligação interna do país era necessária e para isso era imprescindível “investir em uma malha de transporte multimodal em que os espaços de produção, distribuição e consumo pudessem ser diminuídos”, aumentando dessa forma a competitividade (FREITAS, 2012, p. 53).

Nos planos seguintes (2008/2011 e 2012/2015), manteve-se o caráter dos planos anteriores, com “a preocupação em facilitar a ação do capital privado na execução dos planos” (BASTOS, 2016, p. 494), ocorrendo, contudo, uma concretização através de recursos provenientes do Plano Nacional do Crescimento (PAC).

Considerando que os investimentos nas redes técnicas de infraestrutura assentadas sobre o território têm a intencionalidade e a ação dos atores do circuito superior da economia, na busca de garantir a circulação de capital, esses investimentos também contribuíram, de forma indireta, para o deslocamento e a circulação dos atores que fazem parte do circuito inferior. Destarte, corroboramos o pensamento de Montenegro (2011, p. 51-52) quando ele afirma:

Enquanto os atores hegemônicos apresentam cada vez mais a possibilidade de criar as formas nas quais realizam suas atividades, apoiados nos recursos técnicos e políticos do período atual; os não hegemônicos utilizam as formas que já estavam prontas, aproveitando-se, muitas vezes, dos interstícios produzidos pelo próprio circuito superior.

Quanto aos fluxos de informação, eles passaram a constituir componente-chave no entendimento das redes (CORRÊA, 2005) e o desenvolvimento das redes técnicas os ampliou e os acelerou (PEREIRA, 2015). Segundo Dias (2008), diante de uma realidade com novas complexidades, destacam-se as simultaneidades e as instantaneidades das redes de informação. De acordo com o autor, essas redes interligam os espaços de forma rápida e abrangente:

Com a explosão das técnicas reticulares, especialmente as redes de comunicação – como a internet –, a rede é representada como organismo planetário e parece desenhar a infraestrutura invisível de uma sociedade, ela mesma pensada como rede (DIAS, 2008, p. 18).

Sobre as redes de comunicação Cunha (2002, p. 268) expõe que o “movimento da informação, ou seja, a eficácia da comunicação comanda cada vez mais a mobilidade dos seres e das coisas”. O pensamento de Dias e Cunha corroboram a discussão que Raffestin (1993) traz a respeito da relação entre redes e poder, na qual destaca a circulação e a comunicação como duas faces da mobilidade: a circulação como transferência de seres e bens *lato sensu*, e a comunicação como a transferência de informação. A circulação e a comunicação são pensadas como elementos complementares que ocorrem de forma simultânea

No caso desta pesquisa, destacamos a atuação principalmente dos vendedores, das sacoleiras e dos motoristas de ônibus no uso das redes técnicas como fator importante no crescimento e na consolidação do mercado de confecção de Fortaleza. Concordamos com Cunha (2002, p. 269) quando apresenta que “o poder das organizações está fortemente ligado às redes técnicas, mas não emana destas, apesar de possibilitarem a vigência, permanência e intensificação desse poder”.

Entendemos que é necessário identificar os diferentes agentes que de outras formas movimentam e são elos na rede, “por saberem utilizar as vantagens de

cada rede, catalisando, assim, maiores informações, energia e comunicação, viabilizando suas estratégias de atuação [...]” (Cunha (2002, p. 270), não podendo dessa forma serem negligenciados no entendimento do papel das redes sobre o espaço. Diante das discussões apresentadas, entendemos Fortaleza como uma metrópole que é nó de rede e que, diante de outros nós já estabilizados no interior da região Nordeste, se consolidou como polo metropolitano através do mercado de confecções. Assim, os fluxos do comércio de confecção são resultado das relações entre sacoleiras e vendedores/produtores, entre outros agentes indiretos, e são esses agentes que movimentam e dão vida a um dos principais mercados de confecção do país.

No próximo capítulo, apresentaremos a estruturação e a organização desse mercado sobre o espaço metropolitano de Fortaleza.

3 A ORGANIZAÇÃO DO MERCADO METROPOLITANO DE CONFECÇÃO EM FORTALEZA

3.1 A estruturação do mercado de confecção de Fortaleza

As atividades ligadas ao ramo têxtil estão presentes no Brasil desde o período colonial, quando se organizavam em pequenas produções residenciais. Ao longo do tempo, o ramo têxtil passou paulatinamente a ganhar evidência no país. Assim, “a produção têxtil foi uma das primeiras formas de manufatura brasileira, inserindo o Nordeste no processo de industrialização” (SANTOS, Marlon, 2014, p. 53), destacando-se à época os estados de Pernambuco, Bahia, Maranhão e Ceará²⁵. Conforme Alexandra Muniz (2014), o período de 1882 a 1900 constitui a primeira fase de desenvolvimento da indústria têxtil no estado do Ceará, e o período de 1900 até o final da década de 1950 representa a fase de consolidação dessa indústria no Brasil, com destaque para o Ceará.

Na segunda metade do século XX, no contexto de atuação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), a região Nordeste contou com políticas públicas que abrangeram a implantação de indústrias, sobretudo a têxtil. Nesse contexto, o setor de produção de confecção passa a adquirir importante papel no estado do Ceará garantindo emprego para considerável número de pessoas. A produção têxtil representa 60% das indústrias do Ceará, segundo a Federação das Indústrias do Estado do Ceará (Fiec).

Assim, a relação da metrópole Fortaleza com a confecção não é fato recente, estando sua trajetória relacionada com a produção de algodão, que foi de extrema importância para a economia do estado, principalmente no século XIX²⁶, e para a produção têxtil e de confecção²⁷. Na segunda metade do século XX, o estado

²⁵ Atualmente destacam-se na produção confeccionista na região Nordeste os estados de Pernambuco, Paraíba, Ceará e Natal.

²⁶ Para muitos historiadores, a disponibilidade de algodão oriunda do período pós-Guerra de Secessão (1862-1866) foi o elemento impulsionador da indústria têxtil no Ceará. No entanto, outros fatores têm que ser levados em consideração, tais como a questão do preço desse produto no mercado, a criação de uma infraestrutura capaz de sustentar a produção e a comercialização do produto, incluindo aí o próprio papel do Estado e, sobretudo, as possibilidades de acumulação de capital oriundas da comercialização do algodão (SINDITÊXTIL – FIEC, 2002).

²⁷ Em 1907, o Ceará já tinha 18 fábricas e 1.200 operários (INDI).

do Ceará passa a destacar-se no setor da indústria de confecção, tornando-se o segundo maior polo de confecção do país.

Conforme trabalho elaborado pelo Instituto de Desenvolvimento Industrial do Ceará (Indi), alguns vetores foram fundamentais para que nas décadas de 1970 e 1980 o Ceará desenvolvesse seu polo de confecção, entre os quais estão: os incentivos financeiros e fiscais; o destaque em participação na Feira Nacional da Indústria Têxtil²⁸ (Fenit); a criatividade e o diferencial da moda cearense; a participação das mulheres na direção das fábricas de confecção. Nesse sentido, entendemos que os processos acima aludidos, que conduziram o estado do Ceará a sobressair-se como polo de confecção, são pertinentes ao estudo e ao entendimento da estruturação do mercado metropolitano de confecção que pesquisamos.

Alexsandra Muniz (2014), ao pesquisar a indústria têxtil do Ceará, com base nos dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2010), apresenta que o faturamento médio mensal do setor têxtil e de confecção no Estado do Ceará é de 15 a 18 milhões de reais. As pequenas²⁹ empresas geram quase 10 mil empregos diretos e são responsáveis por cerca de 80% da produção local, impulsionando conseqüentemente o comércio varejista e atacadista de confecção no estado.

Analisando essa temática a partir do desdobramento dos circuitos da economia urbana, no contexto da globalização, o setor confeccionista adquire uma organização na qual a relação entre o circuito superior e o circuito inferior é articulada³⁰ e ocorre de forma descentralizada. A cadeia produtiva, a montagem das peças, é transferida para os países periféricos, ficando os escritórios, o *marketing* e a mão de obra mais qualificada nos países europeus e nos Estados Unidos (SANTOS, Marlon, 2014).

Destarte, considerando o potencial confeccionista que tem o Ceará, focaremos nossa análise no setor característico do circuito inferior da economia

²⁸ Importante feira da moda brasileira realizada anualmente em São Paulo.

²⁹ Segundo o Sebrae, são consideradas indústrias de pequeno porte as que possuem de 20 a 99 funcionários.

³⁰ Segundo Santos, Marlon (2014, p. 36), essa articulação é “mediada por atacadistas, terceirizados que subcontratam ou montam pequenas oficinas confeccionistas para empregar pessoas que não têm acesso a empregos regulares e procuram sustento na produção de confecção, submetendo-se a péssimas condições de trabalho”.

urbana – reforçando que esse circuito não é independente e não pode ser analisado isolado do circuito superior –, especificamente na confecção de vestuário voltada para um público com menor poder aquisitivo. Nesse setor, as peças produzidas em sua maioria são cópias de modelos de grandes grifes, que buscam imitar as tendências ditadas pela moda propagada comumente, por exemplo, pelas telenovelas. Tal fato nos revela que o circuito inferior desenvolve estratégias para se manter sempre ativo diante das constantes transformações típicas do atual período de globalização. Assim, percebe-se que

[...] o circuito inferior busca responder ao aumento do consumo, diversificando serviços e produtos oferecidos, muitas vezes inspirados naqueles do circuito superior, através da constante renovação de uma divisão do trabalho imitativa (MONTENEGRO, 2011, p. 46).

Salientamos que a imitação é muito utilizada no mercado estudado, contudo ele também se destaca pela criatividade e pela originalidade cada vez mais presentes. A diversificação de estratégias consolida a produção de confecção, que se torna gradativamente mais importante na economia. Assim, produção e venda de confecção são atividades relevantes que empregam muitas pessoas nos países ditos não desenvolvidos, como China, Bangladesh, Brasil, entre outros.

No Brasil, destacamos os polos de confecção da região Nordeste, como, por exemplo, Santa Cruz do Capiberibe e Caruaru no estado de Pernambuco e Campina Grande na Paraíba, importantes e tradicionais polos de venda e produção de confecção que se constituíram no interior nordestino. Todavia, nossa análise desenvolve-se considerando o mercado de confecção que, diferentemente dos citados, consolidou-se principalmente nas duas últimas décadas no espaço metropolitano da capital cearense, tornando-se importante nó na rede de produção e comércio de confecção popular, mas que abrange uma área que ultrapassa os limites metropolitanos, alcançando quase todas as regiões do país³¹. Adiante segue mapa de localização dos principais polos de confecção do Nordeste brasileiro.

³¹ Segundo dados da PMF, a região Sul é única que não tem presença de sacoleiras no mercado de confecção da metrópole de Fortaleza.

Nesse contexto, é possível vislumbrar no espaço urbano da metrópole fortalezense a organização desse mercado de confecção que vem se destacando no cenário nacional e até mesmo internacional. Em sua dinâmica, é possível observar claramente as relações de complementaridade e dependência que se desenvolvem entre os circuitos da economia urbana. Silva, E. (2013 p. 130), ao abordar os territórios do comércio de confecção no centro da cidade de Fortaleza, descreve o modo como parte dessas relações ocorrem:

No caso do circuito espacial de produção e venda de confecção em Fortaleza, a relação entre os circuitos é apreendida desde o processo de produção, realizado em pequenas fábricas, geralmente instaladas na própria residência dos trabalhadores, cuja matéria-prima utilizada é obtida no comércio ou nas indústrias de tecidos do circuito superior ou do superior marginal³².

Essa dependência do circuito inferior em relação ao circuito superior reflete-se em outras ações, como a compra de equipamentos, por exemplo, as máquinas de costura. Essas máquinas, quando não são adquiridas de segunda mão, fato característico do circuito inferior, são obtidas no comércio do circuito superior, com formas de pagamento parceladas, dinheiro de empréstimos, cartão de crédito, condições que muitas vezes levam ao endividamento dos trabalhadores.

Assim, entendemos que o circuito inferior, produto da atual modernização em permanente processo de transformação e adaptação, tem em todas as cidades forte vínculo com os setores modernos da economia, tendo em vista parte de seu abastecimento proceder direta ou indiretamente dos referidos setores. Dessa forma, Milton Santos (2008, p. 39) atenta para um aspecto importante, “[...] o da dependência do circuito inferior em relação ao superior”.

Nessa conjuntura, o mercado de confecções de Fortaleza também tem uma intensa articulação entre a produção e a distribuição, além de dinamizar outros setores

³² Ressaltamos que Dantas (1995), ao analisar o comércio ambulante no centro de Fortaleza, já registrava a relação entre o comércio estabelecido e os vendedores ambulantes, pois muitos ambulantes adquiriam e ainda adquirem suas mercadorias com os comerciantes formais. Além disso, muitos desses comerciantes negociam a permanência de camelôs nas portas das lojas, bem como chegam a fazer acordos que lhes permitem o uso de máquinas de cartão de crédito, caso necessitem.

da economia urbana da metrópole Fortaleza. Dessa forma, investigando a organização e o desenvolvimento desse mercado surgiram alguns questionamentos:

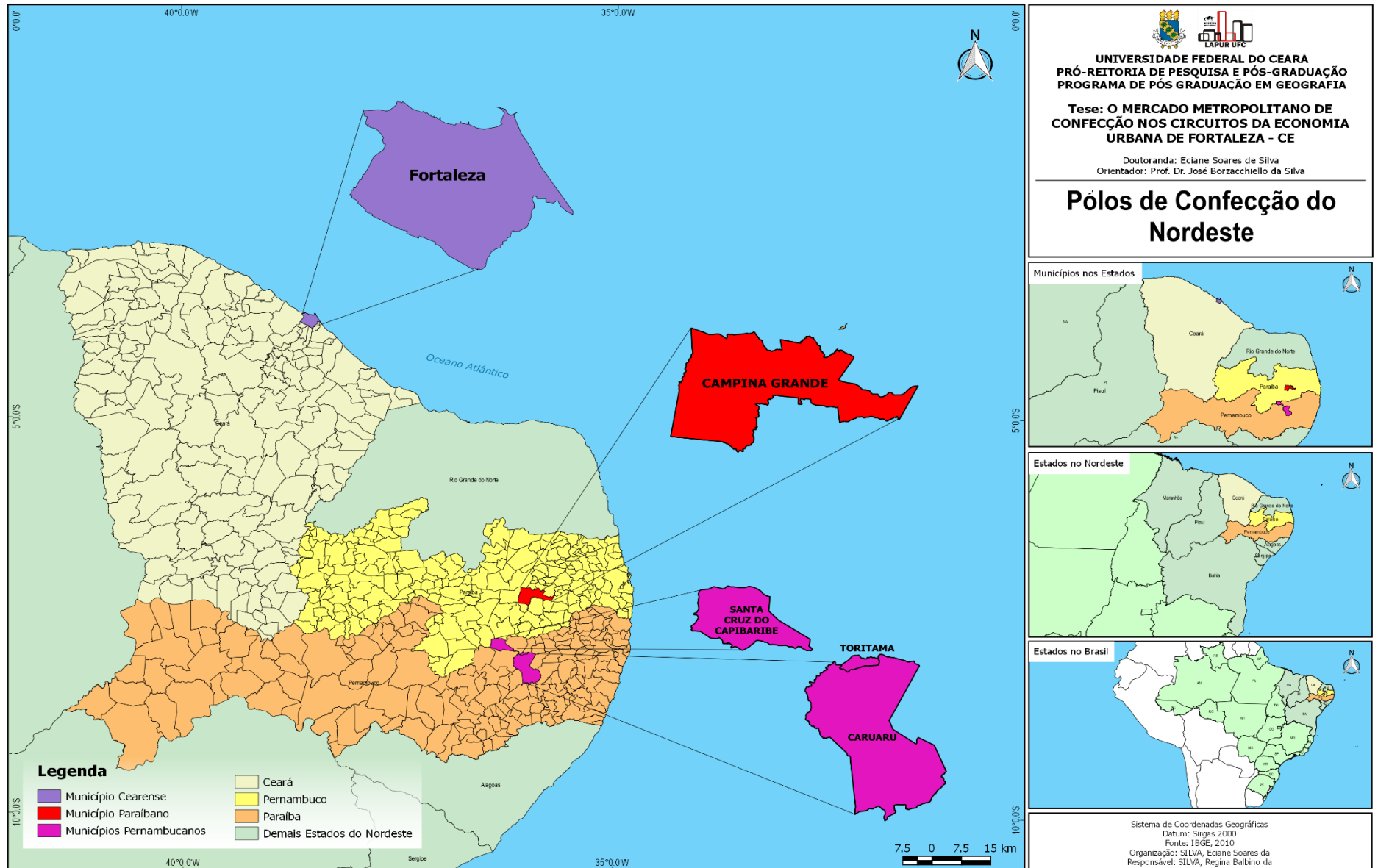
- Quem alimenta a dinâmica desse mercado de confecção?
- Quais setores, exatamente, são movimentados?

Essa dinâmica é alimentada principalmente por produtores, fornecedores, vendedores e sacoleiras. A ação e relação desses agentes são mais complexas do que inicialmente possam parecer. As sacoleiras provenientes do interior do estado e de outras regiões do país³³, ao chegar a Fortaleza, atuam como compradoras de mercadoria e, ao retornarem ao seu lugar de origem, agem também como comerciantes, seja em pequenas lojas, seja em feiras populares, seja ainda de porta em porta.

A forma de atuação dos outros agentes – produtores, atravessadores e vendedores – torna-se ainda mais complexa, pois eles podem exercer somente uma dessas funções, duas delas, como também as três funções dentro do mercado de confecção investigado.

³³ Segundo dados da PMF, sobre a procedência das sacoleiras que vem para o mercado de confecção de Fortaleza, 22% são de São Luís (MA), 21,6% de Belém (PA), 18,1% de Natal (RN), 13,4% de Teresina (PI), 8,6% de Recife (PE), 4,2% de Salvador (BA), 3,5% de São Paulo (SP), 1,7% de João Pessoa (PB), 1% de Manaus (AM), 0,7% de Maceió (AL), 8,2% do interior do Ceará e 8% de outros estados.

Mapa 1 – Polos de Confeção do Nordeste.



Em nossas pesquisas de campo, nas observações e nas conversas informais com os trabalhadores, foi corriqueiro encontrar pessoas que produzem mercadorias em pequenas facções, junto com parte da família³⁴, e também vendem a mercadoria nos principais pontos de escoamento do mercado estudado.

Sobre a participação familiar no processo de produção e venda de mercadoria, essa prática “[...] representa uma economia de tempo e dinheiro e quase sempre constitui a única possibilidade de ter uma atividade econômica” (SANTOS, 2008, p. 217). Outros trabalhadores apenas produzem e fornecem mercadoria diretamente aos vendedores ou para os atravessadores, que repassam a mercadoria para os vendedores. Alguns atravessadores, além de repassar mercadorias para os vendedores, também a comercializam diretamente para as sacoleiras. Assim, esses trabalhadores, muitas vezes, exercem múltiplas funções dentro dessa cadeia de produção e comércio de confecção.

Silva, E. (2013), ao analisar os territórios de confecção do centro da cidade de Fortaleza, abordou o perfil do trabalhador desse mercado no que se refere à produção da mercadoria e constatou que, dependendo do local de venda, essa dinâmica muda. Por exemplo, na Feira da Sé³⁵, 65,9% dos vendedores produzem integralmente suas mercadorias e 10,5% dos trabalhadores as produzem parcialmente. “No processo parcial de produção, o trabalhador realiza, por exemplo, o corte das peças, terceirizando a fase de costura e de acabamento das peças para outros trabalhadores que possuem o equipamento adequado [...]” (SILVA, E., 2013, p. 125).

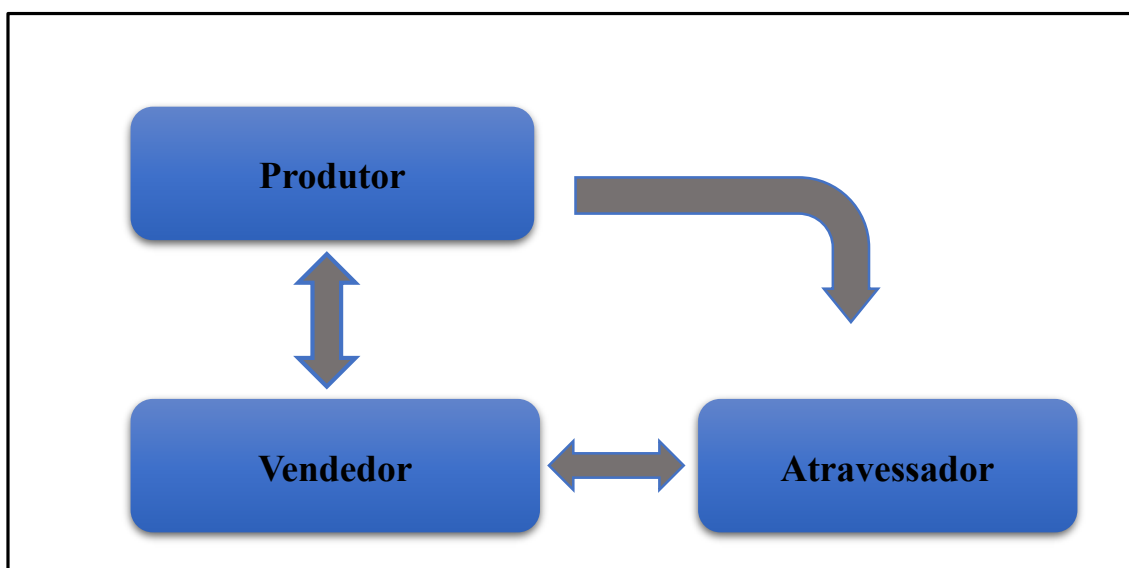
Já no Beco da Poeira, 72,3% dos comerciantes obtêm as mercadorias de outros vendedores/fabricantes, produzindo apenas 23% do que é vendido. Assim, percebe-se que, além das múltiplas funções exercidas pelos trabalhadores, existe uma importante articulação entre eles, dinamizando e tornando mais complexas as relações dentro do mercado de confecção da metrópole fortalezense.

³⁴ No circuito espacial de produção e venda de confecção, muitas das fabriquetas são instaladas na própria casa dos trabalhadores, em um cômodo ou no quintal. Nesse processo, identifica-se o que caracteriza o circuito inferior da economia: baixo grau de organização, de capitalização e de tecnologia. Geralmente a mão de obra é composta por vários membros da família (filhos, sobrinhos, cônjuges), responsáveis pela produção e comercialização da mercadoria (SILVA, E. 2013).

³⁵ A Feira da Sé e o Beco da Poeira, localizados no centro da cidade, são os dois principais territórios de venda de confecção do mercado metropolitano de confecção de Fortaleza.

Para entender e melhor visualizar a organização dos agentes que compõem o mercado de confecções analisado, apresentamos abaixo um fluxograma que representa as múltiplas relações e funções desenvolvidas pelos agentes dinamizadores que estudamos. Temos ciência que nem toda representação consegue dar conta da realidade, mas é uma estratégia significativa que proporciona de forma mais clara o entendimento de certas dinâmicas.

Fluxograma 1 – Relações desenvolvidas entre os agentes dinamizadores do mercado metropolitano de confecção de Fortaleza



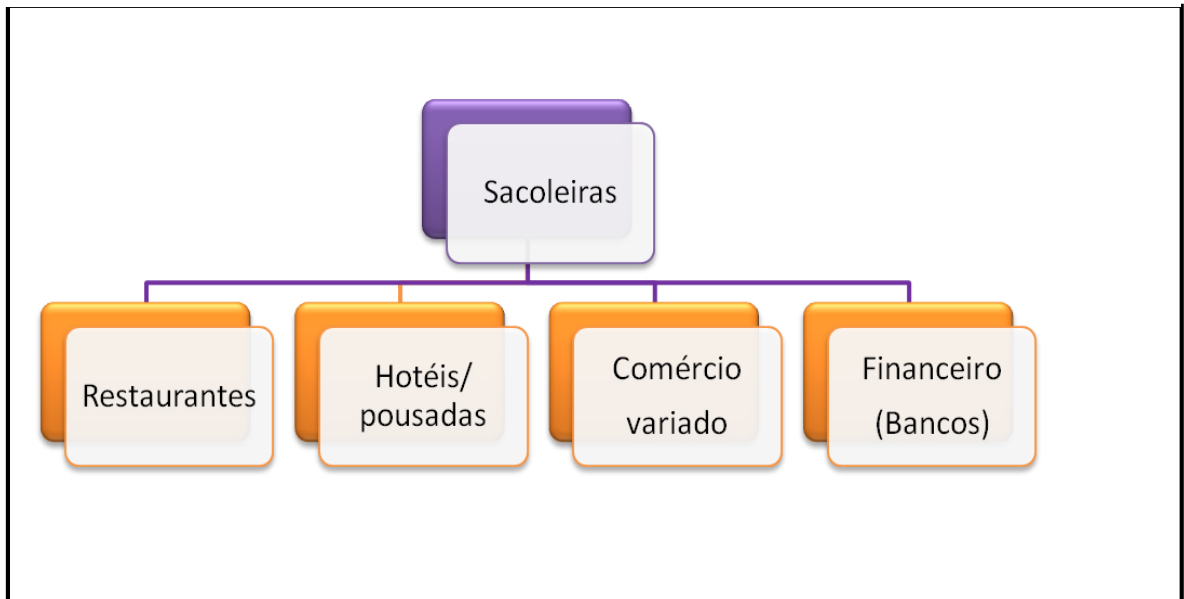
Fonte: própria autora.

Os agentes acima apresentados contribuem de outras formas na movimentação do mercado de confecção de Fortaleza, tendo em vista que as relações de trabalho não se desenvolvem apenas entre eles. Muitos dos agentes transitam, por exemplo, tanto no circuito inferior, seu abrigo na economia urbana, quanto no circuito superior e no superior marginal. Esse fato acontece porque eles movimentam outros setores da economia urbana da metrópole.

Nesse âmbito, as sacoleiras provenientes de várias partes do país se deslocam de seu local de origem com o objetivo principal de comprar confecção em Fortaleza. Contudo, ao chegar à metrópole cearense, essas pessoas utilizam serviços de outros setores econômicos da cidade. Assim, ao considerar o mercado de confecção que se desenvolve em Fortaleza, entendemos como fator significativo para a estruturação e a consolidação desse mercado a condição de metrópole da capital

cearense. Dessa forma, alguns setores econômicos se beneficiam da dinâmica gerada pelo mercado de confecções. Abaixo apresentamos organogramas com alguns dos setores movimentados pelos agentes do mercado de confecção de Fortaleza.

Organograma 1 – Setores Econômicos Movimentados pelas Sacoleiras



Fonte: própria autora.

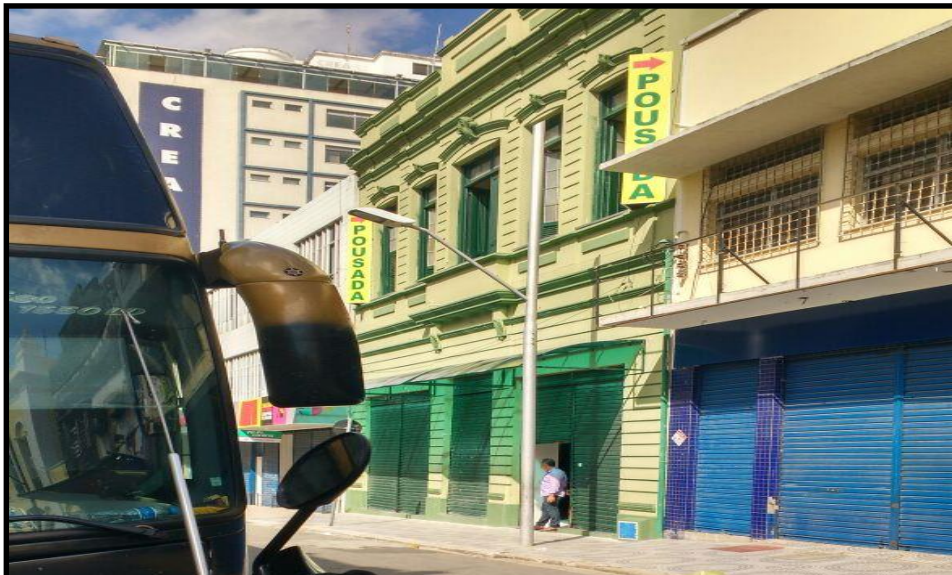
Como podemos ver no organograma acima, mesmo que o objetivo principal de centenas de sacoleiras, ao virem para a capital cearense, seja o de comprar confecção, elas movimentam o comércio variado, restaurantes, hotéis e pousadas que se localizam principalmente no centro da cidade, onde se encontram os principais pontos de escoamento do que é produzido por esse mercado. Abaixo (página 86), apresentamos análise feita a partir de imagens e trabalhos de campo, em que se vê uma das pousadas instaladas nas proximidades do polo da José Avelino, demonstrando como o mercado de confecções de Fortaleza – ao movimentar vários setores – contribui para a transformação do espaço em que se insere.

Figura 2 – Imagem de Prédio na Rua Floriano Peixoto em janeiro de 2016



Fonte: Google Maps, 2016.

Figura 3 – Fotografia do Prédio na Rua Floriano Peixoto em agosto de 2016, refuncionalizado.



Fonte: Eciane Bezerra, 2016.

As figuras acima apresentadas são do mesmo prédio, contudo de períodos diferentes. A Figura 2, que adquirimos do Google Maps, trata-se de uma imagem de janeiro de 2016 na qual o prédio de arquitetura pretérita, localizado na Rua Floriano Peixoto, centro da cidade, aparece em péssimas condições de conservação. Sua aparência transforma-se em um curto período de tempo, como podemos observar na Figura 3 na página 86, fotografia tirada em trabalho de campo em agosto de 2016. O prédio foi reformado e passou a abrigar uma pousada que estrategicamente fica ao lado e em frente de centros comerciais de venda de confecções na área do polo de confecções da José Avelino.

Percebe-se, desse modo, que a dinâmica do nosso objeto de estudo tem muitas facetas, em que são constantemente agregadas estratégias, típicas do circuito inferior da economia urbana, para garantir a reprodução dos agentes envolvidos bem como dar suporte a essa atividade que se expande em termos econômicos e espaciais e modifica significativamente o espaço no qual se desenvolve, incluindo os fixos. Esse cenário retrata a combinação de temporalidades diversas, pois se desenvolvem novas divisões de trabalho, sem que necessariamente haja a exclusão da presença dos restos das divisões do trabalho anteriores³⁶ (SANTOS, Milton, 2014).

Segundo Milton Santos, o que nos traz os restos das divisões do trabalho já passadas, em todas as escalas de divisão do trabalho, ou sejam, “os restos dos tipos de capital utilizados e suas combinações técnicas e sociais com o trabalho”, são as “rugosidades”. Vejamos como o referido autor define rugosidades:

O que fica do passado como forma, espaço construído, paisagem, o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição, com que as coisas se substituem e acumulam em todos os lugares. As rugosidades se apresentam como formas isoladas e como arranjos (SANTOS, Milton, 2014, p. 140).

Dando continuidade à análise dos setores movimentados pelo mercado em foco, além dos serviços de hospedagem e alimentação, vemos que o variado comércio³⁷ do centro da cidade também é frequentado pelas compradoras de

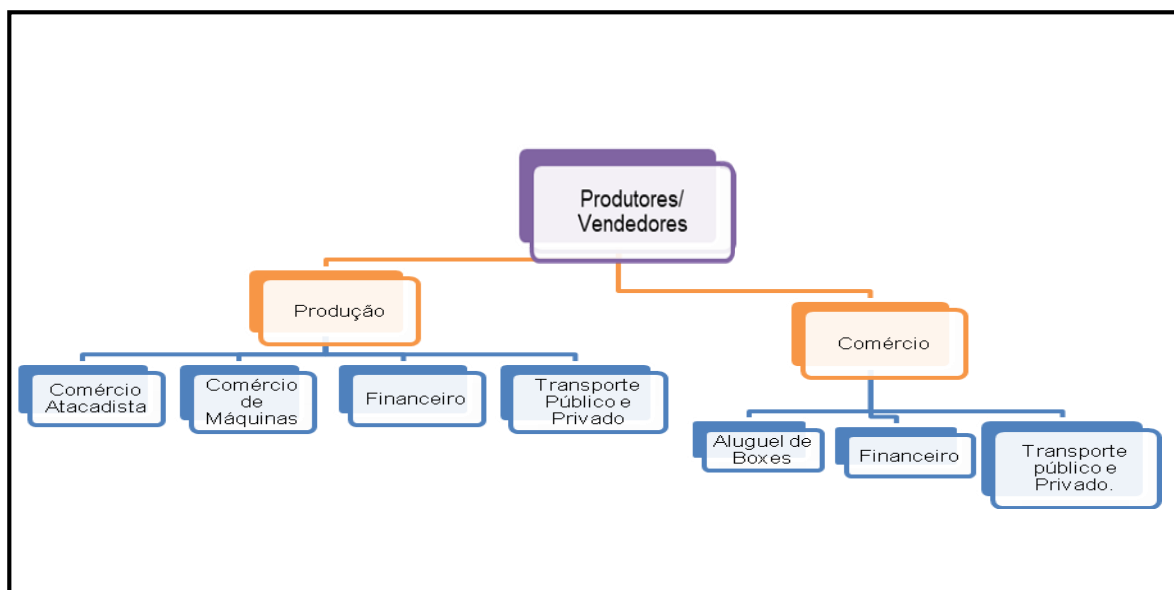
³⁶ A propósito, o principal local de escoamento da confecção produzida pelo mercado metropolitano de Fortaleza é o seu centro tradicional, que dispõe ainda de muitas formas pretéritas.

³⁷ No centro de Fortaleza destaca-se tanto o comércio como os serviços oferecidos. Considerando os principais bairros da cidade, o centro é o maior gerador de empregos, distinguindo-se o comércio e

confeção, que nele encontram mercadorias que são mais difíceis de ser compradas em suas cidades de origem (muitas sacoleiras são do interior do Ceará e do interior dos estados de origem). Os serviços bancários/financeiros são também de extrema importância na evolução do mercado de confeção de Fortaleza. O uso do cartão de crédito e a presença dos caixas eletrônicos já são corriqueiros na dinâmica da venda de confeções populares em Fortaleza, permitindo aos comerciantes e consumidores acesso rápido ao dinheiro.

Salientamos que o dinheiro ainda é o meio mais utilizado nas trocas comerciais do circuito inferior, contudo na atualidade as instituições financeiras estão cada vez mais presentes no circuito inferior, fato que reforça o caráter expansivo do circuito superior sobre o inferior. Abaixo, apresentamos mais um organograma, com os setores movimentados pelos produtores e vendedores do mercado analisado.

Organograma 2 – Alguns setores movimentados pelos produtores/vendedores



Fonte: própria autora.

Na produção, os trabalhadores movimentam o comércio atacadista, dito formal, principalmente no centro da cidade, para adquirir matérias-primas como

os serviços. Um exemplo dessa supremacia do centro é quando se considera a arrecadação do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS), que aponta o Centro como o segundo maior arrecadador do estado do Ceará.

tecidos, linhas, entre outras, além de recorrer ao comércio para a aquisição dos equipamentos necessários como as máquinas de costura³⁸. Lembramos também que muitas costureiras compram máquinas usadas, prática típica do circuito inferior da economia, tendo em vista a reutilização ser uma das bases que permanecem nas atividades desse circuito da economia urbana.

O setor financeiro na produção bem como no comércio se faz presente tanto por meio de máquinas de cartão de crédito quanto por intermédio de empréstimos pessoais em bancos ou financeiras com intuito de saldar dívidas, manter a produção e também ampliá-la, investindo, por exemplo, na compra de máquinas.

O transporte utilizado pelos agentes desse setor vai desde o transporte público das linhas urbanas e intermunicipais até os táxis, carros fretados e carros próprios, esses últimos ganhando dupla função: a de lazer da família e a do trabalho na empresa.

Em conversa informal com a pequena produtora de confecção A residente no distrito de Santo Antônio, cidade interiorana de Apuiarés no Ceará, ela nos relatou que produz roupa infantil em casa e traz a mercadoria, em média trezentas peças por encomenda, para feirantes da Sé a cada quinze dias. De acordo com Socorro, ela antes trazia a mercadoria em ônibus intermunicipal. Mas esse transporte passou a ficar muito caro, pois ela precisava pagar táxi da rodoviária até a feira e outro de volta para a rodoviária, já que ela aproveitava a viagem de entrega para fazer a compra de matéria-prima como tecidos, linhas, entre outros produtos, no centro. Dessa forma “não compensava” usar esse transporte.

Agora a pequena produtora costuma fretar um carro juntamente com outras duas costureiras da cidade que também vendem sua produção na Sé, pagando em média setenta reais por pessoa. A situação ficou melhor porque o motorista fica à disposição delas, “compensando bem mais”. Além da circunstância acima relatada, é

³⁸ Marlon Santos (2014), ao trabalhar a importância da pequena produção confeccionista do Ceará, aborda a implementação de indústrias no ramo de equipamentos. Segundo o autor, “a Nissin, do grupo Yamacom Nordeste, fez investimentos de US\$ 800 mil dólares para a fabricação de máquinas de costuras, sendo essa produção voltada para a pequena indústria de confecção, tendo o Ceará se tornado o principal comprador de máquinas de costura, seguido por Pernambuco (FIEC, 1999)” (SANTOS, Marlon, 2014, p. 55).

comum que os produtores utilizem carros próprios de porte um pouco maior como Doblôs para entrega de mercadorias, como podemos visualizar na fotografia abaixo, tirada na área da Feira da Sé, a qual mostra o descarregamento de mercadoria em dia de Feira, exatamente as 17h40, quando está iniciando o movimento principalmente dos feirantes, que se organizam de forma frenética para receber as sacoleiras durante toda a madrugada e início da manhã.

Figura 4 – Descarregamento de mercadorias no início da Feira às 17h40, na Feira da Sé



Fonte: Eciane Bezerra, 2016.

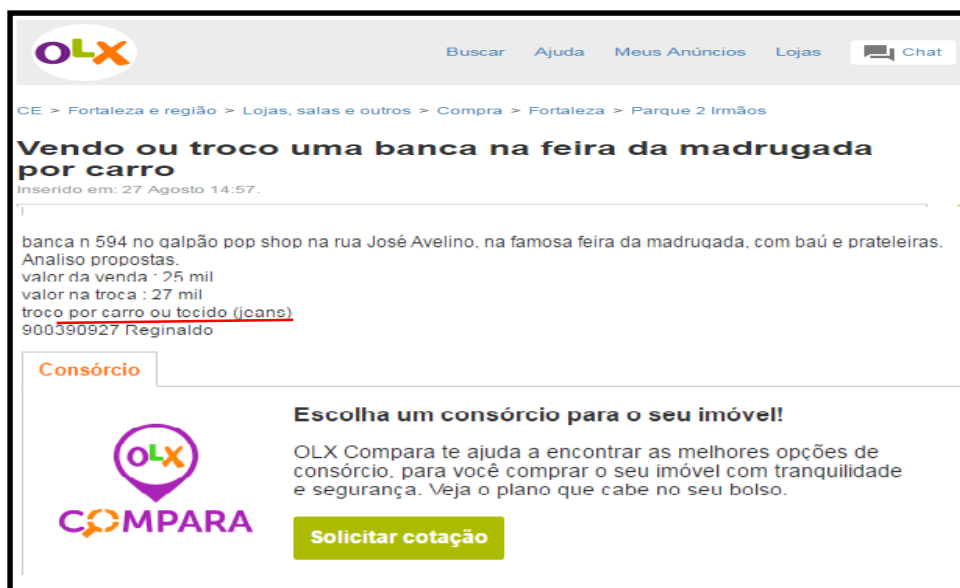
A venda e o aluguel de boxes nos centros comerciais é outro setor bastante movimentado, sendo comum visualizar anúncios principalmente nas redes sociais ou em cartazes nos próprios locais de venda ou aluguel. Abaixo na página 91 estão dois anúncios feitos na internet em diferentes plataformas.

Figura 5 – Anúncio de venda ou aluguel de banca na rede social (Facebook)



Fonte: <https://www.facebook.com/Feira-da-Madrugada-Fortaleza>.

Figura 6 – Anúncio de venda ou troca de banca na OLX



Fonte: <http://ce.olx.com.br/fortaleza-e-regiao/lojas-salas-e-outros>.

Observamos como a internet tornou-se instrumento importante para o circuito inferior da economia urbana. É uma estratégia bastante utilizada pelos agentes que fazem parte do mercado de confecção de Fortaleza, para divulgação

tanto do que é produzido como também para fazer outros negócios, como podemos visualizar no anúncio da Figura 6 feito na OLX.

No referido anúncio, percebemos que o fato da venda ou da troca da banca não significa que o dono esteja saindo do ramo da confecção, pois ele busca também na negociação adquirir matéria-prima para a produção de peças em Jeans. O anúncio demonstra que o vendedor busca adquirir dinheiro, matéria-prima ou um meio de locomoção. Na Figura 6, o vendedor mostra como vantagem estar “rodeado de grandes fabricantes”. Ou seja, além da proximidade com fornecedores de mercadorias, podemos notar que se confirmam as múltiplas funções desses agentes: terem uma banca de venda de confecção e ao mesmo tempo serem fabricantes de mercadorias.

Além dos setores já mencionados, temos que atentar para o aumento na movimentação de contratações de modistas, estilistas e modelos. Os ambulantes que lucram com a venda de lanches e os carregadores são outra parcela de trabalhadores que sobrevivem do que ganham nos dias de Feira, participando da dinâmica que anima o mercado de confecção de Fortaleza. Abaixo seguem fotografias que registram o trabalho de alguns desses trabalhadores.

Figura7 – Carregadores descarregando mercadorias (Feira da Sé)



Fonte: Eciane Bezerra, 2016.

Figura 8 – Carregador com carrinho cheio de mercadorias.



Fonte: Eciane Bezerra, 2016.

Nesse contexto, em relação à dinâmica do mercado de confecções de Fortaleza, o jornal de circulação local *Diário do Nordeste* (19/06/2016) fez o seguinte registro:

Do microempreendedor individual às pousadas, restaurantes, passando pelos entregadores de mercadorias, modelos, costureiras, modistas, taxistas, o polo potencializa renda para 100 mil pessoas, com movimentação média de pelo menos R\$ 70 milhões por mês.

O mercado analisado movimenta, portanto, montantes expressivos e envolve considerável número de pessoas que trabalham nas mais diversas funções. Abarca atividades dos circuitos superior, do superior marginal e principalmente do circuito inferior da economia urbana, este último principal refúgio de significativa parcela da população que só nele consegue encontrar atividades típicas de se reproduzir na sociedade.

Destarte, a partir de nossas observações e conversas informais, constatamos que o mercado de confecção da metrópole de Fortaleza dinamiza a

economia urbana da cidade, abrangendo vários setores econômicos, reforçando a relevância do mercado confeccionista de Fortaleza bem como a importância da capital cearense no cenário regional e nacional. Assim, para aprofundar a análise sobre o referido mercado, consideramos necessário entender melhor sua ordenação espacial, abordando suas formas de organização sobre o espaço urbano.

A disposição desse mercado sobre o espaço se dá de duas formas, que serão detalhadas no próximo tópico: a forma efêmera ou semifixa, as feiras; a forma fixa em centros comerciais. Ambas as formas geram intensos fluxos entre os locais onde se inserem e as regiões do país. Nesse sentido, Milton Santos (2001, p. 62) apresenta:

Fixos e fluxos juntos, interagindo, expressam a realidade geográfica e é desse modo que conjuntamente aparecem como um objeto possível para a geografia. Foi assim em todos os tempos, só que hoje os fixos são cada vez mais artificiais e mais fixados ao solo; os fluxos são cada vez mais diversos, mais amplos, mais numerosos, mais rápidos.

Diante da conjuntura socioespacial que analisamos e do que é exposto pelo autor citado acima, entendemos que a interação desses elementos (fixos e fluxos) agrega complexidade à realidade, gera e renova as ações sobre o espaço, dinamizando-o. Essas ações não ocorrem de forma descomprometida, mas são imbuídas de intencionalidades, seja a garantia da sobrevivência seja a possibilidade de acúmulo de capital. A propósito, Milton Santos (2001, p. 82), ao abordar essa temática, explica:

As ações resultam de necessidades, naturais ou criadas. Essas necessidades: materiais, imateriais, econômicas, sociais, culturais, morais, afetivas, é que conduzem os homens a agir e levam a funções. Essas funções, de uma forma ou de outra, vão desembocar nos objetos. Realizadas através de formas sociais, elas próprias conduzem à criação e ao uso de objetos, formas geográficas.

Assim, ao considerar nosso objeto de estudo, atentamos para o conjunto das relações socioeconômicas que se desdobra sobre o espaço, o qual suscita

diversidades de situações, que podem ser gerais e também específicas do mercado estudado.

3.2 As feiras e o comércio de confecção

Diante da disseminação das formas modernas de comércio e consumo como os *Shopping Centers*, as Lojas de Departamento, os Hipermercados, entre outras, as Feiras³⁹ são representações imbuídas de valores socioculturais, que resistem em sua forma tradicional ou reformulada, como as feiras dedicadas à venda de produtos de confecção. As Feiras como atividade relevante para os centros urbanos foram e ainda são espaços de sociabilidade onde ocorrem as trocas comerciais, em que seus agentes realizam suas necessidades de consumo ou garantem sua sobrevivência. Sobre isso, Araújo e Dronin (2008, p. 16) asseveram:

O fato é que desde a Era Medieval, perpassando pela época moderna e no momento histórico contemporâneo, as feiras consistem num verdadeiro mosaico de espaços de sociabilidade, onde a relação estabelecida entre tempo, agentes sociais e processos concorre para que a vida cidadina carregue grande diversidade e riqueza de possibilidades plurais de rituais, comportamentos, normas e limites de uso e apropriação do território urbano.

O fato é que nas feiras conseguimos visualizar um emaranhado de relações que são permitidas mesmo com uma diversidade de atores sociais que buscam a sua reprodução nesse espaço de múltiplas possibilidades. Corroboramos, assim, o pensamento de Dantas e Pachelly (2008, p. 97), que, ao abordarem as feiras nordestinas, apresentam que,

[...] independente de onde elas se realizam, as Feiras Livres se constituem “num centro natural da vida social [pois] tudo se acelera com a Feira” (BRAUDEL, 1998, p. 16), um local onde são realizados todos os tipos de trocas comerciais, simbólicas e sociais; local dos conflitos e dos encontros,

³⁹ As formas comerciais que caracterizam as feiras remontam a vários séculos, tendo destaque na Idade Média. Sua origem teve estreita relação com a retomada das atividades comerciais com o fim da Idade Média e início da Idade Moderna. Na Europa, a produção era voltada para a subsistência e, quando havia excedente, ocorriam as trocas comerciais. Enquanto espaço de sociabilidade, as feiras foram essenciais para o surgimento de várias cidades.

dos políticos, dos cantadores, dos poetas, da mendicância, dos trombadinhas etc.

Dessa maneira, as feiras são locais onde é possível vislumbrar na paisagem urbana o desdobramento de distintas ações sociais, sejam elas culturais, sejam econômicas, políticas, sejam ainda de outra natureza. Na região Nordeste do Brasil⁴⁰, as feiras desempenharam grande importância na formação socioeconômica dessa região “por ser uma das principais formas de comercialização da produção agrícola e principal mercado de abastecimento para uma parcela da população” (DANTAS e PACHELLY, 2008, p. 92).

Entretanto, as feiras não são alheias às mudanças socioespaciais que ocorrem. Em toda a sua dinâmica, os traços tradicionais permanecem, agregando novas estratégias, como as feiras dedicadas principalmente ao comércio de confecções, que vão surgir e entrar em evidência a partir de meados do século XX como importantes polos confeccionistas. Dessa forma, destacamos o significativo papel das feiras nos principais polos confeccionistas da região Nordeste.

A origem, a organização, a forma de comercialização nas feiras e o destino das confecções populares demonstram que essa atividade é típica do circuito inferior da economia urbana e tornou-se uma das principais formas de produção e reprodução social de considerável parcela da população nordestina, ganhando destaque na economia urbana das cidades que abrigam os polos confeccionistas. Dantas e Pachelly (2008, p. 97) complementam nosso pensamento ao considerar a seguinte afirmativa:

Como instituição destinada às trocas comerciais, as feiras ainda mantêm suas funções no contexto da cidade. Só que, devido às desigualdades socioeconômicas existentes no Brasil, esta função é particularmente importante para os pobres. Sobre este aspecto, Felipe (1982, p. 45) afirma que “a feira sem dúvida nenhuma, ainda é a forma de comércio onde a

⁴⁰ No Brasil, essa atividade foi trazida pelos portugueses no período de colonização, e assim como na Europa elas tiveram grande importância na formação dos núcleos urbanos, principalmente no Nordeste onde muitas cidades do interior surgiram devido às feiras do gado. Uma das primeiras feiras de que se têm notícias de instalação na Colônia deu-se no Nordeste, provavelmente entre os séculos XVI e XVII. Esta feira estava possivelmente localizada em Capoame, no norte do Recôncavo Baiano (DANTAS E PACHELLY, 2008).

população pobre viabiliza o seu consumo”. Desta forma, o que é decisivo para explicar os níveis diferenciados de consumo na sociedade são as diferenças de status socioeconômico da população.

As diferenças quantitativas e qualitativas no consumo caracterizam cada circuito da economia urbana dos países não desenvolvidos. No caso desta pesquisa, como já mencionado, será analisado o consumo característico do circuito inferior. Nesse contexto, torna-se importante para o entendimento da estruturação dos polos confeccionistas da região Nordeste do Brasil conhecer a origem e a expansão da chamada “Feira de Sulanca”. Essa feira originou-se nas décadas de 1950 e 1960 e hoje constitui um dos mais significativos polos confeccionistas do Nordeste, na cidade interiorana de Santa Cruz do Capibaribe no estado de Pernambuco. Abaixo, é apresentada uma foto que mostra mulheres vendendo sulanca em meados do século XX nessa cidade pernambucana.

Figura 9 – Feira de Sulanca em Santa Cruz do Capibaribe



Fonte: Blog Terra da Sulanca.

A produção de sulanca teve início a partir do uso de retalhos provenientes do descarte da indústria têxtil e de confecções de Recife, num primeiro momento, e de São Paulo⁴¹, num segundo momento (BURNETT, 2013). O material sulanca, que

⁴¹ O comércio brasileiro de confecção tem origem em São Paulo, no bairro Brás, e nasceu, basicamente, das antigas indústrias têxteis, as quais descartavam as sobras da sua principal matéria-prima, os retalhos. A cidade de Santa Cruz do Capibaribe consumia cerca de 80% dos retalhos do Brás (PEREIRA, 2016).

era descartado como lixo pela indústria têxtil, passou a ser fonte de renda, adquirindo relevância e tornando-se mercadoria predominante, o que conduziu a constituição e a importância das feiras de confecções populares no Nordeste brasileiro. Isso transformou os espaços das feiras nordestinas, anteriormente dedicadas ao abastecimento principalmente de gêneros alimentícios, surgindo então as feiras dedicadas predominantemente ao comércio de confecções populares.

O uso desses retalhos tornou-se estratégia de sobrevivência para muitas pessoas, tomando proporções mais amplas, como explica Burnett (2013, p. 11):

Esses retalhos serviam de matéria-prima para as costureiras dos sítios, as quais produziam peças de roupas e cobertas emendando os retalhos para serem vendidas nas feiras livres, servindo como complementação da renda do sítio. A mão de obra era a familiar, a unidade produtiva o domicílio e a produção doméstica e artesanal. Essa unidade produtiva passou para a zona urbana seguindo as exigências tecnológicas da linha de produção, uma vez que os retalhos vindos do Sul demandavam maior tecnologia dos meios de produção e se tornou semi-industrial. Esse fenômeno se expandiu formando uma rede nacional de parentesco e amizade de arranjos produtivos e comerciais diferenciados [...].

Como podemos observar, muito da organização da produção da sulanca permanece, como, por exemplo, a mão de obra familiar e a unidade produtiva no domicílio, no entanto, ao longo do tempo, agregaram-se estratégias para sua permanência no atual contexto de globalização. Destarte, atentamos para o fato de que Montenegro (2006, p. 81), ao investigar a dinâmica do circuito inferior, destaca as atividades ligadas ao setor têxtil e de confecção pertencentes ao circuito inferior que “incluem além da pequena produção fabril as pequenas oficinas de costuras que realizam serviços de consertos e até mesmo o comércio de retalhos e resíduos”.

Dessa forma, lembramos que uma das estratégias desenvolvidas por atividades do circuito inferior é a reutilização de materiais e bens, no ramo das confecções, prática comum seja na reutilização de materiais, como no caso da produção de confecções com sulanca, seja na compra de equipamento usado, como máquinas de costura de “segunda mão”. “Esta é uma característica típica do circuito inferior, ou seja, o uso de tecnologias consideradas obsoletas ou tradicionais” (MONTENEGRO, 2006).

Assim, Burnett (2013), baseada no pensamento de Campello (1983), apresenta os motivos que levou à propagação do comércio de confecções popular a partir da ascensão da Feira da Sulanca. Segundo a autora, o declínio da atividade calçadista no agreste pernambucano, devido à escassez da matéria-prima, o couro, cujos manufaturados passaram também a competir com a expansão da indústria do plástico, e o acentuado processo de desruralização no começo dos anos 1980, irão influenciar para que “nos últimos anos da década de 1970 a expansão da atividade confeccionista tomasse grande impulso” (BURNETT, 2013, p. 31).

Outro ponto importante ressaltado pela autora é que 67% da população que passou a ocupar o espaço urbano dessa região de Pernambuco “tinha abaixo de 30 anos e era basicamente feminina, iniciando a trabalhar desde cedo como auxiliar nas tarefas da atividade de confecção” (BURNETT, 2013, p. 31). A participação feminina nas atividades confeccionistas é expressiva em todos os polos confeccionistas do Nordeste brasileiro até os dias atuais. A forma organizacional da produção dentro das residências e seu percurso até a consolidação da venda de confecção proveniente da sulanca nas feiras são retratados por Campello (1983) e resgatados por Burnett (2013):

Ainda conforme Campello (1983), a ampliação das confecções denominadas “sulancas” aconteceu mais intensamente durante as décadas de 1960 e 1970, quando nas residências locais, com a existência de uma ou duas máquinas de costura, a “mãe de família” confeccionava roupas por encomenda ou por conta própria, as quais eram consideradas “mercadoria de combate, de grito, de pobre, de camelô”. O início do comércio das confecções nas feiras não se sabe ao certo, porém as vendas dos retalhos são indicadas como tendo surgido em paralelo com as vendas dos produtos básicos alimentícios. A venda das confecções na feira das segundas-feiras aconteceu lentamente, se consolidando no final da década de sessenta com o impulso dos retalhos vindo de São Paulo e no começo da década de setenta (CAMPELLO, 1983 apud BURNETT, 2013, p. 31-32).

A autora ainda acrescenta:

Essa grande quantidade de *matéria-prima* intensificou a fabricação de confecções de baixa qualidade para serem vendidas na *feira* semanal da cidade e em outros lugares. Assim, expande-se a produção da *sulanca*, confecções populares, de qualidade inferior, sem acabamentos aperfeiçoados, tendo no *sulanqueiro*, o *mascate* que viajava vendendo

confeções populares, “versão interiorana do camelô dos grandes centros urbanos”. A partir de 1975 a produção de *sulanca* já era conhecida por todo o Nordeste (CAMPELLO, 1983 apud BURNETT, 2013, p. 32, grifos de quem?).

Portanto, esse processo de propagação pelo Nordeste do “universo múltiplo e diversificado no qual se tornou a *sulanca*” (BURNETT, 2013, p. 33) também está ligado ao papel dos chamados “sulanqueiros”⁴² nos circuitos de feiras pela região nordestina. As Feiras nordestinas, além de se caracterizarem pelo improvisado e pelo caráter efêmero, realizam-se na forma de circuitos itinerantes que abrangem pequenos raios de distância, como os bairros e cidades vizinhas. Com a ação dos sulanqueiros, ocorreu o extrapolamento do raio microrregional e a consequente ampliação de sua atuação em circuitos de feiras mais distantes, em outros estados da região Nordeste. Burnett (2013, p. 33) explica com detalhes como ocorreu esse processo, quando afirma que,

[...] numa semana, o *sulanqueiro* se deslocava para a região de Feira de Santana, na Bahia, e fazia o circuito daquela região. Na outra semana ele se deslocava até a região de Barreiras, também na Bahia, e fazia as *feiras* da semana naquela área. Então, eles voltavam para Santa Cruz, pagavam as *costureiras*, se reabasteciam e saíam em busca de outro circuito de *feiras*.

Como pode ser observado, o sulanqueiro contribuiu de forma extremamente importante para o surgimento do Polo de Confeções do Agreste⁴³ pernambucano, no qual articula-se um arranjo produtivo entre a cidade precursora, Santa Cruz do Capibaribe, e as cidades vizinhas Caruaru e Toritama. O sulanqueiro também foi um agente importante para que a *sulanca* ficasse conhecida em todo o Norte e Nordeste do país.

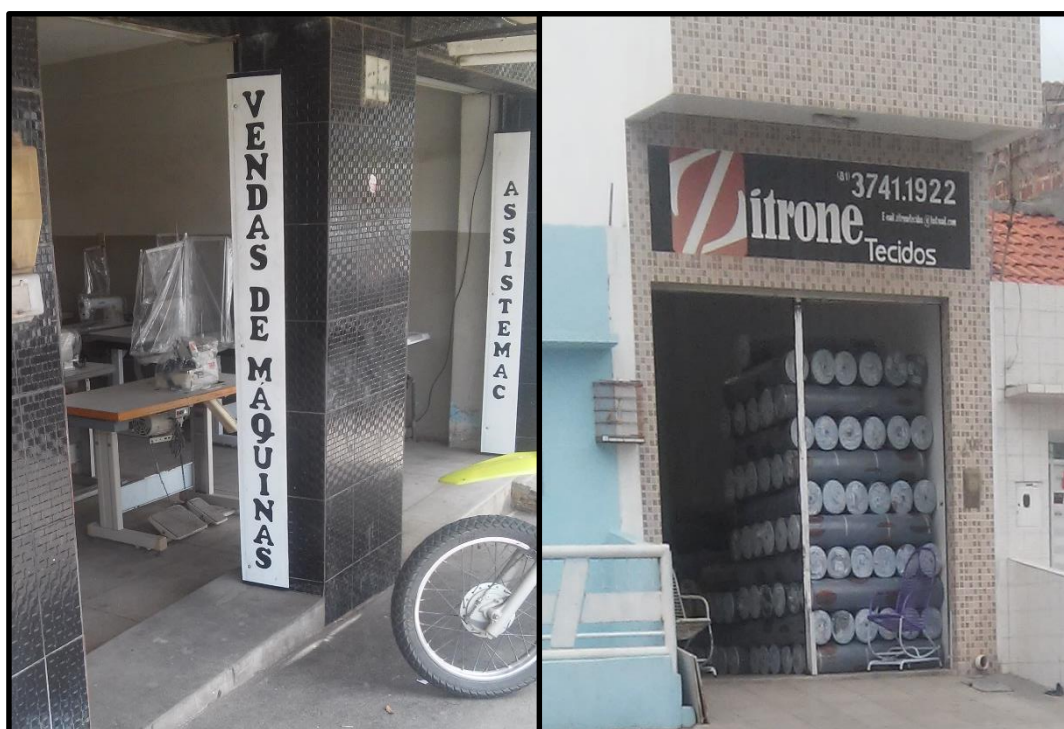
Assim, o circuito inferior da economia urbana, através das feiras de confeções populares, dinamizou o espaço socioeconômico dessas citadas cidades, o que demonstra a importância desse circuito no contexto de um país não

⁴² O termo “sulanqueiro” referia-se à categoria de feirantes itinerantes. Atualmente, o termo se refere a qualquer pessoa que tenha uma atividade qualquer ligada à fabricação e ao comércio de *sulanca* (BURNETT, 2013).

⁴³ O Polo de Confeções do Agreste é, atualmente, composto por cerca de 30 cidades, destacando-se Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama (PEREIRA, 2016).

desenvolvido. Reiteramos que os principais polos nordestinos de comércio de confecção popular despontaram, como demonstra o surgimento da Feira de Sulanca, no interior dessa região, em cidades sem grande expressividade urbana, mas fortalecidas no agreste pernambucano pela organização de um Arranjo Produtivo Local. Encontram-se também nessas cidades serviços que buscam atender as necessidades da produção de confecções, como podemos observar nas imagens abaixo.

Figuras 10 e 11 – Loja de venda de máquinas e loja de tecidos em Toritama (PE)



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

As figuras 10 e 11 mostram lojas que atendem à demanda do setor confeccionista da cidade de Toritama (PE). Além da loja de venda de máquinas de costuras acima mostrada (Figura 10), podemos encontrar também lojas especializadas em consertos de máquinas. A loja de tecidos, vista na imagem 11, acima, vende apenas o jeans porque Toritama especializa-se na produção de peças desse tipo de tecido, razão por que a cidade é conhecida como a terra do jeans. A produção do jeans é observada em toda a cidade: nas lojas e nas ruas. Ao caminhar em qualquer lugar da cidade ouve-se o som das máquinas funcionando e vê-se em

uma pequena sala costureiras costurando jeans ou mesmo moradores sentados em suas calçadas trabalhando no acabamento das peças, como mostra a Figura 12 abaixo.

Figura 12 – Morador trabalhando em peças de jeans na calçada



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Como foi possível perceber, tanto os serviços como o trabalho mostrado nesta pesquisa pertencem ao circuito inferior da economia, circuito econômico que se destaca nas mencionadas cidades interioranas. Isso não significa, porém, ausência ou irrelevância dos circuitos superior ou superior marginal nesses territórios, tendo em vista, como já mencionado neste trabalho, que os circuitos econômicos urbanos funcionam em conjunto e em interação, e o circuito inferior é dependente do circuito superior.

A instalação de importantes agências bancárias, como Banco do Brasil, Itaú e Caixa Econômica Federal, em Santa Cruz do Capibaribe, por exemplo, no período da expansão da produção e do comércio da sulanca (décadas de 1970 e 1980) como retrata Burnett, demonstra que o circuito superior se faz presente e se interessa pela população inserida no circuito inferior. Segundo a autora acima mencionada, o Banco do Brasil, na época, “adotou três linhas de crédito – custeio, investimento e capital de

giro –, que propiciam condições financeiras através de financiamento de máquinas e de outros equipamentos” (BURNETT, 2013, p. 33).

Os investimentos desse banco em 1983, em atividade de tecidos e confecções, chegavam a 85% de suas aplicações. Já o Banco Itaú instalou sua agência “com o estilo próprio de banco comercial” – operando sem limites rígidos de crédito. Na Caixa Econômica Federal, as exigências de crédito apoiavam-se no valor do faturamento do cliente. Assim, verificamos mais uma vez a relação entre os circuitos da economia urbana, comprovando que eles não constituem sistemas fechados, mas subsistemas do sistema urbano. Os circuitos são, portanto, interdependentes, e entre eles estabelecem-se relações de complementaridade e competição (SANTOS, Milton, 2001).

Contudo, devemos lembrar que essas “complementaridades não eliminam a concorrência e as hierarquias, sobretudo do circuito inferior que, em realidade, é dependente do circuito superior” (MONTENEGRO, 2012, p. 155). No Ceará, a venda de confecções populares também ganha destaque nas feiras, como por exemplo, a feira de Aprazível no interior do estado, a feira de Cascavel na RMF, e nas feiras da capital, como a feira do bairro de Messejana e as feiras do centro da cidade. Além das feiras, outra forma de organização ganhou força no mercado de confecções de Fortaleza – os centros comerciais, os quais serão abordados a seguir.

3.3 O comércio de confecção nos centros comerciais

Na atualidade, ao tratar sobre os polos de confecção popular no Nordeste do Brasil, não podemos reduzir a discussão apenas focando as feiras, negligenciando a organização desse comércio em espaços fixos. Essa lógica de organização está presente em importantes polos confeccionistas como Toritama (PE), Caruaru (PE), Santa Cruz do Capibaribe (PE) e Fortaleza (CE). A origem desses espaços na região Nordeste está ligada ao potencial econômico e ao grande crescimento das feiras dos polos confeccionistas do Agreste pernambucano.

Esses polos confeccionistas recebem, em média, de 100 a 150 mil pessoas por semana. Todo esse fluxo de pessoas e mercadorias gerado nas feiras ocupa várias ruas dos centros urbanos de cidades interioranas como Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. É difícil de ser gerido e causa transtornos para a população, dificultando inclusive o trabalho de feirantes e sacoleiras.

Nesse contexto, no sentido de ordenar o espaço, surgem os centros de venda de confecções populares: Polo de Caruaru, Parque das Feiras em Toritama e Moda Center Santa Cruz em Santa Cruz do Capibaribe. Segundo Pereira (2016), esses centros de venda confeccionistas mantêm seu caráter popular e vão comportar grande parcela dos feirantes de sulanca. No presente trabalho, entendemos que os centros de vendas de confecções populares surgiram da explosão da confecção popular para comportar a enorme quantidade de feirantes e sacoleiras, bem como da quantidade de capital gerado por essa atividade, que chamou a atenção de investidores.

Esses centros comerciais dedicam-se preponderantemente a uma mercadoria – a confecção popular –, e a presença desses espaços fixos não elimina a importância das feiras, que seguem com sua dinâmica e importância.

Alguns desses espaços aderiram às características presentes nos *shopping centers*: praça de alimentação, segurança privada e estacionamentos. Mas também conservam as características tradicionais das feiras de confecção popular: baixos preços da mercadoria (preços de fábrica), considerável venda a atacado e forte ligação com os pequenos produtores (facções), como é o caso dos centros de venda de confecção popular do Agreste pernambucano, como mostram as fotografias abaixo na página 105 (PEREIRA, 2016).

Figura 13 – Moda Center Santa Cruz em Santa Cruz do Capibaribe (PE)



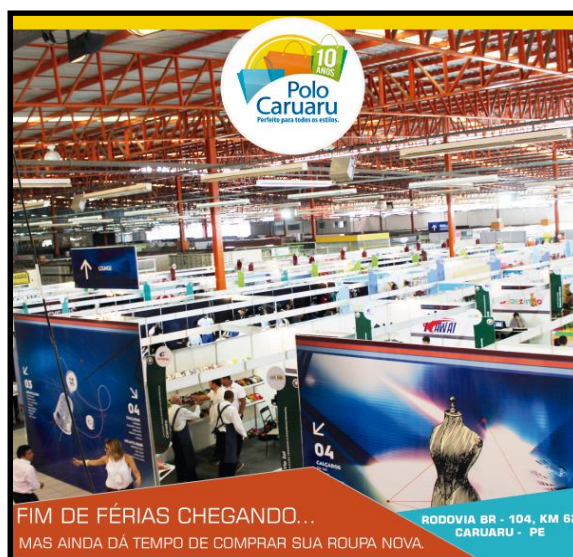
Fonte: www.facebook.com/modacentersantacruz

Figura 14 – Parque das Feiras em Toritama (PE)



Fonte: www.facebook.com/Parquedasdeirasdetoritao.

Figura 15 – Polo em Caruaru (PE)



Fonte: www.facebook.com/PoloCaruaru.

O polo Caruaru, por exemplo, já comporta serviços como uma loja âncora, no caso as Lojas Americanas, e uma sede da Universidade de Pernambuco (UPE).

Destacamos, no Moda Center Santa Cruz⁴⁴, mais de dez mil pontos comerciais, estacionamento para seis mil veículos, cinquenta e oito restaurantes, rede de hotel e dormitórios e sistema interno de som, rádio e TV. Esse centro comercial chama atenção não apenas pelo seu porte, mas também pela dinâmica desenvolvida. Agrega fortes elementos do circuito inferior da economia urbana, como as típicas feiras livres já citadas e a presença de ambulantes nos corredores, mas também reúne estratégias que reportam ao circuito superior marginal, como o intenso investimento em infraestrutura, em campanhas publicitárias, que contam com presença de artistas de televisão, além de sofisticadas divulgações em redes sociais e redes abertas de televisão em vários estados do país.

Nesse contexto, evidencia-se o fato de que a estrutura e a organização do Moda Center Santa Cruz despertaram o interesse de empresários cearenses que, atentos a dinâmicas econômicas desenvolvidas pela produção e comércio de confecção no estado do Ceará, passaram a investir na construção de centros comerciais nos moldes do Moda Center Santa Cruz. A presença desses equipamentos está relacionada, portanto, a uma das principais transformações que vem ocorrendo ao longo da consolidação do mercado de confecção de Fortaleza: a sua reorganização em espaços fixos.

Na capital cearense, a venda de confecção popular geralmente é realizada em pequenas lojas do comércio estabelecido, dito formal, nas feiras e em alguns espaços públicos como ruas e praças. No centro da cidade de Fortaleza, as praças da Lagoinha, José de Alencar, Praça da Estação e Praça Pedro II são exemplos de espaços públicos utilizados para realizar a venda de confecção, entre outros produtos. Como percebemos, os vendedores ocupam preferencialmente locais de maior circulação de pessoas como os logradouros públicos e as proximidades de estações e paradas de ônibus.

⁴⁴ Em uma área ociosa dos 32 hectares que fazem parte do Moda Center Santa Cruz, instalou-se uma feira de sulanca que ficou conhecida como “Poeirão”, regularizada pelo governo local passando a chamar-se Calçadão Miguel Arraes Alencar, constituindo-se em área de expansão do Moda Center Santa Cruz. Segundo o governo estadual, a nova estrutura beneficiará cerca de quatro mil famílias de confeccionistas.

No mercado de confecções de Fortaleza, o fenômeno de fixação dos vendedores de confecção popular ocorre tanto no principal local de escoamento da mercadoria, no caso o centro da cidade, como em outros locais da RMF. Destarte, no mercado metropolitano de venda de confecções de Fortaleza, a organização em equipamentos fixos se assemelha à dos centros comerciais de venda de confecções do Agreste pernambucano, e às vezes apresenta diferenças específicas de sua própria realidade. Tal disposição colabora no entendimento do desenvolvimento, expansão e consolidação do mercado confeccionista que analisamos.

Assim, consideramos que para entender as especificidades da reorganização espacial dessa atividade ao longo das últimas décadas, considerando um contexto de inserção no processo de globalização, no qual a divisão do trabalho na metrópole é acentuada, é fundamental a análise das categorias estrutura, forma, função e processo, discutidas e trabalhadas por Milton Santos (2001).

Desse modo, “a compreensão da organização espacial, bem como de sua evolução, só se torna possível mediante a acurada interpretação do processo dialético entre formas, estruturas e funções através do tempo” (SANTOS, Milton, 2001, p. 67). O citado autor atentou para o fato de essas categorias representam realidades parciais, devendo, assim, ser consideradas em conjunto, relacionados entre si, já que a interação entre elas cria e molda o espaço através do tempo.

Nesse sentido, atentamos para dois aspectos importantes sobre essa reorganização do mercado de confecção da metrópole Fortaleza.

O primeiro aspecto é que essa reorganização em fixos não significa que haja um enfraquecimento das feiras de confecções, até porque a inserção na feira é bem mais fácil, não requer, por exemplo, a despesa com aluguel de boxes ou lojas. Diante do aumento das taxas de desemprego⁴⁵, as feiras, locais de atividades típicas do circuito inferior absorvem significativa parcela da população desempregada, tendo em vista que as atividades modernas são incapazes de fornecer empregos suficientes,

⁴⁵ Segundo dados do IBGE, as taxas de desemprego passaram de 4,9% em setembro de 2014 para 7,6% em setembro de 2015. Em 2018, já alcançou os 13,1% da população brasileira. Já a proporção de pessoas que trabalham por conta própria aumentou de 17,9% em janeiro de 2013 para 19,8% em novembro de 2015.

razão por que “aqueles que não encontram trabalho no setor moderno refugiam-se, então, no circuito inferior da economia urbana” (Santos, Milton, 2001). Assim, os trabalhadores passam a exercer, além da venda de confecções as mais variadas funções como a de carregadores, vendedores de lanche, entre outras. Portanto, no atual contexto político e econômico do país, ocorre o fortalecimento das feiras, principalmente aquelas dedicadas à venda de confecção popular, local de muitas atividades característica do circuito inferior da economia urbana.

O segundo aspecto importante dessa reorganização trata-se dos prédios em que ocorre a fixação dos vendedores, os quais são de dois tipos, os que foram construídos para essa finalidade e os que foram refuncionalizados pela atividade de venda de confecções. Esses últimos concentram-se na principal área de escoamento da produção confeccionista cearense, o centro da cidade de Fortaleza.

Nesse contexto, entendemos que enquanto nó da rede, essa reorganização é importante, pois “especialmente, os fixos e os fluxos criam o suporte para a formação, a estruturação e a manutenção da rede” (PEREIRA, 2015, p. 9). Destarte, o mercado metropolitano de confecção do Ceará constitui-se por fixos e fluxos. Os fixos se organizam em estruturas antigas chamadas por Milton Santos (2014) de rugosidades, e novos locais são construídos especialmente para dar lugar ao comércio de confecção.

Desse modo, a organização e a reorganização do mercado de confecções da metrópole Fortaleza, conduzida pela dinâmica da economia dos pobres, ou seja, pelo circuito inferior da economia urbana, modifica e estimula os espaços que ocupam. Santos colabora com nossa reflexão, que busca abranger e entender o conjunto das ações que compõem o espaço geográfico onde ocorre o desdobramento do mercado de confecção popular da metrópole fortalezense, ao apresentar a seguinte afirmativa:

Sistemas de objetos e sistemas de ações interagem. De um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra a sua dinâmica e se transforma (SANTOS, Milton, 2001, p. 63).

Considerando essa conjuntura, no capítulo seguinte analisaremos então a organização desse mercado no espaço metropolitano, apresentado suas especificidades e buscando entender a interação desses locais na constituição do mercado metropolitano de confecções do Ceará.

4 FORTALEZA A METRÓPOLE DA CONFECÇÃO

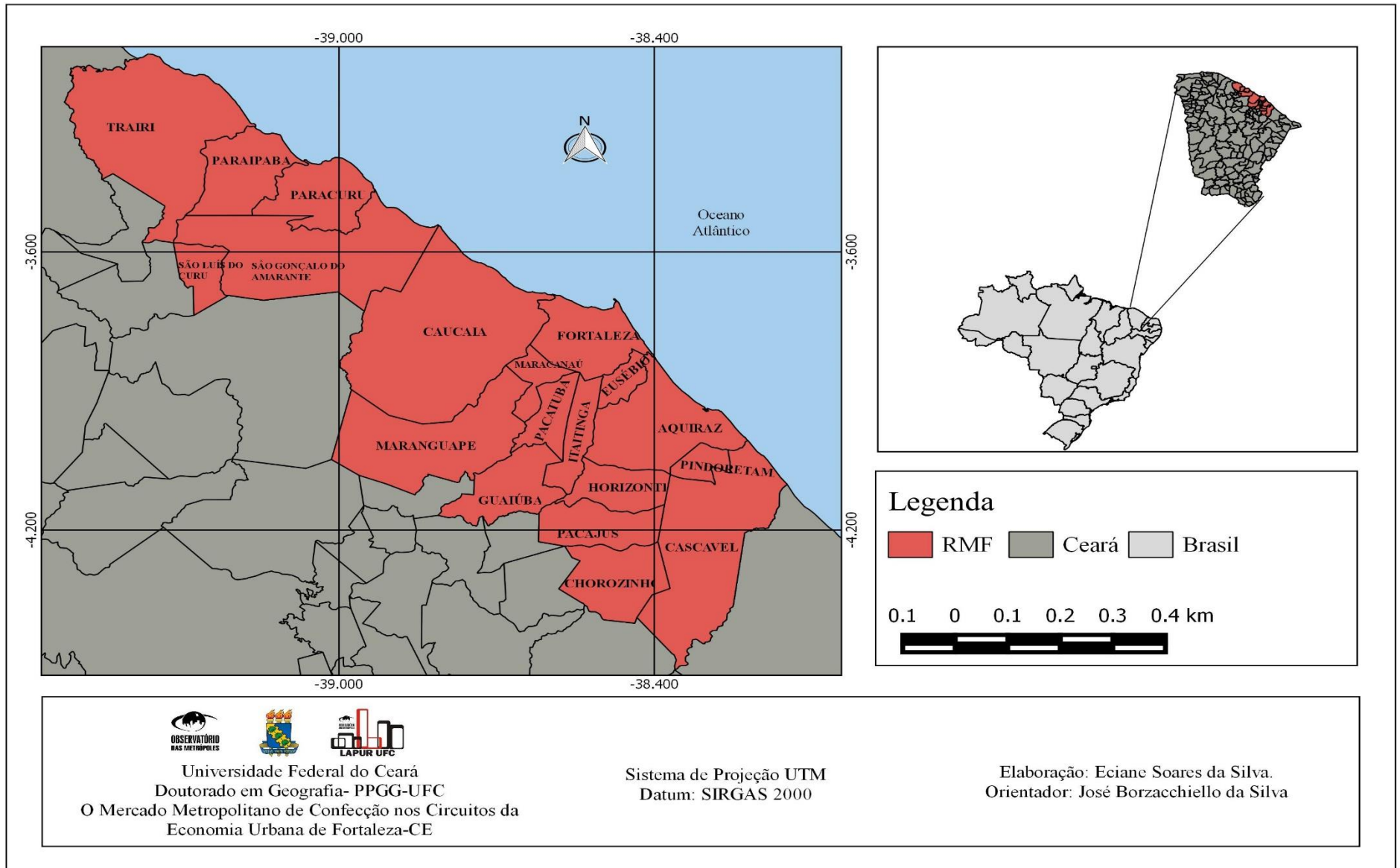
4.1 O mercado de confecção no espaço metropolitano

As dinâmicas urbanas na atualidade devem ser entendidas dentro do contexto metropolitano de que fazem parte. Dessa forma, ao abordar o mercado de confecções de Fortaleza, traçamos uma análise que considera o desdobrar da dinâmica do nosso objeto de estudo sobre o complexo espaço de uma metrópole brasileira. A RMF foi criada pelo governo federal em 1973 de forma compulsória, antes mesmo de sua estruturação socioespacial, da concretização do processo de metropolização (SILVA, 2006), ou seja, quando ainda não havia, por exemplo, complementaridade de funções ou fluxos populacionais significativos.

Desde então, a RMF passou por muitas transformações a partir de processos de desmembramento de sua área ou de inserção de outros municípios a ela. De início, a RMF era composta por apenas cinco municípios: Aquiraz, Caucaia, Fortaleza, Maranguape e Pacatuba. No ano de 1986, o Distrito Industrial de Maracanaú (criado em 1964) é emancipado do município de Maranguape e passa a fazer parte da RMF. Em 1991, são integrados os municípios de Eusébio (emancipado de Aquiraz) e Guaiúba (emancipado de Pacatuba). Em 1999, são agregados os municípios de Chorozinho, Pacajus, Horizonte, São Gonçalo do Amarante e Itaitinga (emancipado de Pacatuba).

Cascavel e Pindoretama foram inseridos no ano de 2010. Em 2014, foram incluídos os últimos municípios na atual configuração da RMF, a saber: Trairi, São Luís do Curu, Paracuru e Paraipaba. Abaixo na página 111 segue mapa da atual configuração da RMF.

Mapa 2 – Localização da Região Metropolitana de Fortaleza



Universidade Federal do Ceará
 Doutorado em Geografia- PPGG-UFC
 O Mercado Metropolitano de Confeção nos Circuitos da
 Economia Urbana de Fortaleza-CE

Sistema de Projeção UTM
 Datum: SIRGAS 2000

Elaboração: Eciane Soares da Silva.
 Orientador: José Borzacchiello da Silva

Dessa forma, a RMF atualmente é composta por dezenove municípios, que apresentam diferenças no contexto econômico e na forma de integração com a metrópole Fortaleza.

Segundo Nogueira (2011, p. 30) declara que “nas últimas décadas do século XX a Região Metropolitana de Fortaleza refletiu os efeitos da globalização e reestruturação produtiva que repercutiram em significativas transformações no seu espaço”. O autor cita como fatores importantes a diminuição do poder centralizador do governo federal, que passou a controlar menos os fluxos financeiros, e a negociação dos investimentos realizada cada vez mais entre os próprios governos estaduais e os empresários.

Dantas (2009,) esclarece que “a crise do Estado Central no Brasil abre espaço para o fortalecimento do Estado Local, que pode estabelecer vínculos com a escala internacional, notadamente como parceiro de organismos e empreendedores internacionais”, ou seja, os estados passam a ter maior autonomia de modo a ampliar a negociação de investimentos. Assim, diante de transformações nas estratégias de desenvolvimento econômico no Ceará, as quais foram marcadas por uma administração pública baseada no Estado moderno, houve uma reorganização do espaço da RMF, que se deu através da atração de capitais privados, incentivos fiscais e investimentos em infraestrutura.

Nesse contexto, ao longo dos anos, o processo de metropolização vem se fortalecendo na RMF, com uma maior integração entre os municípios que dela fazem parte. Esse processo torna-se mais evidente a partir da descentralização de algumas funções como, por exemplo, a indústria, com destaque para o Distrito Industrial de Maracanaú e o corredor industrial Horizonte-Pacajus. Maranguape e Pacatuba também tiveram unidades industriais instaladas.

Eusébio é outro município que vem adquirindo expressividade quanto à presença de indústrias. Entre as décadas de 1990 e 2010, o município apresentou crescimento de mais de 2000% no número de empresas. Eusébio destaca-se também como área de expansão imobiliária, com moradias para segmentos de média e alta renda (NOGUEIRA, 2011).

A função portuária na metrópole adquire maior dinamismo com a instalação do Complexo Industrial e Portuário do Pecém no município metropolitano de São Gonçalo do Amarante, litoral oeste do estado. Em posição geográfica privilegiada em

relação aos principais mercados consumidores do mundo, como a Europa, o porto permite o escoamento da produção e dinamiza a economia estadual.

Os municípios litorâneos da RMF ganham destaque pelas políticas voltadas para o turismo. De acordo com Araújo (2014), somente no litoral metropolitano de Fortaleza foram injetados 67% dos recursos do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur). Tais investimentos focaram principalmente a infraestrutura, como saneamento básico, construção e reforma de estradas. Dessa forma, “o programa conseguiu fomentar mudanças significativas nos fluxos e fixos metropolitanos não somente na cidade de Fortaleza” (ARAÚJO, 2014, p.51), mas também em sua franja metropolitana, facilitando, assim, a interação entre a capital e os demais municípios metropolitanos.

Ressaltamos que, mesmo com essa maior interação com os outros municípios, a capital continua no comando da RMF. Dantas e Silva (2009, p. 18) expressam bem tal afirmativa e apontam outros fatores importantes quando discorrem que “[...] a aparente perda de funções de Fortaleza não é mais do que reforço de sua capacidade de comando. A desconcentração verificada comprova a acelerada expansão de sua área de influência, uma seletividade socioespacial”.

Dessa forma, Fortaleza permanece desempenhando intensa centralização sobre a região metropolitana e sobre a população metropolitana que converge diariamente em direção à capital em busca dos mais variados serviços como educação, saúde e comércio variado. Assim, evidencia-se em Fortaleza a condição de macrocefalia urbana, “resultado de sua histórica condição como ponto de convergência de fluxos migratórios e foco de concentração de investimentos voltados para a implantação de infraestruturas e de serviços urbanos” (PEQUENO, 2015, p. 56).

Ainda sobre a condição de macrocefalia de Fortaleza, Alexandre Pereira⁴⁶, em entrevista ao jornal local *Diário do Nordeste* (2016), observa que “mesmo com o desenvolvimento de cidades no interior e o surgimento de outros polos de migração

⁴⁶ Professor doutor do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Ceará, em matéria publicada no dia 31/08/2016. Fonte: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade>>.

para além da Região Metropolitana, a capital e os municípios a ela associados ainda possuem influência sobre o restante do Estado”.

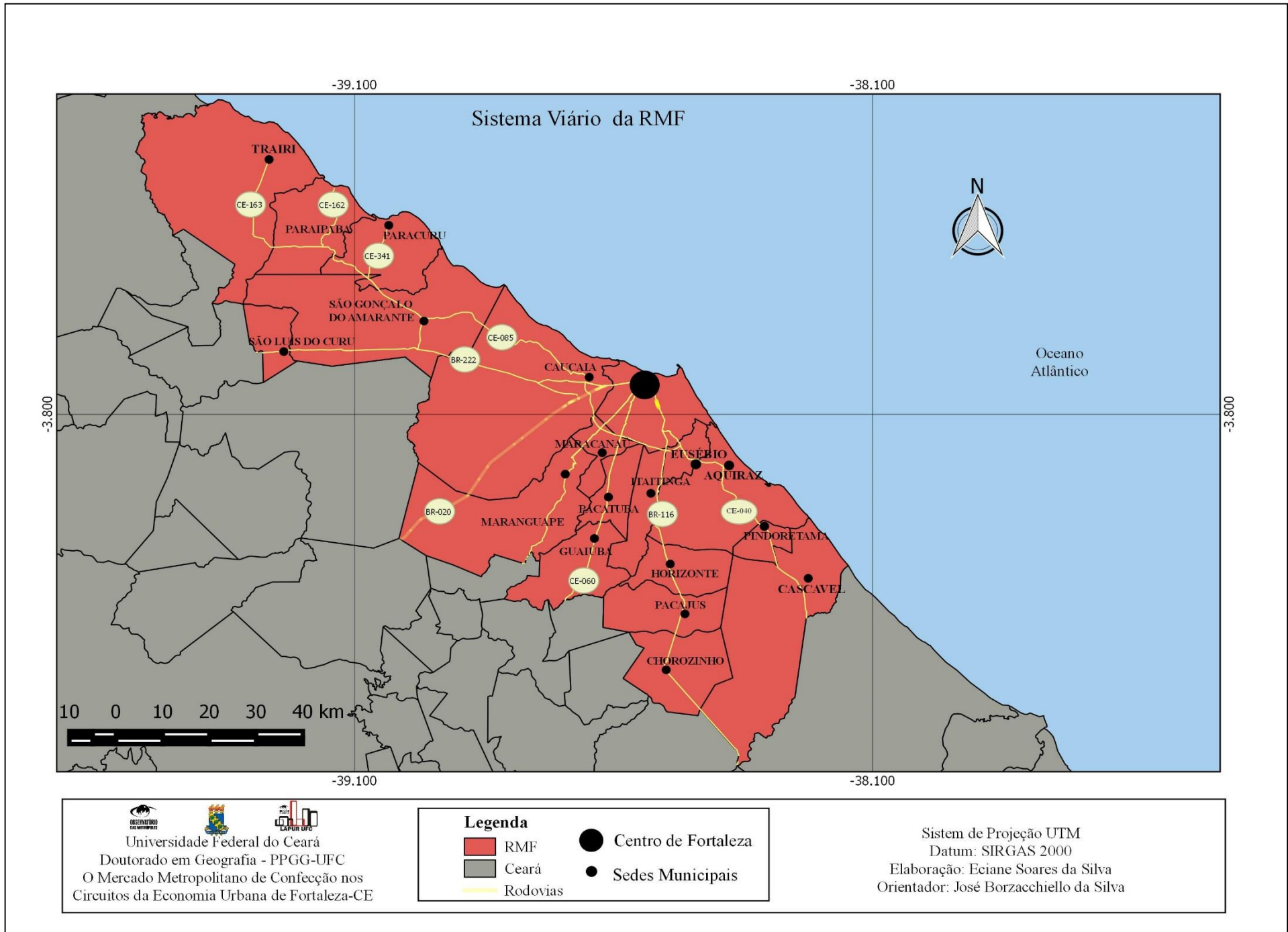
Tal centralidade da capital, fortalecida pelos fluxos em direção a ela, é facilitada pelo seu sistema viário original com característica radiocêntrica, que permite um afunilamento dos fluxos em sua direção, principalmente para o centro da cidade, tendo papel importante na ligação entre Fortaleza e os outros municípios da região metropolitana.

Dantas e Silva (2009, p. 28) colaboram para um maior entendimento dessa temática quando expõem a seguinte ideia:

A radiocentralidade de seu sistema viário original mantém forte influência na distribuição da população e dos principais núcleos de prestação de serviços. A intensidade desse processo provocou a duplicação das rodovias que partem da cidade em relação ao interior. São visíveis os sintomas de melhoria da qualidade de circulação ao longo desses corredores de atividade e de adensamento. Eles ampliam a ação do município polo e reforçam a centralidade.

Dessa forma, considerando a importância desse sistema radiocêntrico (e seu reflexo na atualidade) em uma análise sob uma perspectiva metropolitana, as principais vias de ligação entre a metrópole e a capital são: a BR-116 e a CE-065 ao sul; a CE-040 a leste; a BR-222, a BR-020 e a CE-085 a oeste. Abaixo na página 115, segue mapa das principais vias de ligação entre os municípios metropolitanos.

Mapa 3 – Sistema Viário da RMF




 Universidade Federal do Ceará
 Doutorado em Geografia - PPGG-UFC
 O Mercado Metropolitano de Confeção nos
 Circuitos da Economia Urbana de Fortaleza-CE

Legenda

- RMF
- Ceará
- Rodovias
- Centro de Fortaleza
- Sedes Municipais

Sistema de Projeção UTM
 Datum: SIRGAS 2000
 Elaboração: Eciane Soares da Silva
 Orientador: José Borzacchiello da Silva

Através de tais vias de acesso, a população metropolitana conta com boa oferta de serviço de transporte urbano metropolitano⁴⁷. Essa disponibilidade de transporte favoreceu o Centro da capital, que se tornou um importante lócus de comércio de confecção.

Segundo dados do IBGE, a RMF é a sexta⁴⁸ maior aglomeração urbana do Brasil, somando uma população de pouco mais de 4 milhões de habitantes. Desse montante, 70% vivem na capital cearense, representando também 40% da população de todo estado do Ceará. Assim, evidencia-se em Fortaleza a condição de macrocefalia urbana, já referida por Pequeno (2015).

Destarte, para entender a dinâmica do mercado de confecções que estudamos temos que estabelecer uma análise que considere seu desenvolvimento no contexto metropolitano. Seu desdobramento tanto na produção como na distribuição e consumo ocorre, sobretudo no espaço da metrópole.

A produção⁴⁹ acontece principalmente em pequenas unidades produtivas como as facções⁵⁰, contratadas de maneira informal, tendo seus serviços utilizados no sentido de flexibilizar as estruturas organizacionais das fábricas para reduzir custos e ganhar competitividade no mercado globalizado (MATOS, 2018). Nessa conjuntura, “a busca pela facção é fundamental para o término do processo produtivo que, geralmente, é feito na facção ou na subcontratação de costureiras” (SANTOS, Marlon, 2014, p. 75).

⁴⁷ Empresas de transporte que fazem ligação entre a capital e outros municípios da RMF: São Benedito (Cascavel, Pindoretama, Eusébio, Chorozinho, Pacajus, Horizonte, Itaitinga, Aquiraz, Pacatuba); Vitória (Caucaia); Fretcar (Maranguape, São Gonçalo do Amarante, Guaiúba, Trairi, São Luís do Curu, Paraipaba, Paracuru); Viação Penha (Maranguape); Via Metro (Maracanaú) (Fonte: SINDIÔNIBUS/DETRAN-CE). Além disso, a população da RMF conta também com o transporte alternativo (topiks e vans). No ano de 2012, foi inaugurada a linha sul do metrô de Fortaleza, que liga os municípios metropolitanos Maracanaú, Pacatuba (linha Sul) e Caucaia (linha Oeste) ao centro de Fortaleza.

⁴⁸ Ficando atrás apenas das regiões metropolitanas de São Paulo (21,2 milhões), Rio de Janeiro (12,3 milhões), Belo Horizonte (5,8 milhões), Porto Alegre (4,01 milhões) e Distrito Federal (4,2 milhões). Fonte: IBGE.

⁴⁹ Os maiores produtores de confecção da região Nordeste do Brasil são Pernambuco (Agreste), Ceará (Fortaleza e RMF), Rio Grande do Norte (Natal) e Paraíba (Campina Grande), com predominância de pequenas unidades produtivas.

⁵⁰ Segundo Santos, Marlon (2014), as facções são unidades domiciliares, menores que as confecções, as quais realizam parte da etapa produtiva do confeccionado, costurando para diversos tipos de clientes, desde a encomenda de uma grande firma até o trabalho voltado para a produção doméstica.

O aumento dessas pequenas unidades produtivas no Brasil ocorre, portanto, em um contexto de concorrência acirrada do setor industrial, que, pressionado pela busca por redução de custos, passa a subcontratar as fábricas. No Nordeste, a ampliação dessa prática está relacionada “à expressiva migração de investimentos de grandes empresas estrangeiras e nacionais do Sul e Sudeste do país prioritariamente para o Ceará” (MATOS, 2008, p. 43).

Além disso, devido à mudança de governo e à crise econômica na década de 1980, a consequente queda dos investimentos nos estados fez com que muitas indústrias de vestuário fechassem as portas, tendo que indenizar os trabalhadores demitidos “através de ‘doação’ de maquinário ou arrendamento dos meios de produção”. Dessa forma, transferiram sua produção para o meio doméstico, no qual o trabalhador, agora ex-funcionário, geralmente mulher, continuou produzindo para os mesmos patrões, mas agora com total responsabilidade sobre seu espaço de trabalho e sem vínculos formais (SANTOS, Marlon, 2014; MATOS, 2008).

Nesse contexto, o governo estadual, em meados da década de 1980, baseado em lógica da “guerra fiscal”, fez investimentos no espaço de Fortaleza e na RMF. Um exemplo foi o grupo Marisol, com sede no Sul do país, que no final da década de 1990 investiu 16 milhões de reais em uma unidade produtiva no município de Pacatuba, situado na RMF. Sobre isso, Santos, Marlon (2014, p. 55) afirma:

A chegada dessa indústria e de outras, como a Santana Têxtil, no estado, foi importante para a dinamização das fábricas. Algumas peças passaram a ter determinadas etapas da produção nessas fábricas, articulando a encomenda das costuras de peças das indústrias ligadas ao circuito superior da economia urbana com as pequenas confecções, intensivas em mão de obra.

Como observamos, a dinâmica dessas pequenas unidades produtivas, típicas do circuito inferior, é articulada de forma complexa e ativa à dinâmica das indústrias do circuito superior.

Acontece, portanto, um acentuado aumento na quantidade de unidades produtivas domiciliares em Fortaleza e na RMF. A produção de confecções realizadas nessas unidades produtivas passa a abrigar parcela significativa de trabalhadores, principalmente mulheres, e se caracteriza por sua invisibilidade no espaço urbano

(SANTOS, Marlon, 2014), por encontrar-se dentro das residências, em um cômodo da casa ou nos quintais, sem qualquer tipo de identificação que remeta a sua existência. Contudo, mesmo que invisível, sua atuação é basilar na estruturação e consolidação do mercado de confecções da metrópole cearense. Ressaltamos que, nesse âmbito, “o ambiente domiciliar é confundido com o produtivo. Há uma forte relação entre casa e fábrica” (SANTOS, Marlon, 2014, p. 73).

Além de invisíveis, essas unidades produtivas estão pulverizadas no espaço urbano da metrópole. Cerca de 76% da produção de vestuário do estado do Ceará localiza-se em Fortaleza⁵¹ e nos municípios metropolitanos de Caucaia, Maracanaú, Pacatuba, Maranguape, Pacajus, Cascavel, Aquiraz, Eusébio, Pindoretama, Guaiuba e Itaitinga (FIEC, 2013), detendo 90% das unidades de produção de confecção do estado.

As indústrias de confecção encontram-se em todas as regionais de Fortaleza⁵², ou seja, há uma pulverização dessas indústrias em todo o tecido urbano da cidade⁵³, com concentração expressiva na porção oeste, onde localizam-se bairros com sérios problemas socioeconômicos como infraestrutura e segurança, nos quais vive uma população de baixa renda, a maioria trabalhadores. Em outras palavras, “a produção confeccionista nas pequenas unidades produtivas tem uma forte ligação com a mão de obra pobre das grandes cidades” (SANTOS, Marlon, 2014, p. 97).

Marlon Santos (2014, p. 69), em seu notável trabalho sobre as indústrias de confecção em Fortaleza, ressalta a variedade do que é produzido no estado do Ceará:

⁵¹ Segundo Santos, Marlon (2014, p. 65), “essa concentração industrial centrada em capitais e regiões metropolitanas é observada no Ceará e no Rio Grande do Norte”.

⁵² O município de Fortaleza possui uma organização administrativa em Secretarias Executivas Regionais (SERs). No total são sete regionais: SER I, SER II, SER III, SER IV, SER V, SER VI e a Secef. Cada regional é responsável por um conjunto de bairros com exceção da Secef, que é exclusiva para o centro da capital.

⁵³ Segundo Santos, Marlon, evidencia-se concentração de unidades produtivas principalmente “nos bairros Barra do Ceará, Jardim Guanabara, Jardim Iracema, Floresta, Monte Castelo. Na Regional IV, os bairros onde se localizam muitas indústrias são: Damas, Bom Futuro, Montese, Parreão, Vila União, Parangaba, Vila Pery. Na Regional III, os bairros com maior número de indústrias de confecções são: Henrique Jorge, João XXIII, Jóquei Clube, Bom Sucesso, Antônio Bezerra, Quintino Cunha, Rodolfo Teófilo, e na Regional V, Maraponga, Mondubim, Conjunto Esperança, Conjunto Prefeito José Walter, Vila Manuel Sátiro são os bairros com maior concentração de confecções” (SANTOS, Marlon, 2014, p. 69).

A produção no Ceará é diversificada, mas os principais tipos de vestuário fabricados são moda íntima, roupa de dormir, roupa esporte, moda praia, jeans, infantil e a “modinha” – roupas femininas ou infantis confeccionadas em malha (CENSO DAS CONFECÇÕES, 2008). Essa produção é pulverizada em vários bairros da cidade, principalmente nos bairros de menor poder aquisitivo.

Essa produção é expressiva e torna-se visível ao chegar aos locais de comercialização. Produção e comércio (visíveis e invisíveis) no contexto do espaço da metrópole englobam as mais variadas relações, articulando e estruturando o mercado de confecções de Fortaleza dentro de uma lógica dos circuitos da economia urbana.

O comércio de confecção produzida gera intensa dinâmica transformando significativamente o espaço da metrópole e tem um raio de atuação para além de suas fronteiras, que alcança todas as regiões do país. Esse comércio ocorre tanto em fixos, como por exemplo, centros comerciais, quanto em fluxos como feiras, ou seja, tanto em espaços de venda típicos do circuito superior como do circuito inferior da economia urbana, como já dissemos.

Nessa conjuntura, destacamos como principais lócus de escoamento do mercado de confecções de Fortaleza o centro da capital cearense.

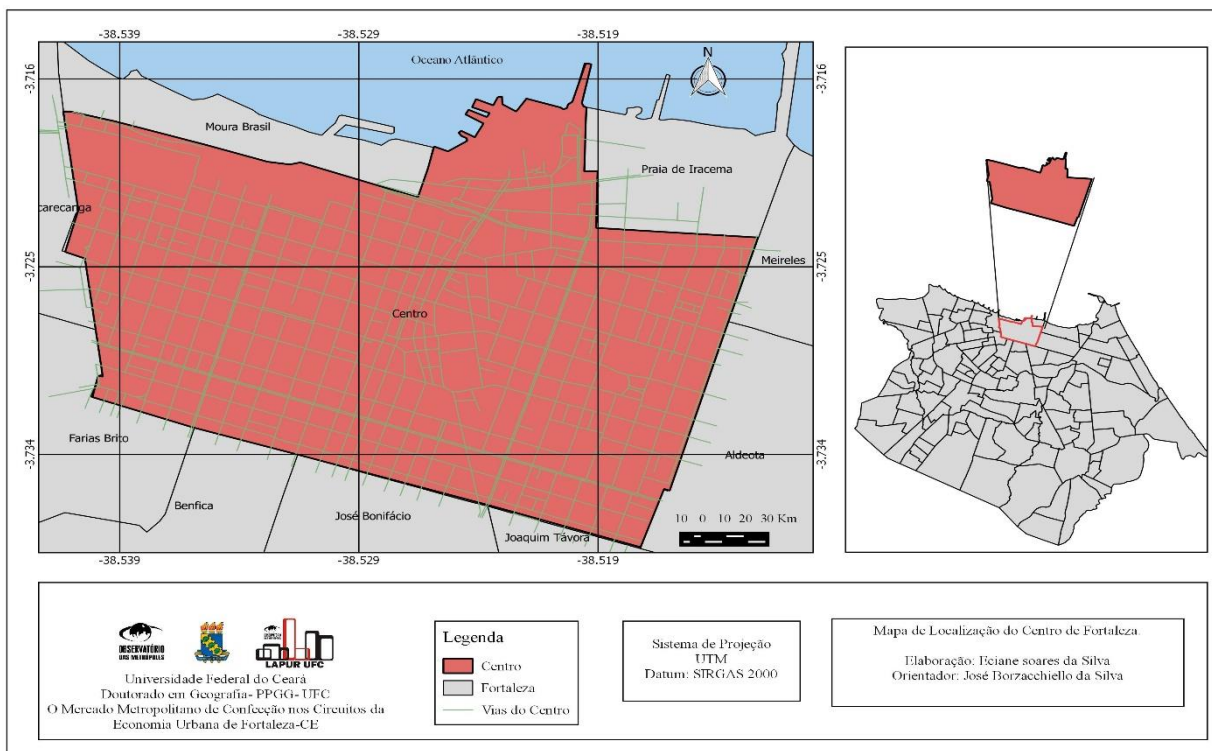
4.2 O Centro de Fortaleza no comando do Mercado de Confecção.

O centro de Fortaleza, bairro histórico de forte dinamismo comercial, concentrou os principais serviços públicos, a moradia e o lazer das elites durante o século XIX. No século XX, a cidade ultrapassa a área demarcada pelos bulevares de Adolfo Herbster, desenhados na segunda metade do século XIX, e que limitavam o núcleo urbano da cidade.

Destaca-se também, nesse período, a expansão urbana em função das migrações para a capital, provocando sérios problemas, pois a infraestrutura não conseguia atender a demanda crescente. Dessa forma, a cidade expande-se, e o que

antes figurava como a cidade de Fortaleza torna-se bairro, o Centro Tradicional. Abaixo segue mapa de localização do centro da capital cearense.

Mapa 4 – Localização do Centro de Fortaleza



Atualmente, o centro possui como principal função a atividade comercial, principalmente o comércio popular. Tal dinamismo econômico exerce atratividade não somente sobre a população de Fortaleza, mas também sobre outros municípios do Ceará, e outros estados das regiões Norte e Nordeste do país. A dinâmica do comércio popular do centro guarda relações estreitas com o processo de expansão da cidade e o surgimento de novas centralidades, desencadeados a partir da migração de serviços e atividades político-administrativas para outros bairros, iniciadas em meados do século XX. O bairro, que já tinha deixado de constituir-se em local de lazer e moradia das elites locais, na primeira metade do século XX, especializa-se no comércio popular no final desse século.

Nos anos 1970, a expansão de Fortaleza acentua-se, portanto, pela descentralização, tornando a cidade policêntrica. Bairros como Aldeota e Montese consolidam-se como centralidades ao oferecerem serviços e comércio que suprem as necessidades de seus moradores, dispensando deslocamentos ao centro histórico,

que, dessa forma, perde sua hegemonia em relação a outros bairros. Essa fragmentação ocorreu quando o centro tradicional, que ao longo de sua estruturação se caracterizou como monocêntrico, ou seja, concentrador de funções, não conseguiu mais atender as demandas urbanas que surgiram (SILVA, 2008).

Silva e Lopes (2006, p. 163) afirmam que esse processo na cidade foi ocasionado por transformações no regime de acumulação capitalista, permitindo, dessa forma, o “[...] surgimento de uma nova forma urbana mais dispersa, descentralizada e desconcentrada”. Para Dantas (2009, p. 215), a policentralidade é “[...] uma tendência posta à cidade moderna, o que implica em uma nova centralidade, a partir do momento em que o centro irá manter relações diferenciadas com os novos centros e o restante da estrutura urbana”.

Assim, o centro tem seu papel alterado. De bairro residencial, de lazer e comércio da elite fortalezense passa a ser um bairro com preeminência comercial, mudando também seus usuários, atraindo principalmente as classes com menor poder aquisitivo e tornando-se “centro da periferia” (SILVA, 1992), em que se destaca o comércio típico do circuito inferior da economia. Esse comércio apresenta-se significativamente na economia urbana das metrópoles brasileira como uma modalidade importante para a população pobre que não consegue inserir-se no mercado formal de trabalho e consumo.

Portanto, há uma intensa produção do espaço urbano ligada a uma dinâmica da economia urbana, mais especificamente aos circuitos superior e inferior da economia (SANTOS, 2008), os quais permitem entender a atual organização espacial da capital cearense. Nesse contexto, destacamos o comércio de confecções popular, cuja organização ocasiona relevantes implicações socioespaciais já que “encontra-se inserida em lógica de construção e consolidação de territórios, nos quais são travadas intensas relações de poder” (SILVA, Eciane, 2013, p. 72).

Acrescentamos que o comércio de confecções no centro permanece em contínua transformação a qual caracteriza-se por agregar estratégias de reorganização espacial que fortalece o mercado confeccionista da metrópole, ratificando e consolidando o espaço como principal local de escoamento da confecção popular produzida no estado. Adiante na página 123, segue mapa com os principais locais de venda de confecção no centro de Fortaleza.

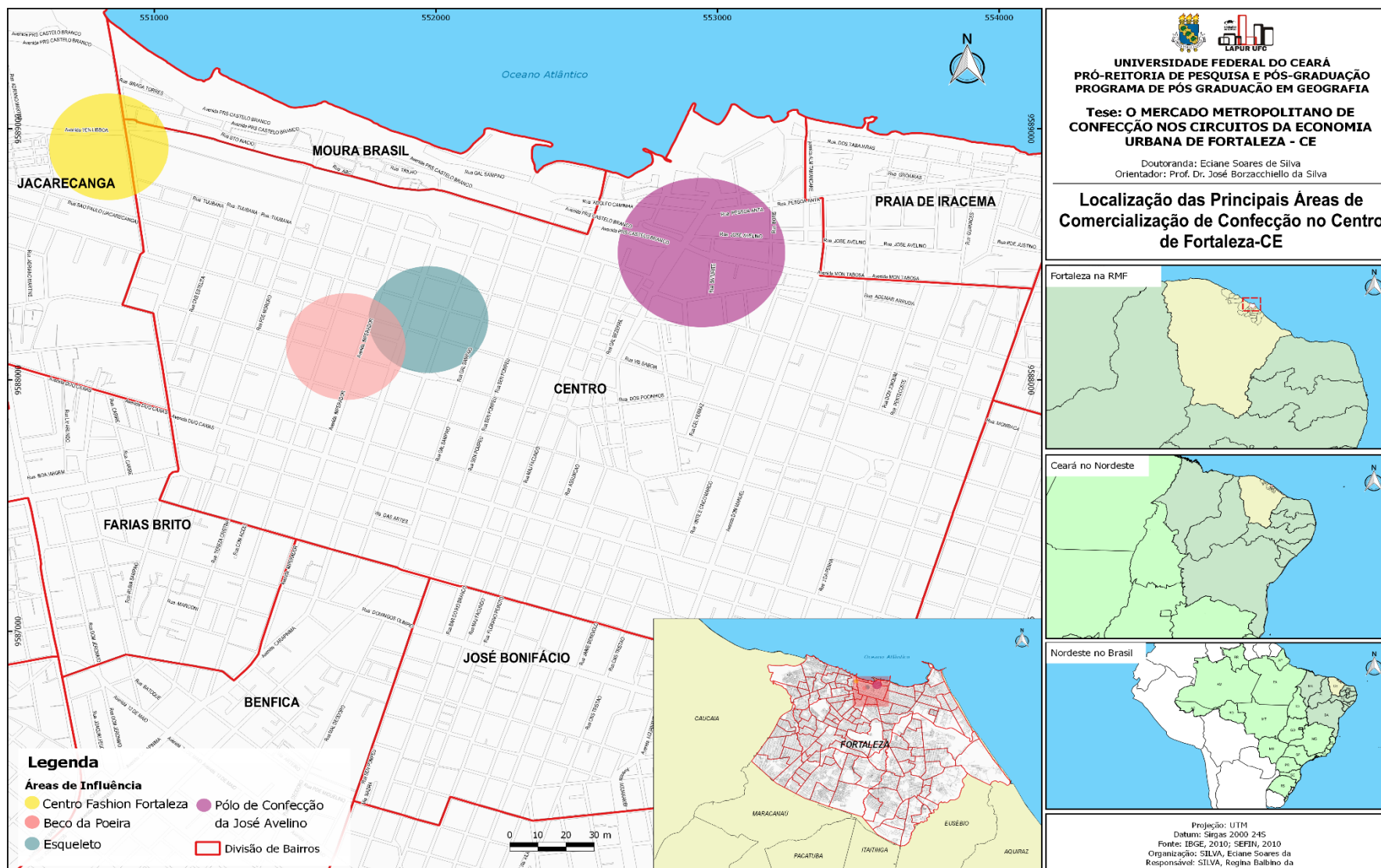
Consideramos importante analisar os processos e os resultados da organização e da reorganização socioespacial do comércio de confecção sobre o espaço urbano do centro, no sentido de interpretar e entender o mercado metropolitano de confecção fortalezense e seu efeito na economia urbana da cidade. Essa prática requer uma breve observação das transformações ocorridas anteriormente no espaço estudado.

Como bem disse Santos, Milton (2001, p. 67), “a compreensão da organização espacial, bem como de sua evolução, só se torna possível mediante a acurada interpretação de processos dialéticos entre formas, estruturas e funções através do tempo”. O autor atentou para o fato de que adotadas separadamente, essas categorias representam realidades parciais, devendo, por isso, ser consideradas em conjunto, relacionadas entre si, pois a interação entre elas cria e molda o espaço através do tempo. Assim, ao observamos esses processos globalmente, podemos tecer uma análise dos fenômenos sociais em sua totalidade.

Ante o apresentado, atentamos para o fato de a expansão dos centros de comércio de confecção ter sido impulsionada pelo fortalecimento da dinâmica do mercado de confecção na área central da cidade, expansão essa que vem contribuindo para a consolidação desse mercado. Esse processo se deu preponderantemente em formas que no passado tiveram diferente relevância social. A propósito, Santos, Milton (2011, p. 73) ressalta:

Cada forma sobre a paisagem é criada como resposta a certas necessidades ou funções do presente. O tempo vai passando, mas a forma continua a existir. Consequentemente, o passado técnico da forma é uma realidade a ser levada em consideração quando se tenta analisar o espaço. As mudanças não podem recriar todas as formas e assim somos obrigados a usar as formas do passado.

Mapa 5 – Principais Áreas de Comercialização de Confeções no Centro de Fortaleza



Assim, analisando a área onde se consolidou um dos principais locais de escoamento da produção confeccionista da metrópole Fortaleza – o centro da cidade –, atentamos brevemente para processos anteriores que colaboram no entendimento da sua atual organização. No século XIX, a estrutura socioeconômica do Ceará teve significativa influência do ciclo econômico do algodão, inserindo o estado na Divisão Internacional do Trabalho (DIT) que passa a produzir e exportar algodão. Ante essa nova lógica, Fortaleza passa por importantes mudanças estruturais.

Nesse contexto, organiza-se na referida área analisada e suas proximidades uma estrutura para atender o porto, que passa a desempenhar uma dinâmica significativa, pois a cidade começa a drenar as mercadorias produzidas no estado, além de ser porta de entrada para os produtos vindos de fora, principalmente da Europa. Sobre isso, Fontenele (2003, p. 23) diz:

O porto fora instalado em continuação ao núcleo de povoação original, após o rio Pajeú, até então limite leste da pequena vila de Fortaleza. Até meados do século XIX, suas instalações eram precárias e bastante ineficientes, contando basicamente com uma ponte e uma área de desembarque próxima à praia. Com o aumento de sua atividade, possibilitado pelo aumento das exportações de algodão, a área adquiriu feições de um porto típico, com a ocupação da área por galpões, armazéns e comércio atacadista que dava suporte e viabilidade à atividade portuária.

Silva, J. B. (2007, p. 217), ao abordar os processos de constituição urbana de Fortaleza, reforça o exposto anteriormente:

Uma rápida observação no arranjo espacial de Fortaleza, nos arredores do seu centro tradicional e de seu antigo porto, o Poço das Dragas, permite verificar a permanência de antigos armazéns de estocagem e beneficiamento daqueles produtos oriundos do sertão.

Desse modo, nesse período do século XIX, em Fortaleza, desenvolveu-se toda uma infraestrutura no sentido de atender a nova lógica de inserção na DIT, e essa organização deixou marcas e formas no espaço urbano que nos auxilia na análise e na interpretação da atualidade. Nesse contexto, entendemos que, em resposta a uma nova lógica, novas formas são criadas, contudo “as mudanças

estruturais não podem recriar todas as formas”, e estas continuam fazendo parte da paisagem urbana alterando, entretanto, sua função. Sobre essa discussão Santos, Milton (2001, p. 67) explica que,

[...] sempre que a sociedade (a totalidade social) sofre uma mudança, as formas ou objetos geográficos (tanto os novos como os velhos) assumem novas funções; a totalidade da mutação cria uma nova organização espacial. Em qualquer ponto do tempo, o modo de funcionamento da estrutura social atribui determinados valores às formas.

Assim, ao longo do tempo, a estrutura organizacional da sociedade fortalezense passou por mudanças⁵⁴ importantes para integrar-se a uma atual conjuntura marcada pela lógica da globalização, dos meios técnico-científico e informacional, e pelo desdobramento dos dois comentados circuitos econômicos urbanos. Relembramos que a área estudada neste momento localiza-se no centro tradicional da cidade, no qual as rugosidades – formas remanescentes de períodos anteriores (SANTOS, 2001) – e formas mais recentes estão simultaneamente presentes em sua paisagem. Muitas das formas antigas foram adaptadas para acolher novas funções, logo é comum encontrarmos no centro, por exemplo, prédios antigos com uma nova função, como a comercial, com suas fachadas recobertas por grandes placas e com vitrines modernas, para atender as necessidades da atual estrutura.

No caso do comércio de confecção que se organizou na área da Feira da Sé, ao longo do tempo, com a ampliação e a consolidação do mercado de venda de confecções da metrópole cearense, muitos dos antigos galpões de armazenamento de algodão que foram construídos nas proximidades do antigo porto da draga para atender a determinada lógica ligada ao contexto do ciclo do algodão, foram refuncionalizados, tornando-se centros comerciais de vendas de confecção. Portanto, o que percebemos nos trabalhos de campo realizados na área é que está ocorrendo um processo de fixação dessa atividade comercial que tradicionalmente organizava-se principalmente em feiras; formas fluidas, efêmeras. Para entender melhor esse

⁵⁴ O centro da cidade, que durante muito tempo era a cidade de Fortaleza, no século XIX e até meados do século XX era local de lazer e moradia da elite fortalezense, tendo se refuncionalizado a partir daí, passando a especializar-se notadamente em lugar de comércio popular (destacando-se o de confecções) e de oferta de serviços, sobretudo nas áreas de educação e saúde.

atual contexto é necessário entender a dinâmica que envolve a evolução da área da Feira da José Avelino.

4.3 Feira da Sé: consolidação, conflitos, reorganização e expansão espacial dos centros comerciais de confecção

A Feira da Sé ou Feira da José Avelino teve origem no final da década de 1990, nas proximidades do Mercado Central de Fortaleza e da Catedral da Sé, com um grupo de artesãos e posteriormente pequenos produtores de confecção que, atraídos pelo fluxo de pessoas nas proximidades dos dois citados pontos turísticos, passam a comercializar sua mercadoria nas calçadas e na praça Pedro II.

Ao longo dos anos, a feira adquiriu dinâmica própria e cresceu, ocupando cada vez mais espaço e atraindo grande número de consumidores não somente da metrópole, mas também de outras cidades do estado e de outras regiões do país. Essa ocupação dos espaços públicos como praças e vias de circulação, gerou conflitos com o poder público. Não é recente, pois, os confrontos do poder público com trabalhadores que ocupam esses espaços no centro de Fortaleza.

Dantas, na década de 1990, elabora importante trabalho sobre a apropriação dos espaços públicos pelo comércio ambulante em Fortaleza e, na ocasião, discute as ações do poder público na regulamentação e na redefinição do uso dos espaços públicos e conseqüentemente da presença desse tipo de comércio. A regulamentação, o disciplinamento e a organização da atividade do comércio ambulante no centro de Fortaleza presentes nos projetos da PMF e analisados pelo autor aconteciam de forma conflituosa, repressiva e violenta.

Na atualidade, a maneira de controlar esse comércio popular não é diferente, o que resulta em constantes embates entre trabalhadores e o poder público municipal, como foi dito. Na área da Feira da Sé, em meados da década de 2000, intensificaram-se os conflitos, e foram apresentadas propostas que focaram principalmente na retirada dos trabalhadores do centro da cidade, instalados principalmente na praça Pedro II. Segundo Silva, E. (2013), no ano de 2008 uma

ordem judicial determinou a remoção dos feirantes da Praça Pedro II (Praça da Sé). A primeira solução apresentada pela PMF foi a transferência da feira para um terreno no bairro José Walter⁵⁵. A proposta não agradou aos feirantes, pois eles alegaram “que as mudanças só trariam prejuízos em razão de seus clientes serem sacoleiras de outros municípios e Estados e os mesmos costumavam se hospedar no Centro da cidade e o bairro José Walter ficaria distante” (SILVA, E., 2013, p. 107).

Uma segunda proposta foi apresentada em parceria com prefeitura do município metropolitano de Maracanaú, que demonstrou forte interesse em receber a feira, pois “aspirava que a feira fomentasse e fortalecesse o comércio e economia local gerando novos empregos diretos e indiretos no município” (SILVA, E., 2013, p.108). Para tanto, ofereceu espaço com boa estrutura para abrigar os feirantes, fácil acesso a transporte público, disponibilidade de caixas eletrônicas, lanchonetes e estacionamento. Contudo apenas uma pequena parcela dos feirantes aderiu à proposta, e a maioria dos trabalhadores da feira passou então a ocupar uma via menos movimentada no Centro, a Rua José Avelino. Nesse momento, já estava em curso nessa área o processo de consolidação do comércio de confecção no “atacarejo” (atacado e varejo) a preços muito baixos e voltado principalmente para sacoleiras de outras cidades e regiões.

Segundo entrevista concedida pelo Sr. Martinho Batista, presidente da Associação dos Gestores de Empreendimentos do Polo de Negócios da Rua José Avelino e Adjacências (AJAA), a ocupação dessa área se deu em 2009, quando os feirantes de confecções ocupavam as calçadas da Catedral da Sé e a Praça Pedro II, atraindo sacoleiras de vários estados que vinham em ônibus fretados. Assim, os motoristas desses ônibus costumavam estacionar na Rua José Avelino, que, na época, “era uma rua sem nenhum movimento, então os ambulantes começaram a vender com mercadorias nas mãos, depois passaram a estender lonas no chão e então descobriram ali um nicho de depósitos que podiam vender suas mercadorias” (MARTINHO BATISTA, 2017), iniciando, portanto, a ocupação dos antigos galpões da rua.

⁵⁵ O bairro José Walter localiza-se na zona sul de Fortaleza, no limite com o município metropolitano de Maracanaú, distante mais ou menos 18 km do centro da cidade.

A iniciativa deu tão certo que todos os espaços existentes naquela rua foram aos poucos utilizados para aquela finalidade. Partindo, pois, de uma experiência amadora e sem apoio público de qualquer natureza a feirinha se transformou no maior polo de confecções do estado, com visibilidade em todo o Brasil (MARTINHO BATISTA, entrevistado em 2017).

Dessa maneira, as formas que atualmente abrigam a atividade comercial analisada se revestiram de nova função, passando a ter outro valor social diante da atual organização socioespacial. Conseqüentemente, a paisagem que se observa na área da Feira da Sé é uma integração de suas formas e usos do passado e do presente. Essa reorganização do polo de confecções em centros comerciais de confecção, ou seja, em fixos, tomou tamanha importância na economia urbana da metrópole de Fortaleza que, em 2009, a prefeitura estabeleceu a Lei nº 9559/2009 criando e regulamentando o Polo de Negócios do Empreendedor Individual na Rua José Avelino.

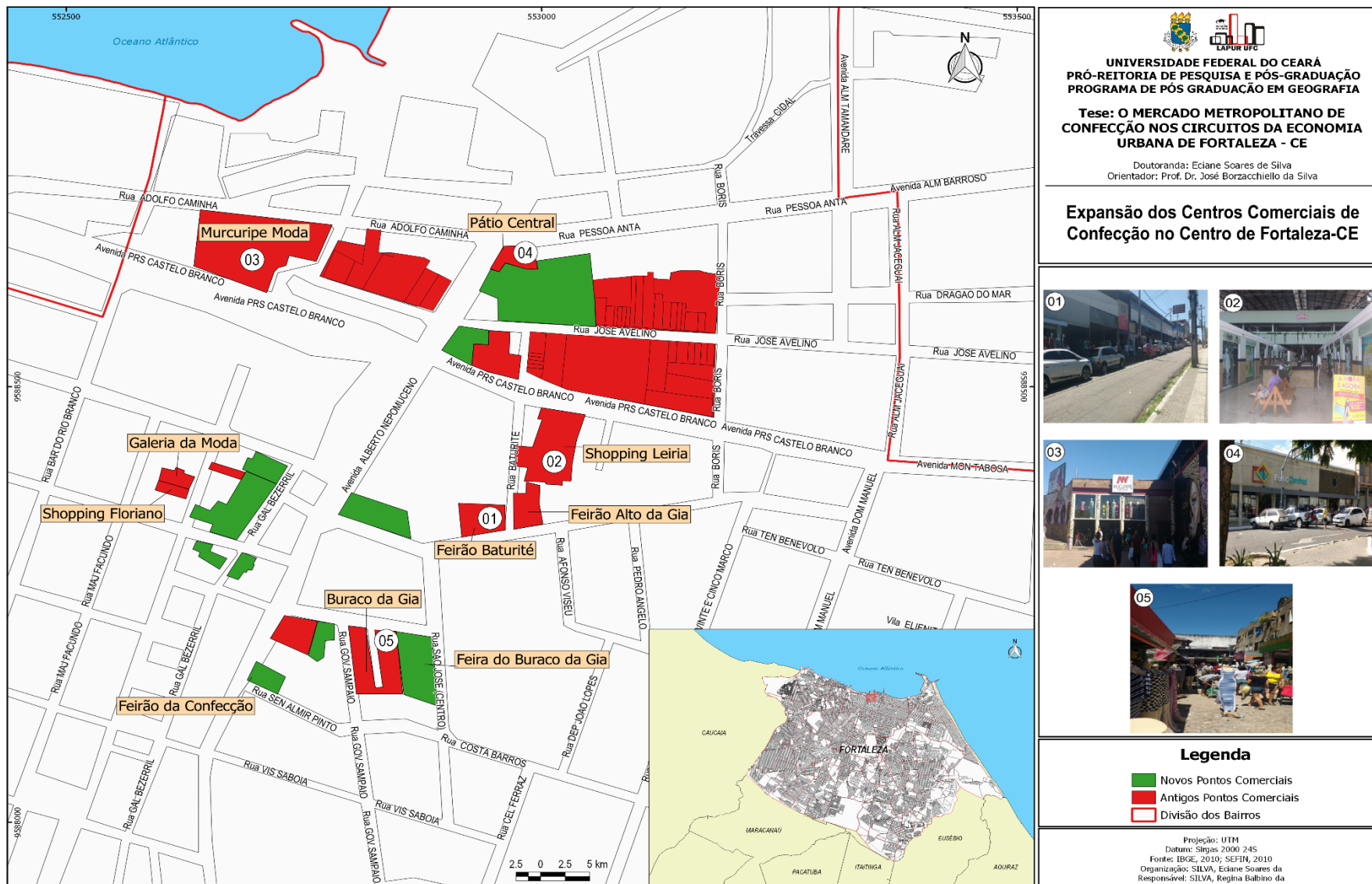
Além da criação do polo de moda, a Lei determina o comércio de confecções dentro de imóveis, regulamentando ainda sua localização⁵⁶ (ruas onde estão instalados), horário de funcionamento (segunda a sábado, da 5h às 20h)⁵⁷ e produtos a serem comercializados (confecções em geral; artigos manuais de cama, mesa e banho; calçados, bolsas, cintos e similares; bijuterias), e deixando ainda claro que essas atividades comerciais só serão permitidas “no interior dos prédios destinados para esse fim, sendo vetado qualquer tipo de comércio nas áreas externas e nos passeios”.

Desde a criação da lei e considerando pesquisas anteriores e atuais que realizamos, percebeu-se a expansão dessa área com o surgimento de novos centros comerciais de venda de confecção, como podemos ver no Mapa de expansão abaixo.

⁵⁶ Pela Lei, as ruas e avenidas determinadas a ser ocupadas com imóveis comerciais são: Rua José Avelino, entre a Avenida Alberto Nepomuceno e a Rua Boris; Rua Senador Almir Pinto, entre a Rua Governador Sampaio e a Rua Conde D’eu; Rua Rufino de Alencar, entre a Rua São José e a Avenida Alberto Nepomuceno; Rua General Bezerril, entre a Rua Dr. João Moreira e a Rua Castro e Silva; Travessa Icó, entre a Avenida Alberto Nepomuceno e a Rua Maranguape.

⁵⁷ Destacamos que, mesmo com as regulamentações apresentadas pela referida lei, observamos em trabalho de campo e mesmo em postagens em redes sociais que alguns pontos não são cumpridos, como, por exemplo, o horário de funcionamento, que extrapola em muito o preestabelecido, avançando também nas madrugadas, como é típico dessa atividade na capital cearense, bem como a presença de ambulantes que toma toda a rua e suas adjacências.

Mapa 6 – Expansão dos Centros Comerciais de Confeção no Centro de Fortaleza



Segundo a AJAA, já são trinta e dois empreendimentos, compostos de 10.200 pontos de vendas entre lojas e bancas, empregando diretamente cerca de 20.000 pessoas, ou cerca 100.000, se considerarmos os empregos indiretos desse mercado: costureiras, vendedores, carregadores, corretores de moda, modelos, entre muitos outros empregados que vivem do trabalho em torno do polo de confecção da José Avelino.

Abaixo, seguem fotografias de trabalhadores do polo de confecção da José Avelino. A primeira foto, tirada por volta das 9h, mostra carregadores transportando mercadorias na Rua Baturité (área da Feira da José Avelino), retirando sacas com confecções do carro de um produtor que fazia a entrega de mercadorias para o funcionário de uma transportadora. A outra fotografia mostra trabalhadores, fardados, por volta das 17h, abrindo o centro comercial de confecções Feirão Leste-Oeste (atual Mucuripe Moda Center); o homem que carrega um rádio comunicador é segurança e o outro encarrega-se de abrir e colocar caixas de som na entrada.

Figuras 16 e 17 – Trabalhadores na área da José Avelino



Fonte: Eciane Bezerra, 2016.

Segundo a Secretaria Regional Executiva do Centro de Fortaleza, esse polo movimentava, hoje, R\$ 70 milhões de reais por mês na economia do Ceará (*Tribuna do Ceará*, 2016). Considerando a importância econômica do polo, o Plano Fortaleza 2040⁵⁸ incluiu em suas discussões essa temática, apresentando, inclusive, que o centro comercial de confecções da José Avelino movimentava por volta de R\$ 600 milhões a um bilhão.

Apesar da expressiva dinâmica socioeconômica do comércio ambulante, os conflitos permanecem. A área ocupada pelo polo confeccionista da José Avelino continua expandindo-se desencadeando descontentamento, por exemplo, em comerciantes como os da Avenida Monsenhor Tabosa⁵⁹, localizada nas proximidades da Rua José Avelino, onde se concentram lojas de venda de confecções. Para os comerciantes locais, a preocupação é com o avanço da feira e com a “concorrência desleal”, pois, segundo eles, pagam impostos e direitos trabalhistas, possuem custos com estrutura, e não podem competir com preços mais baixos oferecidos no polo da José Avelino. Muitos comerciantes relatam que temem a aproximação da feira e que perderam clientes para a feira, pois em tempos de crise os clientes optam pelo menor preço. Na página seguinte, segue imagem com a área da José Avelino em vermelho, chegando ao lado do Centro Dragão do Mar e a poucos quarteirões da Avenida Monsenhor Tabosa, em amarelo.

⁵⁸ “O Plano Fortaleza 2040 é uma iniciativa da PMF coordenada pelo Instituto de Planejamento de Fortaleza (Iplanfor) para elaborar um plano de desenvolvimento urbanístico, social e econômico que oriente as ações públicas e privadas para a construção de uma cidade com alta qualidade de vida e ampla oportunidade de negócios pelos próximos 25 anos” (Fortaleza, 2015). O projeto também prevê a requalificação da área da José Avelino e a transformação do bairro Jacarecanga em um novo corredor têxtil da Cidade (*O POVO*, 11/05/17).

⁵⁹ A Avenida Monsenhor Tabosa, ponto turístico de Fortaleza, é um corredor comercial voltado para venda de confecções de luxo para grifes em Fortaleza, contando com mais de 700 metros de comércio.

Imagem 1 – Localização da área da José Avelino e a Av. Monsenhor Tabosa



Fonte: Google Earth adaptado pela autora.

A expansão da feira, que se aproximou muito do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, como foi possível ver na imagem acima, também incomoda os comerciantes de restaurantes e bares da área, tendo em vista que o dia de maior movimento, o sábado, coincide com o da feira, e muitos ônibus de sacoleiras estacionam bem próximo dos estabelecimentos, com intenso movimento da feira durante toda a madrugada.

Além disso, segundo a prefeitura de Fortaleza, o local não apresenta segurança, ocupa irregularmente calçadas, causa desordem no trânsito, possui ligações elétricas clandestinas, bem como evasão fiscal. Diante do contexto apresentado, a PMF apresentou projeto de retirada da feira da rua José Avelino e sua requalificação, com previsão de custo de dois milhões de reais, com início para um dia após o prazo final de permanência da feira e duração de três meses para conclusão.

Na proposta de retirada dos feirantes, foram apresentadas duas opções para os trabalhadores, uma privada e outra pública. A opção da iniciativa privada é o empreendimento Centro Fashion Fortaleza, que recebe total apoio do poder público municipal, por uma questão de organização que abordaremos melhor mais à frente. Para os feirantes de baixa renda, foram ofertados mil boxes públicos, distribuídos

através de sorteios, localizados no Mercado São Sebastião e Beco da Poeira, contudo apenas 326 feirantes se cadastraram. Os feirantes não concordaram com a proposta da prefeitura, alegando que os locais são distantes e não possuem o mesmo movimento da José Avelino. Além disso, a maior parte dos clientes dos feirantes são sacoleiras de outros estados que chegam na madrugada e já iniciam as compras, e os locais oferecidos pela prefeitura funcionam em horário comercial. A feirante Maria Cleane esclarece a opinião dos feirantes sobre os locais acima citados:

“Mas o que a gente vai fazer no São Sebastião? A gente não vende fruta, vende roupa. O prefeito não deixa a gente trabalhar. Só queremos que ele organize a rua”, disse Maria Cleane, feirante na José Avelino há 7 anos. “No Beco da Poeira não vende. Tem gente da minha família que não consegue vender em boxes lá e vêm vender aqui”, completou (*O POVO*, 11/05/17).

Também, muitos trabalhadores alegaram não ter condições financeiras de comprar boxes no Centro Fashion, pois muitos, principalmente os que estão trabalhando na rua, dependem do pouco que ganham em um dia de feira para comprar matéria-prima para a produção a ser vendida na próxima feira bem como garantir as despesas familiares da semana, ou seja, o trabalho garante apenas a sobrevivência do feirante e de sua família. Em entrevista (não estruturada) na área da José Avelino, os trabalhadores demonstraram a preocupação com o destino do polo de confecção, tendo em vista cada banca gerar renda para quatro a dez famílias e envolver, além do comércio, a produção de mercadorias.

Logo, os feirantes passaram a se mobilizar antes mesmo da realocação. Destacamos que a organização dos protestos se deu de forma diferente das anteriores, tendo em vista feirantes, permissionários e donos dos centros comerciais de confecções se unirem e utilizarem ações como protestos na Câmara Municipal durante audiência pública sobre a situação; usando trio elétrico, fizeram campanha nas redes sociais na qual o slogan era “# eu fico com a José Avelino” o qual foi estampado em blusas distribuídas aos feirantes, em bandeiras, adesivos para carros, e estava presente em todas as redes sociais de feirantes e centros comerciais de confecção, bem como em panfletos distribuídos nas vias próximas, principalmente por modelos contratados. Foi contratada, também, uma agência de *marketing* (EGLA,

comunicações e eventos)⁶⁰, que elaborou o slogan, fez vídeos e entrevistas com os feirantes e promoveu alguns eventos.

Figuras 18 e 19 – Ações a favor do polo da José Avelino



Fonte: facebookpolodemodajoseavelino e Eciane Bezerra, 2017.

Acima estão fotografias das mobilizações dos trabalhadores. A primeira foto mostra a rua José Avelino tomada por trabalhadores com blusas e bandeiras da cor laranja com a frase “# eu fico com a José Avelino”; a segunda imagem mostra o momento de saída de uma banda e modelos para panfletagem, percorrendo toda a José Avelino bem como a Avenida Alberto Nepomuceno e chamando atenção da sociedade para a causa dos trabalhadores.

Perante contexto apresentado, apresentamos a seguir uma série de acontecimentos importantes e conflituosos que se formaram em torno da retirada da feira.

⁶⁰ As mobilizações e contratações foram feitas principalmente pelos representantes dos trabalhadores como a AJAA e tiveram a adesão dos trabalhadores.

No dia 11 de maio de 2017, o prefeito de Fortaleza, Roberto Cláudio, apresentou projeto de requalificação da área da José Avelino, no qual eram previstas intervenções também na Av. Alberto Nepomuceno, na Rua Sobral e na Travessa Icó. Na ocasião, ficou claro que o prazo de permanência da feira seria até o dia 14 de maio de 2017. No entanto, dias antes (11/05/07), o Ministério Público do Ceará⁶¹ recomenda a suspensão da retirada dos feirantes, devido ao risco de confrontos com esses trabalhadores. No dia 13 de maio, o desembargador Durval Aires Filho expede liminar que impedia a retirada dos feirantes; essa determinação “era uma resposta a um mandado de segurança apresentado pela União dos Feirantes do Estado do Ceará” (G1.GLOBO, 17/05/17).

Contudo, mesmo com a liminar do desembargador impedindo a retirada dos feirantes, a PMF iniciou as obras de intervenção no dia 15 de maio de 2017⁶², suscitando uma série de conflitos violentos com os trabalhadores. Os confrontos dos feirantes com os Agentes de Operações Especiais da Guarda Municipal (GOE), que tiveram o auxílio do Grupo de Comando de Distúrbios Cíveis (CDC) e do Comando Tático Motorizado (Cotam), iniciaram já no dia 14/05/17 e duraram três dias consecutivos. Os feirantes, na luta pela permanência, fecharam vias, e um pequeno grupo deles ateou fogo em pneus e usou coquetel molotov. Pedras e pedaços de pau também foram usados como instrumentos de luta, e, em contrapartida, a Guarda Municipal usou balas de borracha, *spray* de pimenta e bombas de efeito moral.

No sentido de impedir a ocupação da rua José Avelino, a primeira ação foi a retirada do calçamento, fato que causou muitas críticas, tendo em vista ser o local tombado como patrimônio histórico desde dezembro de 2012 e sua alteração não estar em pauta. A prefeitura apresentou, em 17 de maio de 2017, liminar expedida pelo desembargador Paulo Francisco Banhos Pontes que revogou a liminar que proibia a PMF de remover os feirantes da rua José Avelino. Destacamos que a retirada foi apenas dos feirantes nas ruas; aos galpões foi dado prazo para regularizar os alvarás de funcionamento, com o risco de fechamento caso não os apresentassem.

⁶¹ Promotor de Justiça do MPCE Raimundo Batista.

⁶² Segundo a PMF, a liminar não impedia a realização de obras na área.

Analisando todo o processo em torno do polo da José Avelino e considerando os trabalhos de campo na área após os conflitos, podemos pontuar algumas observações. Os centros comerciais de confecção da área foram em parte fortalecidos tendo em vista que os feirantes se recusaram a ir para o Centro Fashion e passaram a trabalhar dentro de alguns centros comerciais, como, por exemplo, O Mucuripe Moda Center, que recebeu uma quantidade grande desses comerciantes oferecendo três meses de carência até eles começarem a pagar as taxas de ocupação. Outro espaço que foi muito fortalecido foi o Tend Moda, no município metropolitano de Caucaia (mais à frente apresentaremos com mais detalhes os centros comerciais de confecção).

Os trabalhadores que não puderam ocupar um centro comercial passaram a vender nas ruas próximas, com mercadorias nos ombros e mãos sempre em alerta com os fiscais. Além disso, grande quantidade de feirantes passou a ocupar as calçadas dos centros comerciais de confecção na própria José Avelino, como podemos visualizar na imagem abaixo.

Figura 20 – Feirantes ocupando calçadas dos galpões da José Avelino



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

A fotografia acima foi tirada em julho de 2017, dois meses depois da retirada dos feirantes, e o que se observa é a rua José Avelino à direita sem o calçamento e interditada, e na calçada dos galpões um corredor de feirantes com sacolas e mercadorias nas mãos, enquanto no centro desse corredor os clientes passam tomando toda a calçada em um fluxo intenso. Após alguns meses, a rua foi reaberta (outubro de 2017) com os galpões em pleno funcionamento. Apesar da proibição da ocupação de ambulantes na rua, ainda é possível vê-los circulando tanto na José Avelino como nas ruas próximas, conforme registram fotografias abaixo.

Figuras 21 e 22 – Rua José Avelino depois da reforma (esquerda), e trabalhadores ocupando a calçada do Mercado Central (direita)



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Dessa forma, essa reorganização em fixos, em centros comerciais, foi importante para a consolidação do mercado metropolitano de confecções de Fortaleza, pois ocorreu a legalização dos galpões da José Avelino. Ademais, a prefeitura de Fortaleza, em abril de 2018, anunciou que o polo de moda composto pelos comércios de confecções do centro de Fortaleza e do Jacarecanga (Centro

Fashion) será lançado em maio do mesmo ano como ponto turístico da capital. Para tanto, criará bolsões de estacionamento, linhas de ônibus em pontos determinados e espaço para capacitar comerciantes, fortalecendo, assim, a economia do “atacarejo” (*O POVO*, 28/04/18).

A seguir, abordaremos alguns dos principais centros comerciais de confecção do mercado metropolitano de Fortaleza, resultado de investimentos de capital privado que vislumbrou no mercado de confecções de Fortaleza a oportunidade de acumulação de capital.

4.4 Centros comerciais de confecção e o capital privado nos circuitos da economia urbana

A reorganização do comércio em centros comerciais foi mais uma estratégia de manutenção e fortalecimento do mercado metropolitano de Fortaleza, impulsionada pelo aumento do interesse de empresários em investir grandes quantias de capitais por essa atividade, principalmente na abertura dessas centralidades. Tal fato evidencia o avanço do circuito superior e do superior marginal nessa atividade, os quais já estavam presentes, mas não com a atual configuração.

No mercado de confecções de Fortaleza, o circuito superior da economia não é mais só fornecedor de matéria-prima ou de maquinário. Ele avança investindo em espaços que abriguem os trabalhadores do circuito inferior e sua produção. Dessa forma, os centros comerciais representam um entrelace entre os circuitos da economia urbana, que se dá principalmente pelo investimento de capital. A essência do mercado de confecção popular permanece, com produção em sua maioria típica do circuito inferior, voltada para um público principalmente do circuito inferior ou do circuito superior marginal.

Adiante, apresentamos os principais empreendimentos que compõem a expansão espacial, na área central e suas proximidades, e o capital privado no mercado de confecções de Fortaleza.

4.4.1 Centro Fashion Fortaleza

O mais recente investimento da iniciativa privada no setor de venda de confecções popular é o empreendimento Centro Fashion Fortaleza, localizado na Avenida Philomeno Gomes, na delimitação entre o centro da cidade e o bairro Jacarecanga, distante dois quilômetros da área da José Avelino. O empreendimento é resultado da parceria entre o Grupo Marquise e a Construtora Preferencial⁶³. Ambas as empresas, típicas do circuito superior da economia, construíram e dividem atualmente a direção do Centro Fashion.

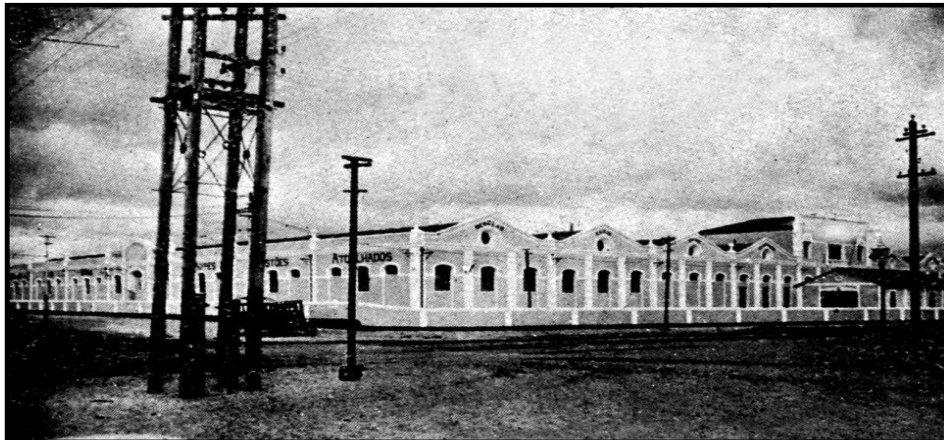
O Centro Fashion Fortaleza foi erguido no terreno onde antes funcionava a antiga fábrica de tecidos São José⁶⁴, da família Philomeno Gomes. A obra teve início em agosto de 2015 em uma área de 30 mil metros quadrados de terreno e 70 mil metros quadrados de área construída. Foi edificado com pré-moldados, visando dar celeridade à construção, e empregou cerca de 300 funcionários na obra. Segundo os sócios, o empreendimento teve capital investido de R\$ 120 milhões de reais, tanto em obras quanto na infraestrutura da vizinhança: melhoria nas ruas que circulam o prédio com drenagem, pavimentação e construção de calçadas. Abaixo na página 140, fotografias de três momentos importantes do local.

A primeira foto (Figura 23) registra a antiga fábrica de tecidos São José, a segunda (Figura 24), o Centro Fashion em sua fase de construção com parte da fachada da antiga fábrica ainda em pé, e a terceira foto (Figura 25) mostra o empreendimento já finalizado.

⁶³ O Grupo Marquise tem mais de 40 anos no mercado nacional e atua em diversas áreas como incorporações, infraestrutura (portos, aeroportos, mobilidade urbana), serviços ambientais, hotelaria, comunicação (TV e rádio Tambaú na Paraíba, rádio Palmares em Maceió), Shopping Parangaba e centrais de atendimento ao cidadão. Conta com mais de seis mil funcionários e teve faturamento de mais de R\$ 1 bilhão no último ano. Atualmente está presente em 15 cidades e oito estados brasileiros. A Construtora Preferencial tem mais de 10 anos no mercado e acumula experiência em diversas áreas, como execução de obras civis residenciais, comerciais e industriais. É ainda uma empresa credenciada à Caixa Econômica Federal.

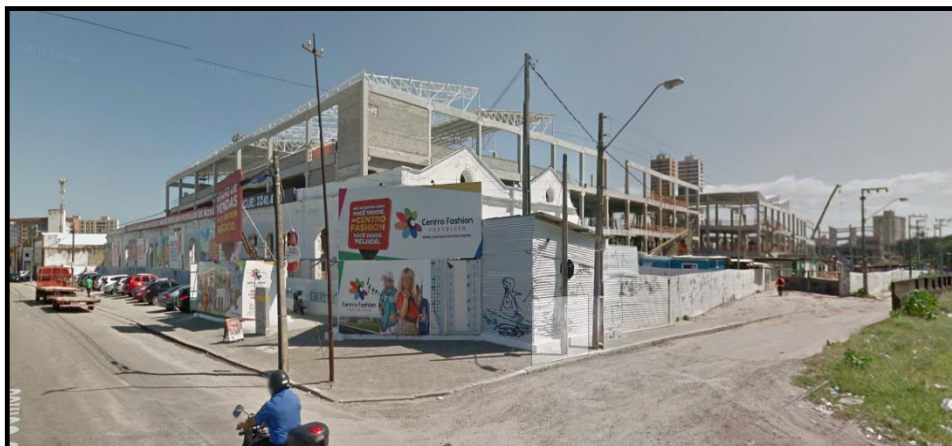
⁶⁴ Inaugurada em 1926, a fábrica de tecidos São José foi uma grande indústria têxtil que produzia tecidos e redes inclusive para exportação. Foi durante muitos anos a maior fábrica de redes do Brasil. Seu parque fabril de vinte e sei mil metros quadrados chegou a empregar mais de mil operários. Por trás da fábrica, ficavam também a vila operária São José e uma escola para os filhos dos funcionários (Fonte: <www.fortalezaemfotos.com>).

Figura 23 – Antiga Fábrica São José. Visão da Av. Philomeno Gomes com Rua Maria Luiza



Fonte: www.fortalezaemfotos.com.

Figura 24 – Centro Fashion em sua fase de construção. Visão da Av. Philomeno Gomes com Rua Maria Luiza



Fonte: Street View.

Figura 25 – Fachada do Centro Fashion. Avenida Philomeno Gomes



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

O empreendimento, inaugurado em 26 de abril de 2017, possui três pavimentos além do subsolo, com previsão para ter os seguintes serviços: 8.400 boxes; 300 lojas; praça de alimentação com dois mil assentos; estacionamento para carros, motos, bicicletas, e mais 130 vagas exclusivas para ônibus; hospedagem com 340 leitos; caixas eletrônicos; guarda-volumes; segurança. Na primeira fase, foram entregues cinco mil unidades, correspondentes a 150 lojas e 4.850 boxes. Junto às chaves dos espaços de venda os vendedores receberam também cadernos técnicos com instruções para a padronização do local.

Boxes e lojas foram vendidos de acordo com a localização dentro do empreendimento e tamanho. Segundo Francisco Philomeno Neto (diretor do empreendimento), em entrevista ao jornal *O Povo*, a taxa de adesão varia entre R\$ 3 mil e R\$ 25 mil por cada box, tendo os boxes tamanhos que variam entre 2m x 1,20m e 1m x 1,20m. Ademais, as lojas custam entre R\$ 40 mil e R\$ 100 mil reais e cada 20m² das megalojas custa R\$ 150 mil.

Salientamos que em pesquisas feitas na internet, em sites de venda como OLX, em perfis sociais do mundo da moda popular e sites de imobiliárias, encontramos muitos boxes e lojas do Centro Fashion Fortaleza sendo vendidos ou alugados⁶⁵. Algumas imobiliárias oferecem parcelamento em boletos em vinte parcelas para espaços com média de valor de vinte mil reais, ou lojas de 8m² no valor de R\$ R\$ 44.545 reais custando assim R\$ 5.568 reais o metro quadrado. Os sites também oferecem lojas e boxes para alugar com uma variação de preço entre R\$ 500,00 reais e R\$1.500,00 reais por mês, inclusos condomínio e wifi.

Os feirantes, agora condôminos, pagam taxas de manutenção que variam entre R\$ 50,00 e R\$ 170,00 reais por semana, dependendo do tamanho do espaço e da localização. Abaixo na página 142, seguem fotografias de alguns setores do empreendimento. A primeira foto (Figura 26) mostra o setor azul de boxes. Organizado por setores e cores, como podemos perceber, o espaço é bem iluminado e possui corredores largos.

⁶⁵ Alguns sites pesquisados são: mgfimoveis.com.br; ce.olx.com.br; imovelweb.com.br; vivareal.com.br; campainha.com.br.

Figura 26 – Setor Azul, Centro Fashion, Fortaleza



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

A foto a seguir (Figura 27) mostra o setor vermelho, que é a praça de alimentação, muito ampla, com boa circulação de ar, local bem agradável, com restaurante e lanchonetes.

Figura 27 – Setor Vermelho, Praça de Alimentação, Centro Fashion, Fortaleza



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Já as fotografias abaixo (figuras 28 e 29) mostram ônibus na área de desembarque. Como podemos observar pelas placas abaixo, na ocasião havia ônibus

de São Paulo (Presidente Prudente), Bahia (Feira de Santana), Tocantins (Araguaina), Maranhão (São Luís e Santa Inês).

Figura 28 e 29 – Plataforma de desembarque dos ônibus no térreo e placas dos ônibus que mostram a procedência das sacoleiras



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

O Centro Fashion conta com o importante apoio do poder público, diferentemente de outros centros comerciais de confecção da capital. O apoio vai desde a ampliação do itinerário de linhas de ônibus (linha 061-central), para beneficiar o fluxo de comerciantes e compradores, até o deslocamento dos feirantes da Rua José Avelino.

Um dos objetivos dos empresários do Centro Fashion com o apoio do poder municipal é abrigar os feirantes da Rua José Avelino⁶⁶, e para isso existe um trabalho que visa atrair esses trabalhadores para dentro desse equipamento. Segundo Francisco Philomeno Neto, há um intenso trabalho de busca: “através dos corretores,

⁶⁶ Lembramos que realocação dos feirantes da José Avelino para o Centro Fashion, Mercado São Sebastião e Beco da Poeira é motivo de conflitos com o poder público, fato abordado anteriormente.

nós temos buscado esses feirantes e lojistas na feira (da José Avelino) e em locais onde eles normalmente atuam para que venham para cá” (*DIÁRIO DO NORDESTE*, 26/04/2017). Assim, os empresários fizeram campanha divulgando entre os feirantes a infraestrutura e a segurança oferecidas no equipamento. Muitos aderiram à ideia da mudança, contudo boa parte recusa-se a deixar a área da José Avelino.

Nesse contexto, lembramos que as feiras, comércios típicos do circuito inferior, são espaços que acolhem também aqueles que não conseguem inserir-se no mercado formal de trabalho e que encontram nesses locais uma forma imediata de sobrevivência com baixíssimo investimento. Os que estão nas ruas não possuem os meios financeiros de adquirir um box com os valores aqui apresentados, tendo que arcar com taxas de condomínios semanais muitas vezes mais caras que as de uma feira, o que dificulta a adesão deles aos boxes.

Ressaltamos ainda que o atual contexto econômico do Brasil, no qual o nível de desemprego elevou-se consideravelmente, leva ao aumento do número de trabalhadores inseridos no circuito inferior da economia. Foi percebido em vários trabalhos de campo o inchaço da feira da José Avelino bem como foi constatado, em entrevista com os feirantes, o aumento dos trabalhadores na feira da José Avelino e suas adjacências. Assim, o empreendimento fortalece o mercado metropolitano de confecções de Fortaleza, mas não integra os distintos trabalhadores envolvidos nessa atividade.

Além da ação de atrair os feirantes para o Centro Fashion, os empresários realizaram intenso trabalho de divulgação dentro e fora do estado do Ceará, dessa vez vislumbrando alcançar as sacoleiras de vários estados do país. O trabalho se deu por meio de diferentes estratégias: propagandas na televisão e no rádio; divulgação em blogs de notícias, jornais impressos e online, redes sociais, programas de televisão; adesivação dos ônibus das sacoleiras que circulam nos principais polos de confecção do nordeste do país. Podemos visualizar nas fotografias abaixo a adesivação de ônibus dos estados do Maranhão e Piauí.

Figura 30 e 31 – Ônibus de outros estados com propaganda do Centro Fashion



Fonte: facebook.com/centrofashionfor .

Sobre essa estratégia dos empresários, André Pontes, diretor do empreendimento, ressalta:

Para articular a migração dos clientes atacadistas de outros estados, segmento mais forte deste mercado e que tem como principais emissores os estados do Pará, Amazonas, Maranhão, Piauí, da feira de rua para o empreendimento, a empresa tem feito uma grande campanha junto aos operadores de ônibus. Mais de 100 ônibus que fazem este tipo de transporte já estão circulando pelo país com a marca Centro Fashion e a expectativa é de que a cada dia de feira uma média de 70 ônibus aporte no local. Para hoje, já estão confirmadas pelo menos 35 caravanas (ANDRÉ PONTES, JORNAL O POVO, 26/04/17).

Dessa forma, a divulgação é ampla, para alcançar feirantes da José Avelino, feirantes de outros grandes polos de confecções do Nordeste, clientes, firmando acordos e parcerias com agentes de moda, motoristas de ônibus bem como com nove imobiliárias de Santa Cruz do Capibaribe, em Pernambuco. Ressaltamos que o Moda Center Santa Cruz em Pernambuco serviu de modelo para que empresários cearenses concretizassem o projeto Centro Fashion Fortaleza.

Assim, investindo intensamente no que os empresários chamam de turismo de negócios ou turismo de compras, estima-se que em períodos de alta estação, como Natal e Ano Novo, o empreendimento movimenta entre R\$ 160 milhões e R\$ 200 milhões, e a expectativa é de que ele deva movimentar R\$ 2,5 bilhões por ano na economia local. A propósito do lucro dos empresários, o diretor Francisco Philomeno estima que eles “em luvas vão receber cerca de R\$ 110 milhões e, em aluguel, R\$ 30 milhões por ano” (*DIÁRIO DO NORDESTE*, 6/7/16).

Nesse contexto de circulação de altas quantias de capital investido o empreendimento agrega dinâmica ao mercado estudado, movimentando a economia da capital bem como o mercado de trabalho. A expectativa aponta para a geração de 10 mil empregos diretos iniciais e 20 mil empregos indiretos.

4.4.2 Mucuripe Moda Center e Pátio Central

Mucuripe Moda Center

Um dos mais novos centros comerciais de confecção na área da José Avelino no centro de Fortaleza é o Mucuripe Moda Center, que iniciou nessa atividade com o nome Feirão Leste-Oeste. Antes, nesse local funcionou, por doze anos, uma importante e conhecida casa de show, o Mucuripe Club. Os empresários donos do local decidiram mudar a função de lazer desse espaço e passaram a investir em um centro de comércio de confecções.

Inaugurado em outubro de 2015, com total investimento da iniciativa privada, o Mucuripe Moda Center foi idealizado por um grupo de sócios empresários com ampla experiência de trabalho com grandes públicos no ramo do entretenimento e que decidiram investir no ramo do comércio de confecções juntamente com dois empresários proprietários de boxes na José Avelino. Segundo o comerciante e sócio do empreendimento Ivan Cavalcante, foi feito um contrato de aluguel de dez anos e os donos do espaço terão um percentual em cima do faturamento⁶⁷. Abaixo, segue fotografia da entrada do Mucuripe Moda Center com uma vitrine no segundo

⁶⁷ Entrevista publicada em 20/02/15 – Jornal dos Municípios.
<<http://jmunicipios.com.br/noticias/municipios/fortaleza>>.

pavimento e, do lado direito, sacoleiras sentadas ao lado de suas mercadorias. É possível ver também um carrinho, instrumento de trabalho de um carregador que presta serviços a sacoleiras.

Figura 32 – Fachada do Mucuripe Moda Center



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

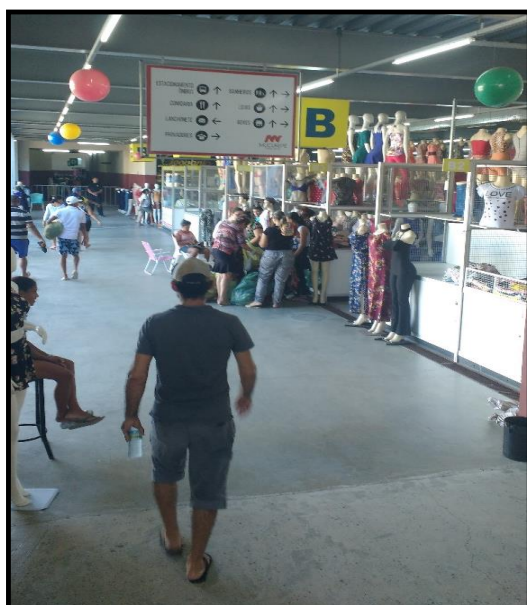
O empreendimento, localizado na travessa Maranguape, passou a fazer parte do polo de confecções da José Avelino, projetando ainda mais o mercado da moda produzida na capital. Pedro Neto, um dos sócios do empreendimento, afirma: "chamou nossa atenção o crescimento significativo da feira, que chegou ao lado do Mucuripe Club. Nossa intenção é desenvolver e qualificar o Polo José Avelino, consolidando Fortaleza como o maior polo de moda da região Nordeste"⁶⁸. Segundo o empresário, o empreendimento é uma opção para que os trabalhadores da feira da José Avelino saiam da rua e possam ter um lugar fixo, além de trazer vantagens econômicas, turísticas e a oportunidade de desobstruir as vias ocupadas pela feira. "Todos saem ganhando com o Feirão, que trará bons resultados desde a economia até o trânsito" (PEDRO NETO, *DIÁRIO DO NORDESTE*, 14/10/15).

Assim, com investimento considerável de capital, esse equipamento foi reorganizado para sua nova função oferecendo estrutura para comportar

⁶⁸ Publicado em 14/10/15, no jornal *Diário do Nordeste*, Caderno Negócios.

aproximadamente dois mil boxes e cento e cinquenta lojas, tendo iniciado suas atividades com o funcionamento de 601 boxes e 54 lojas (primeira etapa), e em cinco meses chegou a receber mais de quarenta mil pessoas. O local ainda conta com restaurante, estacionamento para ônibus, segurança, hospedagem, área de entretenimento onde ocorrem eventos como desfiles e atrações musicais e constitui um espaço diferenciado, como local de divulgação e atração de clientes. Abaixo seguem fotografias do local.

Figura 33 e 34 – Áreas internas do Mucuripe Moda Center



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

A fotografia à direita mostra os dois pavimentos do empreendimento, tendo o segundo piso funcionado apenas a partir de maio de 2017, após os conflitos da PMF com os feirantes que ocupavam a Rua José Avelino, pois grande número de feirantes que se recusaram a ir para Centro Fashion optaram por outros locais como o Mucuripe Moda Center, fato divulgado em redes sociais e também em *banners* no próprio local, como podemos ver na fotografia abaixo.

Figura 35 – Banner na entrada do Mucuripe Moda Center



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

O Mucuripe Moda Center faz parte dos mais de trinta empreendimentos do polo de moda da José Avelino, sendo, assim, uma opção mais interessante para os feirantes, que tiveram facilidade para aderir ao empreendimento, como por exemplo, carência de três meses para início do pagamento das taxas de ocupação.

Pátio Central

O Pátio Central, localizado na esquina das avenidas Alberto Nepomuceno e Pessoa Anta, é mais um espaço fixo com infraestrutura que se assemelha à de um *shopping center*, mas voltada para a venda em atacado e varejo de confecções a preços populares. O empreendimento faz parte do Polo de confecções da José Avelino e tem como seu principal público as sacoleiras de outras cidades do estado e de outras regiões do país.

O espaço é bem equipado. Abriga 190 lojas bem decoradas e distribuídas em dois pavimentos, praça de alimentação, estacionamento para receber os ônibus de outros estados, além de elevador. Segundo o presidente da AJAA, o dono do Pátio Central foi mais um empresário que mudou de “ramo”. Trabalhava no negócio de

venda de carros e decidiu investir no empreendimento voltado para a venda de confecções a preços populares. Abaixo, seguem imagens do Pátio Central.

Figura 36 e 37 – À esquerda fachada do Pátio Central, e à direita parte interna do empreendimento



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Na primeira fotografia, vemos a fachada do Pátio Central na Avenida Pessoa Anta; ao lado, podemos observar o seu estacionamento com dois ônibus de sacoleiras do Piauí. Na segunda foto, é possível observar vitrines de lojas.

4.4.3 Tend Moda

Na região metropolitana, o Tend Moda, inaugurado oficialmente em 18 de abril de 2017, é mais um espaço que se destaca na venda de confecções a preços populares no atacado e varejo visando atrair o público de sacoleiras de várias partes do país.

Localizado no município de Caucaia, quilômetro 12, nas proximidades do entroncamento entre a BR-222, a BR-020 e o quarto anel viário, o empreendimento

encontra-se fora do adensamento urbano, ou seja, longe do problema de congestionamento. O local é bem amplo, estando em rota de passagem de outras regiões do país em direção à capital do Ceará. Abaixo apresentamos panfleto de divulgação com localização do Tend Moda, que tem um código de barras QR⁶⁹ destinado a facilitar o trajeto de quem vai ao referido local através do GPS de celulares.

Figura 38 – Material de divulgação com localização do Tend Moda



O local possui 15.000m² de área coberta com 3.200 boxes, além de estacionamento para 150 ônibus e 1.000 carros, duas praças de alimentação com trinta e seis lanchonetes e restaurantes, 18 banheiros individuais e coletivos, e serviço de segurança. Abaixo na página 152, segue imagem (Figura 39) da área de estacionamento do Tend Moda com ônibus de sacoleiras de outros estados do país.

⁶⁹ A sigla refere-se em inglês a Quick Response (Resposta Rápida), um tipo de código de barras bidimensional que pode ser facilmente escaneado pela maioria dos telefones celulares equipados com câmera.

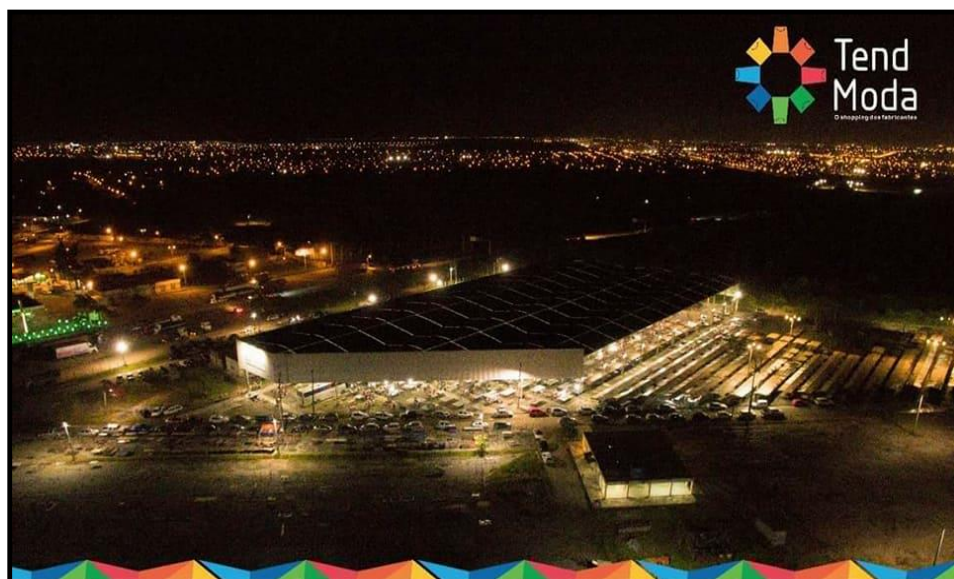
A imagem seguinte (Figura 40) mostra vista aérea do empreendimento em que é possível ver a grandiosidade do local.

Figura 39 – Estacionamento do Tend Moda



Fonte: www.facebook.com/TendModa, 2017.

Figura 40 – Vista aérea do Tend Moda



Fonte: www.facebook.com/TendModa, 2017.

O Tend Moda tem feito ampla campanha nas redes sociais e também na televisão local no sentido de atrair clientes que já frequentam o polo de confecções da metrópole cearense como também os feirantes da José Avelino. Para isso, adequou-se à dinâmica da feira, funcionando inclusive nos mesmos dias e horários: de quarta-feira para quinta-feira e de sábado para domingo a partir das 18:00h e durante toda a madrugada, ampliando também o atendimento para as sextas-feiras. Em vídeo de divulgação, os empreendedores afirmam:

Nosso objetivo é alcançar e atuar no mercado de moda nacional e internacional, estimulando os fabricantes/feirantes a multiplicarem suas vendas. Nosso equipamento conta com mais de três mil e duzentos boxes, estacionamento privado para 150 ônibus e 1.000 carros. Espaço limpo, confortável e familiar. Além de buscar comodidade e qualidade de vida através dos negócios, o Tend Moda busca proporcionar, a cada um de seus usuários, estratégias de divulgação e posicionamento da marca” (Tend Moda, 2015)⁷⁰.

Como mencionado na citação acima, o que observamos é que todos os empresários que decidiram investir seu capital no mercado da moda popular mencionaram em entrevistas que vislumbraram o fortalecimento do polo confeccionista do Ceará, fomentando assim, o turismo de compra e de negócios. Para tanto, divulgam seus negócios através de rádios, televisão e principalmente redes sociais. Lembramos que na busca constante de acumulação de capital, a publicidade é uma estratégia bem eficiente.

Enfim, a dinâmica do mercado de confecção da capital atrai o interesse da iniciativa privada, que investe seu capital e alia-se à essa atividade confeccionista, a qual apresenta produção e comércio típico do circuito inferior da economia, mas cada vez mais associados ao capital do circuito superior, demonstrando, assim, a concretização e a complexidade do entrelace existente entre os circuitos da economia urbana no mercado de confecções de Fortaleza.

Lembramos que a inter-relação entre os circuitos faz parte da lógica de seu desdobramento sobre o espaço urbano. Contudo, destaca-se no atual contexto da

⁷⁰ <<https://www.youtube.com/watch?v=gmRiIV1uiN8>>.

globalização uma maior complexidade nas suas formas de relação, pois elas se apresentam cada vez mais intrincadas, sendo necessário prudência nas análises.

No próximo capítulo, abordaremos as especificidades do mercado metropolitano de confecção de Fortaleza e seus desdobramentos no contexto dos circuitos da economia urbana.

5 A METRÓPOLE DA CONFECÇÃO E SUAS SINGULARIDADES.

5.1 A ampliação do circuito superior marginal no mercado de confecção de Fortaleza

Como discutimos no capítulo 2, o espaço geográfico é dividido em dois circuitos econômicos que coexistem (circuito superior e circuito inferior), cujo desdobramento torna-se mais visível e complexo sobre o espaço urbano. O circuito superior divide-se em superior propriamente dito e em superior marginal, este último composto por formas de produção menos modernas tecnológica e organizacionalmente. De acordo com o pensamento de Milton Santos (2008, p. 103), ao elaborar a teoria dos circuitos econômicos, o circuito superior marginal

[...] pode ser a o resultado da sobrevivência de formas menos modernas de organização, ou a resposta a uma demanda incapaz de suscitar atividades totalmente modernas. Essa demanda pode vir tanto de atividades modernas como do circuito inferior.

Dessa forma, entendemos que o circuito superior marginal é híbrido, pois apresenta características tanto do circuito superior quanto do circuito inferior, através de versatilidades que permitem ora aproximar-se do superior (quando o inferior está em ascensão) ora do inferior (quando o superior está em declínio). Tem, assim, caráter residual ou emergente que, segundo Silveira (2004), se deve ao seu permanente movimento de transição.

Nesse processo de incorporação de variáveis modernas ou tendo que recuar para manter-se em ação, o circuito superior marginal, no atual contexto da globalização, adquire feições particulares que o torna mais enredado, mas expande-se e consolida-se sobre o espaço urbano. Ele é uma ponte importante nos sistemas econômicos. Estabelece uma comunicação entre eles permitindo que os agentes que fazem parte de cada circuito econômico transitem entre eles, de modo que os mais pobres tenham mais acesso a produtos mais modernos e a parcela da população mais abastada transite sempre que necessário entre os circuitos econômicos. Essa reflexão dialoga com o trabalho de Marlon Santos quando ele expõe:

O circuito superior marginal funciona como uma engrenagem entre o circuito superior e o inferior. É uma peça-chave para a união dos dois circuitos, sendo ponte direta entre os dois subsistemas do urbano, construindo, portanto, o sistema urbano da economia [...] (SANTOS, Marlon, 2017, p. 59).

Como podemos notar, o ajustamento do circuito superior marginal que permitiu sua consolidação, ampliando ou recuando sua escala de atuação, está diretamente ligada ao acesso de capital. Desse modo, no circuito superior marginal, o capital não ocorre de forma intensiva como no circuito superior propriamente dito, contudo ocorre de maneira mais pujante do que no circuito inferior.

Em suma, o mercado de confecções de Fortaleza apresenta uma organização particular, na qual identificamos parcela significativa que mantém essas citadas relações híbridas, em que o circuito superior marginal ganha espaço e representatividade ao lado do circuito inferior. De acordo com Bicudo (2006), o circuito superior marginal alimenta-se ao mesmo tempo das duas lógicas, contendo, assim, a racionalidade instrumental (advinda do circuito superior) e a racionalidade comunicacional (advinda do circuito inferior).

Partindo das observações feitas nos trabalhos de campo, do que apuramos nas entrevistas realizadas bem como das informações que adquirimos através dos jornais locais, blogs, sites e redes sociais, verificamos que o mercado de confecções de Fortaleza não é apenas representativo do circuito inferior da economia, apesar de parcela considerável das ações estarem inseridas nesse circuito. Esse mercado também desenvolveu número significativo de ações próprias do circuito superior marginal.

No polo de confecções da José Avelino, por exemplo, é expressiva a quantidade de comerciantes/fabricantes que transitam entre práticas típicas do circuito inferior e superior marginal em seu processo de sobrevivência e de acumulação de capital. Agentes que têm poder aquisitivo contam com profissionais especializados, entre outros: estilistas, da área de *marketing*, contadores e advogados.

Além das facções, esses comerciantes e fabricantes têm diversos pontos de venda de suas mercadorias do mercado estudado, que vão desde lojas com vitrines

requintadas, bem decoradas, e equipadas (com ar condicionado computadores e impressoras) nos principais centros comerciais, até bancas simples de madeira em corredores estreitos. Para o desenvolvimento dessa dinâmica, esses agentes típicos do circuito superior marginal desenvolvem relações de trabalho que abrangem trabalhadores com carteira assinada, ou seja, com seus direitos trabalhistas garantidos (na maior parte em facções), e funcionários que são contratados de forma informal, como é o caso dos vendedores das bancas ou lojas, como constatamos em entrevista feita com esses trabalhadores. Dessa forma, “as condições trabalhistas ficam no limiar entre os dois circuitos, mas com especificações que não as configuram nem no circuito superior nem no inferior” (SANTOS, Marlon, 2017, p. 61).

Ao trabalhar a atual configuração do circuito superior marginal, Marlon Santos (2017) apurou que nesse circuito, por exemplo, o trabalhador está em condições melhores de trabalho. Embora não tenha salário fixo, recebe em dinheiro e não em insumos como acontece frequentemente com o trabalhador no circuito inferior, e ainda tem um maior acesso ao crédito institucional, o que lhe permite fazer alguns investimentos na melhoria dos seus negócios.

Nesse contexto, podemos inferir, pelos depoimentos de empreendedores do polo de confecção de Fortaleza a jornais locais, que esses agentes mantêm uma dinâmica de produção e venda representativos do circuito superior marginal emergente. A produtora e comerciante Maria Iodênia, por exemplo, além de ter seis pontos de comércio de confecção no polo de moda da José Avelino, produz o que vende, e a comerciante Lúcia Botão tem três lojas da família no mesmo local.

“Tudo o que eu consegui na minha vida foi lá na feira. As coisas foram melhorando e hoje estou dando muitos empregos”, orgulha-se. Sua fábrica, ela diz, oferece 18 empregos com carteira assinada. “Eu tenho 43 pontos de costura, e emprego mais de 130 pessoas em Pindoretama, Cascavel e Horizonte”, lista (MARIA IODÊNIA, *DIÁRIO DO NORDESTE*, 27/12/2015).

“Hoje ofereço 17 empregos diretos, e uns 30 indiretos”, diz Lúcia, que já montou sua própria empresa. “Nesses sete anos, o nosso público vem aumentando cada vez mais. A qualificação das pessoas está muito melhor. E a infraestrutura das lojas já melhorou muito” (LÚCIA BOTÃO, *DIÁRIO DO NORDESTE*, 27/12/2015).

Assim, na forma de atuação descrita acima, o intuito principal não é exclusivamente a sobrevivência, mas também a acumulação de capital, retratada sutilmente pelos agentes. A quantidade de trabalhadores contratados é significativa, a forma de contratação perpassa pelo emprego registrado em carteira e por diversos trabalhos, todos distribuídos entre os locais de produção (facções) e o comércio (centros comerciais do centro).

Outro exemplo que podemos analisar no mercado de confecções de Fortaleza, enquanto circuito superior marginal emergente, é o caso da marca que nasceu no polo de moda da José Avelino, a Via Romântica. Os empreendedores dessa marca vêm investindo consideravelmente em sua divulgação. A marca possui quatro lojas em diferentes centros comerciais do polo da José Avelino, uma loja no interior do estado na cidade de Ipu, e no ano de 2017 inaugurou sua primeira loja no Ceará Moda Shopping Atacado, equipamento típico do circuito superior voltado para a comercialização de marcas conceituadas no mercado.

Com coleções autênticas de boa qualidade, criadas, produzidas e comercializadas pela marca, seu ponto alto tem sido o considerável investimento em *marketing*. Nos últimos quatro anos, a Via Romântica contrata, além de estilistas e modelos, profissionais como produtores, fotógrafos e especialistas na identidade visual da marca como *designers*, que desenvolveram o *design* digital, o *layout* das páginas na internet (como o site oficial e o Facebook) bem como a produção gráfica dos catálogos da marca. No site oficial, por exemplo, é realizada a venda pela internet para todo o país, sendo possível visualizar as quatro últimas coleções, escolher o modelo desejado, tamanho e cor, pagar no cartão de crédito e parcelar. Já os catálogos distribuídos nas lojas chamam atenção pela excelente qualidade do material confeccionado. Abaixo na página 159, seguem imagens das capas dos catálogos 2016 e 2017.

Figura 41 e 42 – Material de divulgação, catálogos das coleções 2016 e 2017 da Via Romântica



Fonte: Via Romântica (2016/2017).

Além da qualidade do material de divulgação, chama atenção também a produção realizada. As quatro coleções apresentadas tiveram como modelos pessoas famosas no cenário regional e nacional; duas das coleções levam o nome dessas pessoas, como a coleção 2016/2017 “By Solange Almeida” (imagem da direita acima), que leva o nome da cantora conhecida nacionalmente. O primeiro significativo investimento em *marketing* da marca foi com a coleção “Veneza”, de 2016, a qual, além de ter como modelo uma apresentadora conhecida no estado do Ceará, contratou uma agência para cuidar do *marketing* e da produção, e toda a coleção foi fotografada em Paris, como podemos observar nas fotografias abaixo na página 160.

Figura 43 e 44 – Coleção 2016, Via Romântica fotografada em Paris



Fonte: Facebook Via Romântica, 2016.

As fotos foram publicadas no catálogo e nas redes sociais, e foi feito um *making off* publicado na página do Youtube da marca, que também faz divulgação em programas de televisão local e foi um dos patrocinadores do Carnaval Porto das Dunas (PDD), evento que conta com a participação de bandas e cantores conhecidos nacionalmente.

Milton Santos (2008, p. 60), ao apresentar a teoria dos circuitos da economia urbana na década de 1970, expõe que o circuito superior marginal, para garantir sua permanência, “beneficia-se indiretamente com a propaganda feita pelos produtos similares de nível mais elevados”, sendo as despesas em publicidade mínimas ou nulas, e os produtos frequentemente de qualidade inferior.

Destarte, ao analisar a atuação dos agentes do circuito superior marginal no atual contexto, e considerando o contexto de elaboração da teoria na década de 1970, percebemos como o investimento em propaganda tornou-se importante para o circuito superior marginal. No caso exposto acima, a marca Via Romântica investe

muito e utiliza diversas formas de divulgação, além de produzir peças originais e de boa qualidade, como já mencionamos. Salientamos que o valor da mercadoria nos últimos três anos aumentou, também, com vestidos que custam em média de R\$ 80,00 reais a R\$ 250,00 reais, valores muito acima dos praticados no circuito inferior. No entanto, seus pontos de venda e público principal ainda são os da José Avelino, local típico do circuito inferior da economia.

Por conseguinte, uma das características identificadas no circuito superior marginal no mercado de confecções de Fortaleza é o uso da propaganda mais elaborada projetada por profissionais de várias áreas já referidas, ampliando assim sua escala de atuação, contudo o principal local de venda e o público a ser atingido ainda são os do circuito inferior, como já vimos. Assim, constatamos que o circuito superior marginal que prevalece é o de natureza emergente, marcado pela ascensão do circuito inferior. As relações nesse circuito econômico se expandiram, contudo são freadas, limitadas pela disposição de capital existente.

Dessa maneira, assinaladas e analisadas as formas de organização do circuito superior marginal no mercado de confecções metropolitano de Fortaleza, no tópico seguinte discutiremos a organização e o caráter internacional do circuito inferior da economia desenvolvido no mercado estudado.

5.2 Circuito inferior, um circuito completamente local? A dinâmica internacional do mercado de confecção de Fortaleza

No atual contexto da globalização em que as relações entre os circuitos econômicos e mesmo dentro deles são cada vez mais complexas, é necessário rever e atualizar as estratégias desenvolvidas pelos dois circuitos no sentido de ampliar seu alcance (circuito superior) ou garantir sua permanência (circuito inferior).

Dessa forma, considerando como ponto de análise o mercado metropolitano de confecções de Fortaleza, buscamos entender novas dinâmicas desenvolvidas nos circuitos econômicos. Uma dinâmica que nos chama atenção é a relação que esse mercado desenvolveu para além das fronteiras nacionais, como é o

caso das sacoleiras vindas do continente africano especialmente para consumir a confecção produzida no mercado estudado.

Nesse caso, as sacoleiras conhecidas como “rabidantes”⁷¹ destacam-se na dinamização da economia do Cabo Verde, sobretudo no circuito inferior da economia. Segundo Silva, Tataiana (2016) existe inclusive uma estratificação nesse grupo formada por pequenas comerciantes de gêneros alimentícios, comerciantes que ocupam uma posição intermediária que vendem produtos de outros países africanos e grandes comerciantes, responsáveis por desenvolver o comércio com outros continentes. Para nossa pesquisa, trataremos especificamente das que atuam no comércio intercontinental, ou seja, as que fazem uma rota comercial entre o Cabo Verde e o Brasil, especificamente para a capital cearense. Os fluxos realizados pelas rabidantes, na perspectiva de Lobo (2015, p. 20), são considerados pela autora como globalização popular, pois essas mulheres

[...] circulam entre países como Estados Unidos, Portugal, França e Brasil para efetuar suas compras; e, além de abastecer os mercados das ilhas do arquipélago, “exportam” para países africanos mais próximos, São Tomé e Príncipe, Senegal, Guiné-Bissau. Dessa forma, possibilitam às camadas populares de ambos os países um lugar na economia mundial, sejam como produtores ou consumidores.

Para Grassi (2007), as rabidantes são atores sociais, econômicos e culturais que exercem de forma peculiar uma integração na economia mundial. Como podemos observar, essas trabalhadoras do circuito inferior da economia são agentes dinamizadoras da economia. Na sua reprodução social, buscam os melhores preços e a maior variedade fora do seu país⁷², sendo assim responsáveis por fluxos de mercadorias e pessoas, traçando rotas entre os continentes americano, africano e europeu.

⁷¹ São consideradas rabidantes as mulheres que exercem atividades comerciais em feiras, mercados, as que viajam para outros países para adquirir mercadoria e mesmo as que comercializam eventualmente. É um termo crioulo que significa “dar a volta”, “desenrascar-se” (DE SOUSA LOBO, 2015).

⁷² Em sua organização, as rabidantes buscam em cada país acima citado por Lobo (2015) um tipo de mercadoria específica. Assim, nos Estados Unidos buscam principalmente cosméticos, e na Europa, perfumes e artigos de cama, mesa e banho.

No Brasil, o foco das rabidantes são as confecções principalmente de moda praia, moda íntima, roupas e de sandálias Havaianas. Embora o foco principal seja a compra de confecções, elas também aproveitam para adquirir outros produtos, como, por exemplo, eletroeletrônicos, bijuterias, cosméticos (artigos para cabelo, perfumes e esmaltes). As viagens são realizadas com recursos próprios, ou elas recorrem a empréstimos principalmente junto a familiares, mas também fazem empréstimos em bancos, esses a juros bem baixos. Dessa forma, as viagens feitas para países de outros continentes têm que ser lucrativas para as rabidantes, e foi dentro dessa lógica que o Brasil entrou na rota dessas trabalhadoras e tornou-se economicamente vantajoso para elas.

No Brasil, até o ano de 2001, o principal destino das rabidantes era São Paulo, contudo as viagens eram mais demoradas e caras, tendo em vista que muitas vezes elas tinham de passar pela Europa, especificamente Portugal, para depois chegar até o Brasil. O mercado metropolitano de confecções de Fortaleza entrou na rota das rabidantes em 2001, quando foi inaugurado o voo direto entre Brasil e Cabo Verde⁷³, operado pela empresa de Transportes Aéreos Cabo-Verdianos (TACV), ligando a capital cabo-verdiana (a cidade de Praia na ilha de Santiago) à metrópole Fortaleza, com duração em média de três horas. Dessa forma, houve um maior fluxo de rabidantes para o Brasil, principalmente para Fortaleza, no período de maior circulação delas na capital cearense – os meses de julho e durante as festas de final de ano.

Segundo Tatiana Silva (2011), os voos tinham como finalidade inicial o deslocamento de empresários e investidores interessados em dinamizar as trocas econômicas entre os dois países. Entretanto essa organização chamou atenção de outro seguimento de comerciantes, “as rabidantes cabo-verdianas, impulsionando, sobretudo, o comércio informal, ao adquirirem produtos por preços baratos, em lojas e estabelecimentos sem licença estadual/municipal” (SILVA, Tatiana, 2011, p. 137).

⁷³ Segundo informações da TACV, o valor da passagem custa R\$1.300,00 reais ida e volta, sendo que corriqueiramente aparecem promoções nas quais as passagens chegam a custar R\$ 800,00 ida e volta.

Dessa forma, a TACV⁷⁴ organizou, através de seus gerentes, toda uma estrutura com logística de acompanhamento e orientação que facilitasse a circulação dessas pessoas em Fortaleza, no sentido de fortalecer as trocas comerciais. Foi realizado inclusive um trabalho para divulgar Fortaleza como destino de compras, como expôs em entrevista Luiz Rodrigues, gerente operacional da TACV, que explicou que no início foram feitas três viagens com quatrocentas comerciantes para Fortaleza. Assim, com esse comércio em alta, os voos entre os dois países estavam sempre lotados de comerciantes, que voltavam com grandes quantidades de mercadorias (3 a 4 carrinhos por comerciante, com o custo de dez dólares por quilo excedente de bagagem).

Nesse contexto, essa atividade desenvolvida pelas *rabidantes* nos dois países, Brasil e Cabo Verde, foi, portanto, impulsionada pela facilidade de deslocamento, no caso o voo direto com menor duração, a menor distância percorrida bem como a valorização do dólar⁷⁵ em relação ao real, gerando mais lucro para essas comerciantes, dando-lhes grande poder de compra. De acordo com Antônio Muniz (2008, p. 57),

[...] a presença média semanal é de 15 *rabidantes* desembarcando às sextas-feiras em Fortaleza, o que corresponde a 720 desembarques por ano. Considerando-se que em média gastam, individualmente, entre US\$ 3.5 a 4.5 mil dólares, ao final de cada ano, logo internalizaram, em média, no Brasil, US\$ 2.880.000 (mais de dois milhões e oitocentos mil dólares americanos). Ao câmbio de R\$ 2,80 por dólar converte-se em montante na moeda local em mais de 8 milhões de reais.

Como podemos observar, no início desse processo as *rabidantes* que desembarcavam no Ceará passaram a fazer uma rota contínua para Fortaleza, movimentando montantes expressivos de dólares de modo a dinamizar o mercado confeccionista da metrópole, dando a ele um aspecto internacional.

⁷⁴ Salientamos que a TACV era uma empresa estatal que foi extremamente importante na organização da dinâmica estudada. A empresa foi privatizada em 2017.

⁷⁵ No início da década de 2000, o dólar estava bastante valorizado em relação ao real, moeda brasileira. Foi um período de transição do governo federal bem como início de mandato.

Além disso, segundo Antônio Muniz (2008, p. 60), que investigou o impacto da atividade das rabidantes na economia do Ceará, as bagagens são “embarcadas sem nenhum controle aduaneiro ou tratamento tributário nacional quanto aos seus excessos, a não ser a cobrança pelo peso fixado, cujo numerário destina-se à própria companhia aérea”. Ou seja, as rabidantes embarcam de volta para o Cabo Verde geralmente com muitos volumes a mais, ultrapassando a franquia da empresa aérea e pagam apenas pelo excesso de bagagem, o que tornou essa atividade no Ceará bem vantajosa para elas.

No início da atividade das rabidantes foi de extrema importância a atuação dos profissionais corretores de moda (trabalhando junto com os representantes da TACV) no auxílio a essas sacoleiras, levando-as para hotéis e pousadas bem como para os locais de compra como as fábricas de confecção e os principais pontos de venda de confecções da capital cearense. As rabidantes de Cabo Verde são bastante independentes e quando aprenderam a localização dos melhores locais de compra passaram a utilizar pouco os serviços dos corretores de moda.

Salientamos que as rabidantes em suas viagens costumam circular em vários pontos de venda de confecção da cidade, à procura de mercadoria e de preço. Para que a viagem seja lucrativa, elas preferem os locais onde os preços são menores, como os centros de venda de confecções populares do centro de Fortaleza, o Beco da Poeira e a Feira da Sé. Frequentam também o Mercado Central, a Monsenhor Tabosa e a Feirinha da Beira-Mar (em busca principalmente de bijuterias). Praças do centro de Fortaleza que apresentam ou apresentaram intensos pontos de venda de confecções, como a praça José de Alencar e a Praça da Lagoinha, também são ou foram frequentados pelas rabidantes.

Essas sacoleiras cabo-verdianas procuram bem menos os *shoppings* de atacado de confecções como o Maraponga Mart Moda (bairro Maraponga), o Ceará Moda Shopping Atacado e o Shopping Fortaleza Sul (ambos no bairro Vila União), que apresentam características típicas do circuito superior da economia seja pelas suas estruturas seja pelo tipo de mercadorias que oferecem, como confecções de marcas consolidadas com melhor qualidade e preços superiores.

Tal fato não quer dizer que elas são atraídas apenas pelos baixos preços das mercadorias; ao contrário, além de confecções baratas e imitações, elas procuram

e encontram também qualidade, variedade e originalidade de produtos, condição que passou a atrair o interesse desse público estrangeiro, consolidando esse mercado de confecções de Fortaleza.

Em entrevista realizada na Feira da Sé com os vendedores de confecções, quase metade deles (47,8%)⁷⁶ relatou receber regularmente clientes da África, mencionando sempre Cabo Verde, identificando-as pela cor da pele e pelo fato de elas falarem “um português enrolado” ou um idioma ininteligível para eles. Foi narrado que as clientes de Cabo Verde são bem difíceis de lidar tendo em vista que elas, mesmo com os preços baixos para revenda, costumam “botar preço na mercadoria” tornando bastante complicada a negociação, contudo elas costumam comprar bastante e são exigentes quanto a variedade e qualidade das mercadorias.

O destino das mercadorias adquiridas no Brasil são os mercados locais do Cabo Verde, como o Mercado Sucupira, onde são vendidos os mais variados produtos (desde comida a roupas) em boxes, lojas ou expostos no chão. Outro local de venda é o “Boutique mão no chão” uma feira livre na qual os produtos vendidos são expostos no chão. O centro comercial da cidade também é local de venda dos produtos brasileiros, principalmente na região do Platô, onde estão localizadas boutiques e lojas com preços mais elevados.

As rabidantes vendem também em pequenas lojas, geralmente localizadas em suas próprias residências, o que lhes permite conciliar os afazeres domésticos e o trabalho de comerciante. Essa estratégia é bem apresentada em entrevista realizada pelo Canal Futura⁷⁷ (Sala de Notícias) com uma rabidante em Cabo Verde. A entrevistada (Georgina Vicente) apresentou sua loja localizada em sua casa, mostrou os produtos que compra no Brasil para revender no seu país, confessou que possui pouquíssimo estudo, contudo desloca-se sozinha para outros países como Brasil e Estados Unidos conciliando seu trabalho com o cuidado da casa e a criação dos filhos.

⁷⁶ As entrevistas foram feitas com vinte e três vendedores que trabalham nos centros comerciais de confecções do polo de confecções da José Avelino. A escolha pelos vendedores desses centros comerciais, e não pelos que trabalham nas ruas, se deu por uma questão metodológica que visou a efetivação das entrevistas.

⁷⁷ O vídeo “Rabidanti – Sala de Notícias” – Canal Futura pode ser visto na página do Youtube do Canal Futura (<<https://www.youtube.com/watch?v=BLT1LOTYO3Y&t=92s>>).

O vídeo deixa claro que essas trabalhadoras que moram em casas simples e que possuem pouca escolaridade fazem parte da população do circuito inferior da economia e cujo processo de reprodução no espaço foi assegurado pela ampliação do acesso às redes de infraestrutura de locomoção, no caso o avião.

As rabidantes ainda desenvolvem estratégias de utilizar carros como local de venda, comercializar em repartições públicas ou mesmo repassar mercadorias adquiridas no Brasil no varejo para outras comerciantes. Além disso, elas também comercializam em outros países da África como Senegal e Guiné-Bissau.

Como podemos observar, as rabidantes praticam várias modalidades de comercializar em locais típicos do circuito inferior da economia, como, por exemplo, mercados, feiras, ruas, pequenos estabelecimentos comerciais, entre outros, atendendo dessa forma um público que só pode satisfazer seus desejos de consumo dentro desse circuito.

Dessa forma, infere-se que a sobrevivência dessas comerciantes é garantida através de atividades típicas do circuito inferior, que desempenha importante papel não só na economia de Cabo Verde, mas também em outros continentes.

A dinâmica das cabo-verdianas no mercado de confecções de Fortaleza nos últimos anos teve uma queda expressiva. Segundo Luiz Rodrigues, gerente da TACV em Fortaleza, e José Ailson Nascimento, presidente do Sincom, houve uma queda de cerca de noventa por cento desse público, fato ocasionado principalmente pela chegada dos produtos chineses em Cabo Verde e porque “as rabidantes não estavam preparadas para a concorrência com chineses” (LUIZ RODRIGUES, TACV), o que reduziu a atuação dessas trabalhadoras em outros países.

Apesar dessa queda, as rabidantes continuam frequentando o mercado de confecções de Fortaleza, visto que a mercadoria brasileira ainda é bastante requisitada pelos cabo-verdianos devido à sua qualidade e variedade, além de haver um estímulo ao consumo da confecção brasileira e ao estilo de vida do Brasil, difundido pelas telenovelas brasileiras, que fazem bastante sucesso em Cabo Verde. Assim, roupas, biquínis e bijuterias brasileiros desejados pelas cabo-verdianas são

adquiridos através das rabidantes, que, apesar da concorrência, ainda possuem espaço nos mercados desse país africano.

Além da vinda das cabo-verdianas para Fortaleza, outro fator relacionado ao aspecto internacional do mercado confeccionista da metrópole cearense é a presença de compradores de outros países, como Guiana Francesa, viabilizada pelo modal aéreo semanal da empresa Azul com voos diretos Fortaleza/Caiena⁷⁸. A presença de compradores desse país já havia sido registrada e confirmada por dados da PMF de 2011.

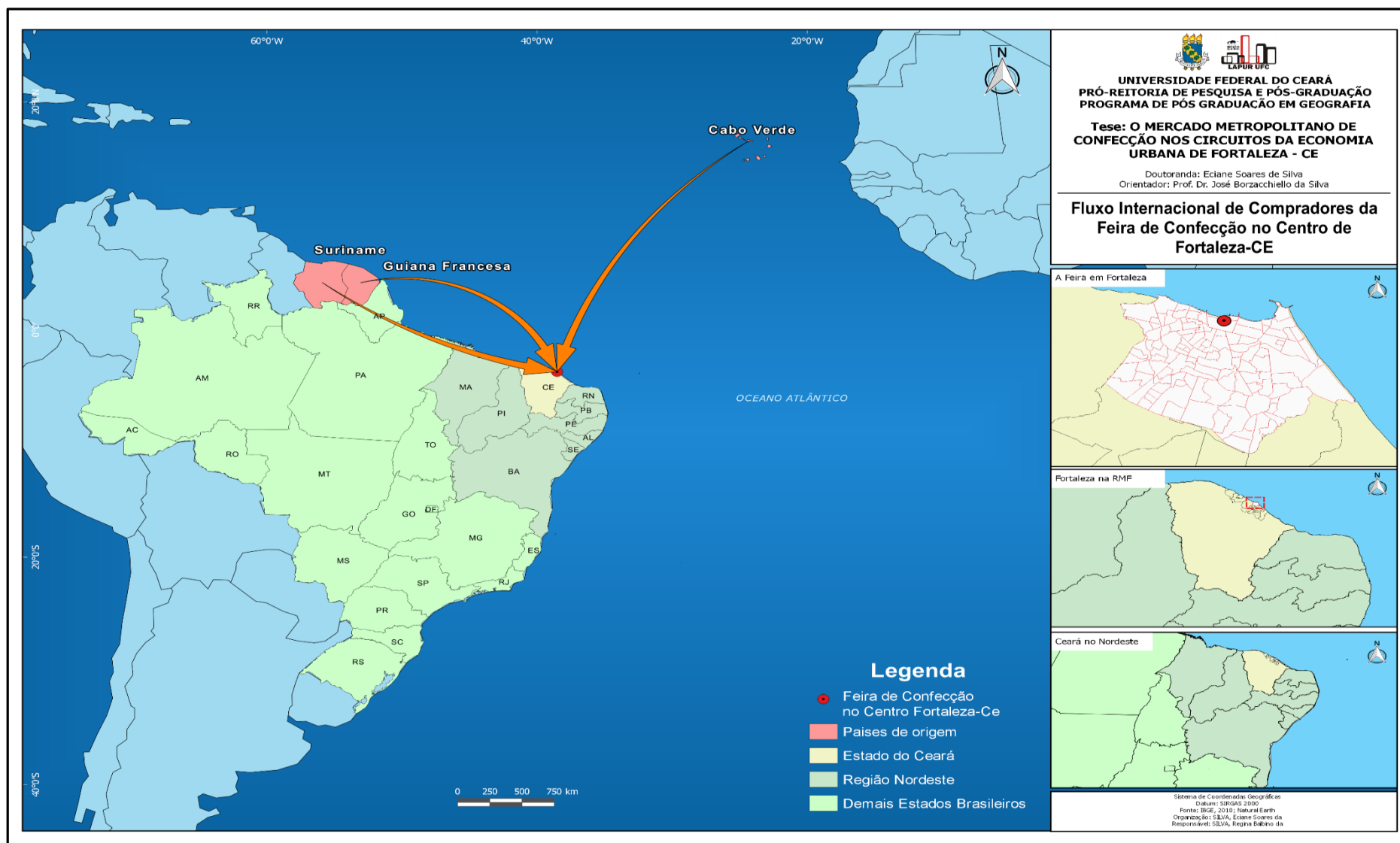
Ainda, em entrevista feita com os comerciantes da José Avelino, foi citada a presença de compradores do Suriname, fato reafirmado pela fabricante e comerciante Ellina Silva, em entrevista ao jornal local *Diário do Nordeste*: “Segundo a fabricante **Ellina Silva**, proprietária de um box situado na Rua José Avelino, a mercadoria por ela fabricada roda o Brasil inteiro e já está sendo exportada para países como Colômbia e Suriname” (ELLINA SILVA, *DIÁRIO DO NORDESTE*, 27/12/2015).

Salientamos que em entrevista com o presidente do Sindconfeções (Elano Guilherme), com o presidente do Sincom (José Ailson Nascimento) e com o gerente do Ceará Moda Shopping Atacado (Luiz Gilberto) confirmou-se a vinda para Fortaleza de compradores de Cabo Verde, Guiana Francesa e Suriname.

Em resumo, o mercado de confecções de Fortaleza tem uma dinâmica que não abrange apenas o consumo local, compreendendo também o regional, o nacional e o internacional, proporcionada pelo maior acesso à mobilidade por parte da população do circuito inferior da economia bem como pela ampliação das redes técnicas e de informação que efetivam a circulação e o consumo do que é produzido nesse mercado. Abaixo na página 169, segue mapa demonstrativo da abrangência internacional do mercado metropolitano de confecções Fortaleza.

⁷⁸ Até o final de 2018, Fortaleza contará com quarenta e três voos semanais diretos para treze destinos. São eles: Buenos Aires (Argentina, ativo), Bogotá (Colômbia, ativo), Caiena (Guiana Francesa, ativo), Frank-Furt (Alemanha, ativo), Amsterdã (Holanda, ativo), Cidade do Panamá (Panamá, início 7/2018), Lisboa (Portugal, ativo), Miami (EUA, ativo, e mais 2 até o final de 2018), Orlando (EUA, início 11/2018), Paris (ativo), Praia e Ilha do Sol (Cabo Verde, ativo) e Milão (Itália, ativo). Fonte: Governo do Estado de Ceará.

Mapa 7 – Fluxo Internacional de Compradores de Confeção em Fortaleza



5.3 As novas estratégias de consolidação do mercado de confecção de Fortaleza

“Aquele polo comercial integra um circuito de empreendimentos do gênero que começa no Pará e estende-se até Pernambuco, movimentando a economia de Fortaleza”, disse o secretário Ricardo Sales. (O ESTADO 6/6/16),

Um espaço: Múltiplas Funções

Uma das muitas estratégias que marcam a consolidação do mercado de confecções de Fortaleza, como já dissemos, foi desenvolvida para atender uma das necessidades geradas pelas sacoleiras vindas de várias regiões do país: a hospedagem o mais próximo possível dos principais locais de venda de confecções da cidade. Nesse contexto, muitos dos centros comerciais que se instalaram na área estudada passaram a dispor de um espaço para alojar essas sacoleiras, geralmente aproveitando o segundo piso, como podemos observar nas imagens abaixo. As fotografias foram tiradas em trabalho de campo na área do polo de confecções da José Avelino.

Figura 45 e 46 – Hotel Catedral e Pousada Centro da Moda



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Observamos na primeira fotografia (esquerda, Figura 45) que o prédio localizado na Rua General Bezerril tem, no térreo, um pequeno centro comercial de venda de confecções e, a partir do primeiro andar, está estabelecido o Hotel Catedral, que tem como principal clientela sacoleiras e motoristas dos ônibus que as trazem. Na segunda fotografia (direita, Figura 46) vemos a Pousada Centro da Moda localizada na Rua Floriano Peixoto, instalada na parte superior de um centro de comércio de confecção que leva o mesmo nome.

Além da placa indicativa de “pousada”, percebemos, fixado na estreita entrada da pousada, um pequeno cartaz que informa “Temos Banho”, informação observada em outros pontos, como na rua José Avelino. Esse fato demonstra mais uma estratégia dos agentes que compõem esse mercado: oferecer os mais variados serviços, tentando atender as possíveis necessidades dos seus clientes, mesmo que seja apenas tomar um banho pelo valor de R\$ 5,00 reais.

Muitos ônibus ficam parados na Rua Floriano Peixoto em frente à referida pousada, como foi possível detectar em trabalho de campo um ônibus proveniente da cidade de Imperatriz no Maranhão sendo abastecido com mercadorias, fato também demonstrado na Figura 46.

Assim, depois de uma madrugada de trabalho na feira, são esses trabalhadores, motoristas e sacoleiras que podem usufruir de um quarto na pousada ou apenas tomar um banho para seguir viagem e retornar ao seu local de origem. A relação das pousadas com o mercado estudado, como parte da infraestrutura que surgiu para atender as necessidades criadas pela dinâmica comercial desenvolvida, pode ser observada abaixo página 172 nos panfletos das pousadas.

Figura 47 e 48 – Panfleto da Pousada Centro da Moda e Panfleto da Pousada Galeria da Moda

Venha conhecer a Pousada Centro da Moda

Com amplos quartos confortáveis, luxuosos e limpos

Preços especiais para SACOLEIROS e café da manhã inteiramente grátis.

Rua Floriano Peixoto, 167
ao lado do Centro da Moda
Fone: 3231-8951

moda GALERIA DA moda

Tudo em um só lugar!

Pousada - Garagem p/ Ônibus - Galeria

Lojas
Lanchonetes
Estacionamento
Serviços de Hospedagem
Espaço Amplo
Segurança
Organização
Próximo as Feiras de Moda

Adquira já sua Loja

Rua Floriano Peixoto, N 158 Centro - Fortaleza CE
Estacionamento: Rua Major Facundo, nº 77

Ícones: Estacionamento, Wi-Fi, Segurança, Lanchonete, WC, Banheiro.

Fonte: Material de divulgação pousada centro da Moda e Galeria da Moda, 2016.

Nos panfletos percebe-se o direcionamento dado para as sacoleiras, oferecendo, por exemplo, preços especiais. Na Figura 48, o panfleto mostra imagens dos vários espaços que funcionam no mesmo prédio como a pousada, o centro comercial e a garagem para os ônibus, além lanchonetes, segurança e internet, apresentando também a expressão “tudo em um só lugar” e “próximos as feiras de moda” na busca para atrair sua clientela. No trabalho de campo, entramos em algumas pousadas nas quais foi possível notar as adaptações dos espaços e as condições de hospedagem: estruturas simples, contando com quartos coletivos para até quatro pessoas (beliches) ou quartos individuais, e com valores que giram em torno de R\$ 60,00 a R\$ 80,00 reais, dependendo da opção por ventilador ou ar-condicionado.

Destarte, os centros comerciais de pequeno porte como O Galeria da Moda e os maiores como o Centro Fashion Fortaleza passaram a concentrar várias funções em seus espaços: hospedagem, restaurantes e comércio de confecção. Tal ação fortaleceu e contribuiu para a consolidação do mercado metropolitano de confecções

de Fortaleza. Além disso, essa estratégia vem sendo desenvolvida igualmente pelos agentes dos circuitos superior, superior marginal e inferior. Os agentes desse último circuito atuam adaptando e transformando suas residências em pequenas pousadas, aproveitando, assim, a demanda gerada pelo fluxo de pessoas que frequentam o mercado de confecções de Fortaleza para garantir sua sobrevivência.

Rua Baturité: uma extensão da José Avelino

Em seu processo constante de reorganização espacial, o polo de confecções da José Avelino ampliou sua área integrando ao seu raio de ocupação outras ruas nas proximidades. A Rua Baturité, por exemplo, tornou-se extensão da Rua José Avelino e nos chama atenção pela dinâmica que passou a ter ao agregar ações em comum, complementares e essenciais ao mercado de confecções de Fortaleza.

Na Rua Baturité estruturaram-se novos centros comerciais de confecções como o Shopping Leiria, o Feirão Alto da Gia, o Castelo da Moda e o Feirão Baturité. É muito visível a quantidade de pousadas na Rua Baturité e em suas proximidades. Identificamos nessa rua, por meio do trabalho de campo e a utilização da ferramenta Google Street View, os estabelecimentos Pousada Pajeú (Figura 49 página 174), Pousada Amazonas, Pousada Ed Rocha e Pousada Baturité. Em ruas próximas, na Rua Afonso Vizeu, localizamos a Pousada Abençoada, a Pousada D'Olga e a Pousada da Lêda. Já na Rua Rufino de Alencar, a Pousada Sleepo e a Pousada Familiar (Figura 50 página 174), entre outros equipamentos.

Essa área de pousadas em certo trecho torna-se continuidade da Av. Dom Manuel, onde já existia considerável número de meios de hospedagem. As funções de comércio e hospedagem demonstram o caráter em comum das ruas tradicionalmente ocupadas pelo mercado metropolitano de confeccionista de Fortaleza.

Figura 49 – Pousada Pajeú, na Rua Baturité



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Figura 50 – Pousada Familiar, Rua Rufino de Alencar, nas proximidades da Rua Baturité



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

A ação complementar a qual se desenvolve exclusivamente na Rua Baturité, e que torna mais visível Fortaleza enquanto nó na rede dos circuitos e mercados de confecção do Brasil, é o serviço desenvolvido por transportadoras. Nesse contexto, nos dias de maior movimento (de quarta-feira para quinta-feira e de domingo para segunda-feira), é possível visualizar a atuação das transportadoras e assim identificar e analisar a organização espacial de mais um fluxo desenvolvido e que dinamiza o mercado estudado.

Em nossas análises anteriores, havíamos detectado um forte fluxo de pessoas que se dirigiam de várias regiões do país até Fortaleza e retornavam ao seu local de origem com quantidades consideráveis de mercadoria. Em trabalhos de campo recentes, foi possível vislumbrar a existência de fluxos abundantes apenas de mercadorias, ou seja, da confecção produzida em Fortaleza e em sua região metropolitana, fluxos esses desenvolvidos a partir da ação de transportadoras que se dedicam ao transporte desse tipo de mercadoria e que se instalaram na Rua Baturité, para atender a demanda surgida. Essa nova prática firma a metrópole Fortaleza

enquanto mercado inserido em organização espacial em rede. Abaixo, imagens das transportadoras na Rua Baturité.

Figura 51 – Fachada da Transportadora Risetur Viagens, na Rua Baturité

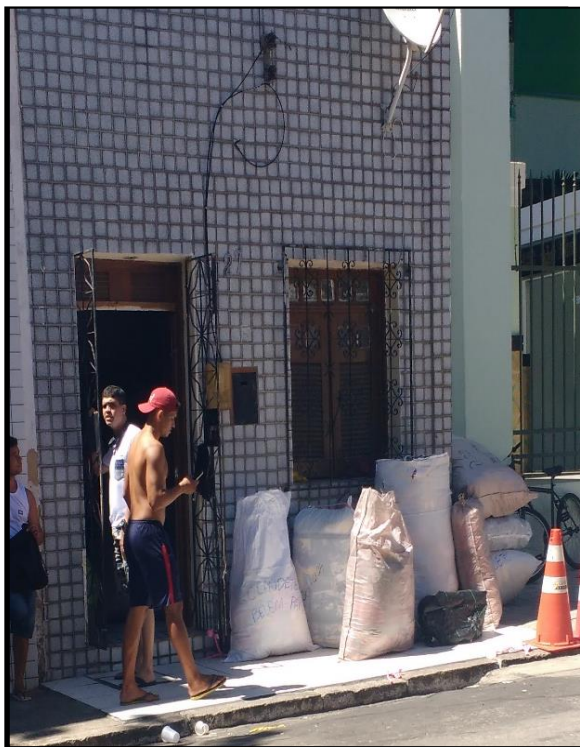


Fonte: Eciane Bezerra, 2017

A figura acima representa a fachada de uma das transportadoras na rua Baturité, que oferece serviços de excursões toda semana especialmente para compras nos principais polos de confecções do Brasil como Fortaleza (CE) Santa Cruz do Capibaribe (PE), Goiânia (GO) e São Paulo. Oferece também o transporte apenas de mercadorias, prática que vem sendo bastante utilizada no mercado de confecções de Fortaleza, tendo surgido da necessidade de as sacoleiras e os produtores poderem fazer negócios sem precisar se deslocar toda semana para Fortaleza.

Essa nova prática foi confirmada também nas entrevistas que fizemos com os comerciantes do polo da José Avelino. Abaixo na página 176, ainda podemos observar imagens que nos auxiliam a entender a organização e a dinâmica dessa nova estratégia desenvolvida.

Figura 52 – Casa que funciona como transportadora



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Figura 53 – Fachada de transportadora na Rua Baturité



Fonte: Eciane Bezerra, 2017.

Na imagem da direita, é possível perceber um homem entrando com mercadoria em mais uma casa que funciona como transportadora. Já na imagem da esquerda detectamos uma casa que funciona como transportadora, mesmo que não haja identificação. Em dois trabalhos de campo que fizemos no sentido de analisar a dinâmica ali desenvolvida, foi possível observar uma grande quantidade de sacas com mercadoria dentro do imóvel, e em sua calçada, como vemos na imagem acima, presenciamos o carregamento de vans e caminhões com mercadorias que muitas vezes ficam também espalhadas nas calçadas e também na rua (imagens abaixo na página 177).

Figura 54 – Carregamento de caminhão com destino à região Norte do Brasil



Fonte: Eciane Bezerra, 2017

Figura 55 – Saco com mercadoria identificado com local de destino e o comprador



Fonte: Eciane Bezerra, 2017

Acima na figura da esquerda (Figura 54), vemos ao fundo um trabalhador carregando mercadoria que havia sido retirada do carro da fabricante e levada até o caminhão, e outro trabalhador em cima do caminhão abastecendo a carroceria. Próximo ao caminhão, uma mulher, fabricante de mercadoria, fazendo entrega, acompanhando a colocação dos produtos no caminhão; próximo a ela, um funcionário da transportadora, responsável pelo controle do que estava chegando e sendo colocado no caminhão, acompanha as informações em uma prancheta. Além do movimento desenvolvido pelos trabalhadores, percebemos que muitas sacas com mercadorias ainda estavam espalhadas pelas ruas e calçadas à espera de ser colocadas no caminhão. Nos sacos, estava a identificação do seu destino bem como o nome do comprador.

Tentamos conversar com o funcionário da transportadora, mas ele não quis fornecer qualquer informação e mostrou-se bastante incomodado com nosso interesse. Assim, ligamos para as transportadoras, que nos informaram que o valor

cobrado para o transporte de cada saca com mercadoria é de R\$ 100,00, Outras informações foram negadas, pois os funcionários se mostraram receosos tendo em vista os momentos tensos pelos quais os trabalhadores da região da José Avelino passaram no ano de 2017, já relatados anteriormente, Além das transportadoras que possuem sede na Rua Baturité, outras com sedes em outros estados trabalham com o transporte de sacoleiras e mercadorias, como podemos observar no panfleto abaixo, distribuído nas pousadas.

Figura 56 – Panfleto da Transportadora Zanchettur

Fonte: Material de divulgação Zanchettur

Notamos que a empresa, com sede na cidade de Imperatriz no Maranhão, oferece serviços que vão desde excursões (pacotes de compras) com rota que abrange os principais polos de confecção do país até o transporte de cargas e encomendas. É um serviço consolidado no qual a empresa possui sede na região Nordeste, mas circula toda semana para quase todas as regiões do país percorrendo, assim, toda a rede de comércio de confecções do Brasil.

Nesse panorama, considerando as reflexões de Milton Santos (2014) e Dias (2007, 2008), apresentadas no capítulo 2 deste trabalho, configura-se no mercado de confecção da metrópole Fortaleza o aspecto social e material das redes. A organização das transportadoras, com roteiros que contemplam os principais polos confeccionistas do país, dentre eles a metrópole Fortaleza, reafirma essa metrópole como importante nó na rede dos circuitos de produção e venda de confecção popular do Brasil, movimentando de forma significativa a economia de Fortaleza no espaço no qual se desenvolve.

Essa dinâmica está ligada também às novas formas de comércio do mercado metropolitano de Fortaleza, que nos foram reveladas através das entrevistas realizadas com os trabalhadores do polo de confecção da José Avelino bem como por meio de pesquisas que realizamos nas redes sociais ligadas aos principais pontos de escoamento da confecção de Fortaleza.

Analisamos que é possível realizar vendas sem que a sacoleira tenha que se deslocar do seu estado de origem até o mercado confeccionista de Fortaleza, por meio principalmente de aplicativos como o Facebook, como já havíamos detectado em pesquisas anteriores, cujo foco principal é a divulgação do que é produzido. Mais recentemente, passou-se a usar também os aplicativos WhatsApp e Instagram.

Segundo relatos dos comerciantes em entrevista, as sacoleiras que não podem vir até Fortaleza podem entrar no WhatsApp e “saber sobre as novidades”. Assim, fotos são enviadas com os modelos das peças de roupas em todas as cores e tamanhos disponíveis, o tipo de tecido utilizado, bem como o valor da mercadoria no atacado. O produto é enviado de acordo com a vontade da compradora, podendo ser pelos correios, pelas transportadoras ou pelos motoristas dos ônibus que trazem as sacoleiras e que são intermediadores entre comerciante e comprador através do transporte e entrega da mercadoria. Pelas entrevistas que realizamos, a forma de entrega/recebimento de mercadorias mais usada pelas sacoleiras é através dos motoristas de ônibus que as trazem das várias regiões do país, seguida do uso de transportadoras. Em nossas entrevistas também tivemos relatos de mercadorias enviadas por empresas aéreas.

Nesse contexto, como é típico dos trabalhadores do circuito inferior, percebemos que são exploradas várias possibilidades de comércio, dentro de seus

limites, e hoje o desenvolvimento e a ampliação do acesso às redes técnicas e de informação viabilizaram diferentes formas de comércio. Segue, abaixo, depoimento da produtora e comerciante Lúcia Botão, ao discutir sobre a crise econômica, deixando claras as estratégias postas em prática:

Se o cliente não vem até a mim, eu vou até ele pelas redes sociais. Essas pessoas que vêm para Fortaleza, elas vêm para comprar, e se não vierem a gente manda a mercadoria. Hoje ofereço 17 empregos diretos, e uns 30 indiretos“ (LÚCIA BOTÃO, *DIÁRIO DO NORDESTE*, 27/12/2015).

Dessa forma, constata-se que essa nova estratégia ganhou força no mercado de confecções da metrópole Fortaleza, envolvendo novos agentes no mercado confeccionista estudado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria dos circuitos econômicos idealizada na década de 1970 por Milton Santos, enquanto teoria espacial que considera os desdobramentos econômicos nos países pobres, mostrou-se capaz, no atual contexto da globalização, de nos auxiliar na análise e no entendimento da realidade que nos propomos pesquisar, o mercado de confecções da metrópole Fortaleza. No esforço de contribuir para as discussões da renovação dessa teoria, compreendemos que no mercado de confecções de Fortaleza como também do Nordeste brasileiro é visível, sobre o espaço urbano, a atuação dos circuitos econômicos, com suas inter-relações complexas e entrelaçadas e seus mecanismos singulares.

Assim, ao analisarmos os aspectos socioeconômicos das metrópoles dos países pobres sob a ótica da coexistência de dois circuitos econômicos, frutos da modernidade, vimos que o circuito superior representa a ação hegemônica do grande capital (classes mais abastadas) sobre o espaço, e o circuito inferior representa a ação dos subordinados de capital reduzido (classes menos privilegiadas) através de resistências e em busca da sobrevivência. Diante da globalização, a complexidade das relações entre os dois circuitos não permite que consideremos aspectos inconsistentes como distingui-los como detentores de atividades formais e informais, legais e ilegais, ou aspectos secundários como classificar as atividades ligadas aos circuitos pelo tamanho dos empreendimentos.

Torna-se relevante considerar a ação dos agentes pertencentes a cada circuito, pois, muitas vezes, suas ações se dão para além de seu circuito de origem, de forma intencional. O circuito superior, por exemplo, para se expandir, muitas vezes legitima a ação do circuito inferior da economia, como observamos no mercado metropolitano de confecções de Fortaleza, no qual a iniciativa privada busca a acumulação de capital investido em empreendimentos que abrigam os trabalhadores do circuito inferior. O circuito inferior, por sua vez, na busca da sobrevivência, faz com que seus agentes recorram, por exemplo, a empréstimos, benefícios típicos do circuito superior.

Nesse sentido, salientamos que o crédito é uma variável determinante no entendimento do desenvolvimento dos circuitos econômicos sobre o espaço, pois ele representa um nexo entre os circuitos econômicos, possibilitando inclusive a dispersão do consumo sobre o território (SILVEIRA, 2009). No caso do mercado estudado, ele pode estimular tanto a produção quanto o consumo, causando muitas vezes o endividamento dos agentes do circuito inferior.

Mesmo com o avanço da financeirização sobre os agentes do circuito inferior da economia, muitos não conseguem ter acesso ao crédito através das instituições tradicionais. Assim, em Fortaleza desenvolveu-se a estratégia de criar o Banco Popular Palmas, que, por meio do crédito popular, passou a suprir as necessidades de crédito daqueles que não possuem garantias (como, por exemplo, trabalho com carteira assinada) para conseguir empréstimos nos bancos tradicionais. A atuação do Banco Palmas movimenta a economia de um dos bairros mais pobres da metrópole fortalezense.

Em sua estruturação e consolidação, diante de tradicionais polos confeccionistas do interior do Nordeste, o mercado metropolitano de confecções de Fortaleza despontou, nas duas últimas décadas, como o mais um importante polo de confecções populares na região.

Nesse contexto, questiona-se: como o mercado metropolitano de venda de confecções populares da capital cearense conseguiu destacar-se nesse cenário competitivo?

Infere-se que alguns fatores foram importantes nesse processo. Um deles foi a expressiva produção de confecção popular, principalmente em pequenas unidades produtivas como facções e confecções, que foram base para a constituição e a consolidação do mercado analisado. Essas unidades produtivas presentes na capital e em sua região metropolitana são responsáveis pelo abastecimento do mercado metropolitano de confecções de Fortaleza. Também foi importante o esforço em manter a qualidade dos produtos aliada a um preço baixo, bem como a rapidez em acompanhar o que é tendência na moda, produzindo, até, peças originais. Esse fato nos levou a considerar que esse mercado não é mais local apenas da imitação, mas também da criação, capaz inclusive de lançar novas marcas que passaram a se

destacar, como foi o caso da Via Romântica. Essa marca atualmente apresenta características do circuito superior marginal, como, por exemplo, na sua produção e organização, e mantém suas lojas nos espaços do circuito inferior, neste caso, no polo de moda da José Avelino.

Os trabalhadores inseridos nesse mercado investigado desenvolveram distintas estratégias no sentido de permanecer nessa atividade, garantindo, dessa forma, sua produção e reprodução social. Dentre as estratégias ressaltamos o uso das redes sociais como forma de divulgar marcas de mercadorias, entrar em contato com clientes de várias partes do Brasil e vender, atividades associadas à atuação das transportadoras, o que deu a possibilidade de os clientes poderem comprar sem ter que vir a Fortaleza, ampliando as possibilidades de negócios de ambos os lados.

A reorganização em centros comerciais foi mais uma estratégia de manutenção e fortalecimento do mercado aliada principalmente ao capital privado. Essa reorganização utilizou principalmente formas arquitetônicas pretéritas que retomam sua importância com uma nova função, fato que ocorre devido à localização no centro histórico de Fortaleza.

O recente aumento do interesse empresarial em investir principalmente em centros comerciais foi outro fator que alavancou significativamente o comércio em estudo. Assim, diante da análise dos dados adquiridos através das entrevistas e dos trabalhos de campo, constatamos que não podemos mais pensar o mercado de confecções de Fortaleza apenas como local de desenvolvimento do circuito inferior, pois os fenômenos aqui apresentados, como o investimento do capital privado, visam não somente a sobrevivência, mas também a reprodução e a acumulação do capital. Assim, o avanço do circuito superior sobre o mercado da moda popular da capital cearense por meio de investimento se dá tanto em espaços para comercialização como na divulgação dessa atividade nesses espaços.

A expressiva dinâmica econômica desenvolvida pelo mercado confeccionista a qual abriga centenas de trabalhadores e movimenta outros setores da economia (hoteleiro, restaurantes, de transporte, entre outros) tornou-se notável na metrópole cearense. No atual contexto econômico do Brasil, o nível de desemprego elevou-se consideravelmente, tendo como uma das consequências o aumento do

número de trabalhadores inseridos no circuito inferior da economia, como foi percebido, em vários trabalhos de campo, o inchaço da feira da José Avelino.

A condição metropolitana, bem como a localização espacial desse mercado, associada a maior oferta e melhores condições das redes técnicas e de informação contribuíram para o grande fluxo de pessoas, mercadorias e informações. “A aceleração dos processos de produção, distribuição, circulação e consumo em novos espaços para a acumulação capitalista é viabilizada graças aos préstimos: da técnica, da ciência e da informação” (HOLANDA, 2007, p. 41).

O fortalecimento desse mercado como importante e estratégico nó na rede dos polos confeccionistas do país também foi importante, nele percebemos a concretude da rede a qual pertence. Beneficiado pela ampliação das redes técnicas e de comunicação utilizadas pelos agentes do circuito inferior para se manterem enquanto agentes econômicos sobre o espaço, dinamizando fluxos e interação espacial.

Por conseguinte, os fluxos de pessoas, mercadorias e informação, influenciados pelo mercado metropolitano de confecções, abrangem os municípios do estado do Ceará, outras regiões do Brasil e também outros países, favorecidos tanto pela localização quanto pela condição metropolitana que concentram, por exemplo, infraestrutura de transporte. Nesse sentido, salientamos que Fortaleza, até o final do ano de 2018, irá aumentar sua oferta de voos internacionais para trinta e seis destinos na Europa, Estados Unidos e África, tornando-se o principal centro de distribuição de voos fora do eixo Rio-São Paulo.

Outro fator identificado como crucial na organização do mercado estudado, tanto na produção quanto no comércio, foram as relações híbridas entre o circuito superior marginal e o circuito inferior, pelas quais o superior marginal ganha espaço e representatividade.

Entre as atividades que fazem parte do circuito inferior da economia, o comércio de confecções desenvolvido no mercado metropolitano de Fortaleza, e mesmo em outros polos confeccionistas do Nordeste, chama atenção por transpor certas peculiaridades dos circuitos econômicos pensadas na década de 1970, especialmente desse circuito inferior, que consolida relações para além do local,

abrangendo todo o território nacional e alcançando espaços internacionais. Tal constatação não invalida o que foi pensado inicialmente na formulação da teoria dos circuitos da economia urbana. Ao contrário, ela demonstra como a teoria se renova e é capaz, mesmo no atual quadro de globalização, de nos dar um suporte teórico necessário para analisar e interpretar as dinâmicas socioeconômicas que ocorrem no espaço.

REFERÊNCIAS

- ABREU, P.R. "Não podemos só expulsar", diz secretário do Centro. **O Povo**, Fortaleza, 24 de julho de 2015. Cotidiano. Disponível em < <http://www20.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano>> Acesso em: 25 de maio de 2016.
- ALVES, G. **Dimensões da Reestruturação Produtiva**: ensaios de sociologia do trabalho. 2ª edição. Londrina: Praxis, 2007.290p.
- AMORA, Z.B. Indústria e espaço no Ceará. In: SILVA, J.B. et al. (orgs). **Ceará: um novo olhar geográfico**. 2 ed. Fortaleza: Edição Demócrito Rocha, 2007.
- ANDRADE.M.C. Comércio. In: ANDRADE. M.C. **Geografia Econômica do Nordeste**. 2 ed. São Paulo: 1974.
- ARAÚJO, A. Prefeitura diz que não tem informação se pedras foram perdidas na José Avelino. **O Povo**, Fortaleza, 19 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/cidade>> Acesso em: 20 de maio de 2017.
- ARAÚJO, A. Membros do Conselho de Proteção do Patrimônio criticam remoção de pavimento na José Avelino. **O Povo**, Fortaleza, 17 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/politica>> Acesso em: 18 de maio de 2017.
- ARAÚJO, A. Pelo terceiro dia consecutivo, feirantes e Guarda Municipal entram em confronto. **O Povo**, Fortaleza, 16 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/politica>> Acesso em: 18 de maio de 2017.
- ARAÚJO, A. Feirantes da José Avelino protestam contra desocupação na manhã desta segunda. **O Povo**, Fortaleza, 15 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/politica>> Acesso em: 16 de maio de 2017.
- ARAÚJO, A. Ambulantes mudam dia e horário da Feira da Sé para evitar fiscalização. **O Povo**, Fortaleza, 04 de fev. de 2015. Fortaleza. Disponível em < <http://www20.opovo.com.br/app/opovo/politica>> Acesso em: 05 de maio de 2016.
- ARAÚJO, A.M. Matos. **Fortaleza, Metrôpole Regional**: trabalho, moradia e acumulação. Fortaleza: Eduece, 2010.
- ARAÚJO. Mayara de. **Histórias de Beco**: quando a poeira assenta, entrevemos rostos, punhos e corações. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2011.
- ARAÚJO, G. A. F.; DORONIN, J. A. F. **Identidades plurais evidenciadas nos espaços das feiras lusitanas**. In: VIII Semana de Estudos Históricos do CERES- História e Cultura e Patrimônio. Caicó, 2008. Disponível em: <<http://www.cerescaico.ufrn.br/anais/Anais>>. Acesso em: 11 ago. 2012.
- ARROYO, M. **Território, mercado e Estado: uma convergência histórica**. Geographia - Ano. 6 – N. 12 – 2004. Disponível em:< www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article >. Acessado em: 25 de abr. de 2016.

BARBOSA, L. Comércio da Av. Monsenhor Tabosa vive crise, com mais de 60 lojas fechadas. **Tribuna do Ceará**. Fortaleza, 23 de jun. de 2017. Negócios. Disponível em < <http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/negocios>> Acesso em: 25 de jun. de 2017.

BARBOSA, L. Obra na Rua José Avelino começa poucas horas depois do fim da feira pública. **Tribuna do Ceará**. Fortaleza, 15 de maio de 2017. Cotidiano. Disponível em < <http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/cotidiano>> Acesso em: 16 de maio de 2017.

BARROSO, N. Feira na madrugada congestionada Centro. **O Estado**, Fortaleza, 29 de agos. de 2013. Disponível em <<http://www.oestadoce.com.br/geral>> Acesso em: 25 de maio de 2016.

BASTOS, L.S. **A organização do agronegócio em Goiás: abordagens a partir do plano nacional de logística e transporte - PNL**. Geosaberes. Fortaleza, v. 6, número especial (3), p. 492 – 505, fev. 2016. Disponível em:< www.geosaberes.ufc.br >. Acessado em: 05 de abr. de 2016.

BERNADO, N. José Avelino prejudica lojistas da Monsenhor Tabosa. **O Povo**, Fortaleza, 07 de abril de 2016. Economia. Disponível em < <http://www20.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano>> Acesso em: 25 de maio de 2016.

BERNAL, M. C. C. **Centro de Fortaleza: reabilitação urbana para quem?**. Mercator - Revista de Geografia da UFC, Fortaleza ano 4, n.7, p.49-56, jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

BETTIO, T. M. **A informalidade do trabalho no Brasil dentro da perspectiva histórica**. In: Congresso Internacional de História. 9 a 11 de setembro de 2009. Maringá- Paraná. Disponível em: <<http://www.pph.uem.br/cih/anais/trabalhos/142.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2012.

BICUDO JUNIOR, Edison Claudino. **O Circuito Superior Marginal: Produção de medicamentos e o território brasileiro**. 2006, 305f. Tese (Doutorado em Geografia) - FFLCH/USP, São Paulo, 2006. Disponível em < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/> > Acesso em: 12 de jun. de 2017.

BÔAS, B.V. **Desemprego maior é acompanhado por aumento da informalidade**. Folha de São Paulo. São Paulo. 20 de agosto de 2015. Disponível em:< <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/08/1671169-desemprego-maior-e->> Acesso em: 05 de ago. 2016.

Boxes públicos oferecidos aos feirantes são no Beco da Poeira e Mercado São Sebastião. **O Povo**, Fortaleza, 17 de maio de 2017. Notícias. Disponível em < <http://www20.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

BRAGA, L. Protesto de feirantes da José Avelino tem show em trio elétrico. **O Povo**, Fortaleza, 11 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

BURNETT, A. **A “saga” dos retalheiros: um estudo sobre a instituição da feira da sulanca no agreste pernambucano.** Revista de Ciências Sociais. v.3, n. 2, p.09-40, jul./dez. 2013. Disponível em < periodicos.ufsm.br/seculoxxi/article/view/1279 > Acesso em: 23 de maio 2016.

CABRAL, B. Boxes geram 100 mil empregos e até R\$ 70 mi/mês. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 de dez. de 2015. Negócios. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios> > Acesso em: 05 de maio de 2016.

CACCIAMALI, M. C. **A composição do mercado informal de trabalho e o papel do mercado de trabalho na redução da pobreza.** São Paulo: Fipe, 2002. (Convênio Fipe, MTE, Tema 52).

CACCIAMALI, M. C. **Princípios e direitos fundamentais no trabalho na América Latina.** In: *São Paulo e Perspectiva*, Seade, São Paulo, v.16, n. 2, 2002.

CACCIAMALI, M. C. **Globalização e processo de informalidade.** *Economia e Sociedade*, Campinas, Unicamp, n. 14, jun. 2000.

CACCIAMALI, M. C. **Setor informal urbano e formas de participação na produção.** São Paulo: Ed. IPE, 1983. (Série Ensaios Econômicos, n. 26).

CACHINHO, H.; SALGUEIRO, T. B. **O Comércio Urbano em Tempos de Turbulência: elementos para avaliar as vulnerabilidades e níveis de resiliência .** Finisterra, LI, 101, 2016, pp. 89-109. Disponível em:< <http://revistas.rcaap.pt/finisterra/arti> > Acesso em: 13 jan.2016.

Cadeia produtiva é estimulada. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 de dez. de 2015. Negócios. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios> > Acesso em: 05 de maio de 2016.

CARDOSO, C. A. A. **A cidade cogumelo: Campina Grande das feiras às festas.** Mercator - Revista de Geografia da UFC, Fortaleza, ano 1, n. 2, p.41-60, jul./dez. 2002. Disponível em: < <http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article> >. Acesso em: 12 maio 2012.

CARRERAS, C.; PACHECO, S.M.M (org.). **Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional.** Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009. 284p.

CATAIA, Márcio; SILVA, S. C. da. **Considerações sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana na atualidade.** Boletim Campineiro de Geografia, v. 3, n. 1, 2013.

CAVALCANTE, B. Polo da moda no Centro será lançado em maio como ponto turístico de Fortaleza. **O Povo**, Fortaleza, 28 de abril de 2018. Economia. Disponível em < [/www.opovo.com.br/jornal/economia/2018/](http://www.opovo.com.br/jornal/economia/2018/) > Acesso em: 29 de abril de 2018.

CAVALCANTE, B. Feira migra para galpões, Centro Fashion e Caucaia. **O Povo**, Fortaleza, 22 de maio de 2017. Economia. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/jornal/economia/> > Acesso em: 26 de maio de 2017.

CAVALCANTE, B. José Avelino passará por restauração de R\$ 2 mi em 60 dias. **O Povo**, Fortaleza, 28 de abril de 2017. Economia. Disponível em <
<http://www.opovo.com.br/jornal/economia/>>Acesso em: 02 de maio de 2017.

CAVALCANTE, B. MPCE cobra alvarás da Prefeitura há 8 meses. **O Povo**, Fortaleza, 24 de nov. de 2015. Economia. Disponível em <
<http://www20.opovo.com.br/app/opovo/economia>>Acesso em: 05 de maio de 2016.

CAVALCANTE, B. Galpões no centro: Estado de insegurança. **O Povo**, Fortaleza, 15 de dez. de 2015. Economia. Disponível em <
<http://www20.opovo.com.br/app/opovo/economia>>Acesso em: 05 de maio de 2016.

CLEPS, Geisa D.G. **O Comércio e a Cidade: novas territorialidades urbanas**. Sociedade & Natureza, Urbelândia, 16: 117- 132, jun. 2004.

COSTA, M. C. L. Planejamento e Expansão Urbana. In: DANTAS, E. W. C.; SILVA, J. B. da; COSTA, M. C. L. (orgs). **De cidade à metrópole**: (trans) formações urbanas em Fortaleza. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

_____. Fortaleza: expansão urbana e organização do espaço. In: SILVA, J.B. et al. (orgs). **Ceará: um novo olhar geográfico**. 2 ed. Fortaleza: Edição Demócrito Rocha, 2007.

_____. Expansão da infra-estrutura urbana e dos serviços públicos em Fortaleza (Brasil), na virada do século XIX. In: Encontro de Geógrafos da América Latina – 2005 – Universidade de São Paulo. São Paulo **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina**.p.3765-3781. 99.

_____.Urbanização da sociedade cearense. In: DAMIANI, A.L.; CARLOS, A.F.A.; SEABRA, O.C.L. **O espaço no fim do século**: a nova raridade. 2ed. São Paulo: Contexto. 2001.

_____. **Cidade 2000: expansão urbana e segregação espacial em Fortaleza**. 1988. Dissertação (mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1988.

COSTA, J. M.; UEDA, V. **Redes técnicas e território: notas sobre a reticulação espacial**. Boletim gaúcho de geografia, 32: 131-145, dez., 2007. Disponível em:<
<http://seer.ufrgs.br/bgg/article/view/37452> >Acesso em: 13 jan.2016.

COSTA, Maria Regiane da. **Dinâmica Espacial da Feira Livre de São Bento em Cascavel/CE**. Dissertação. Programa de Pós- Graduação em Geografia - PROP GEO, da Universidade Estadual do Ceará, UECÉ, Fortaleza, 2016.

CORRÊA, R.L. As Redes geográficas. In:**Trajetórias geográficas**. 3.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. p.15-118.

_____.**A Rede Urbana**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

CRUZ NETO, O. O Trabalho de Campo como Descoberta e Criação. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social**: método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 51-66.

CUNHA, F. C. A. da. **Redes técnicas e poder: a “relevância” dos agentes relevantes.** Geografia, Londrina, v. 11, n.2, p. 265-269, Jul/Dez. 2002. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index>> Acesso em: 12 dez.2015.

_____. Dimensões de análise das redes geográficas. In: SILVA, J. B.; COSTA, M. C. L.; DANTAS, E. W. C. **A cidade e o urbano.** Fortaleza: EDUFC, 1997.

CLEPS, G. D. G. **Comércio e cidade: novas territorialidades urbanas.** Sociedade e Natureza, Uberlândia, v.16, p. 117- 132, jun. 2004.

CLAVAL Paul. **A diversidade das geografias econômicas.** Universidade de Paris-IV.

DANTAS, E. W. C.; SILVA, J. B. A formação histórica da Metrópole e principais tendências de desenvolvimento. In: PEQUENO, R. (org). **Como anda Fortaleza.** Fortaleza: Letra Capital, 2009.

DANTAS, E. W. C. **Mar à vista:** estudo da maritimidade em Fortaleza. 2. ed. Fortaleza: UFC, 2011, 103p.

_____. O centro de Fortaleza na Contemporaneidade. In: DANTAS, E. W. C.; SILVA, J. B. da; COSTA, M. C. L. (orgs). **De cidade à metrópole:** (trans) formações urbanas em Fortaleza. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

_____. A cidade de outrora: Fortaleza um montão de areia profunda. In: CORIOLANO, L. N. (org.). **Políticas de turismo:** Estratégias para a sustentabilidade. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2008. 146 p.

_____. **Metamorfoses do setor terciário e terciarização contemporânea.** Mercator - Revista de Geografia da UFC, Fortaleza ano 6, n.12, p.18-24, jul./dez. 2007. 100 Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

_____. **Apropriação do espaço público pelo comércio ambulante: Fortaleza-Ceará-Brasil em evidência (1975-1995).** Geo. critica - Scripta Nova Revista Eletronica de Geografia y Ciencias Sociales, Barcelona ,v.9 ,n.202. 2005. Disponível em: < <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-202.htm>>. Acesso em 10 Nov.2012.

_____. **A Cidade e o Comércio Ambulante: o caso de Fortaleza em evidência.** Revista do Departamento de Geografia- USP, São Paulo, n.11.1997. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br>>. Acesso em 10 Nov.2016.

_____. **Comércio Ambulante no Centro de Fortaleza/CE (1975 a 1995).** 1995. 218 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - FFLCH/USP, São Paulo, 1995.

DANTAS, A.; TAVARES, M. A. A. **Os dois circuitos da economia urbana Em João Câmara / RN, Brasil.** Mercator. Fortaleza, v. 11, n. 26, p. 57-73, set. / dez. 2012. Disponível em: < www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article/download >. Acessado em: 15 abr. de 2014.

DANTAS, G; G. PACHELLY. **Feiras do Nordeste**. Mercator - Revista de Geografia da UFC. Fortaleza, Ano7, n.13, p.87-101, 2008. Disponível em:< <http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article/>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

DIAS, L.C. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, I.E.;GOMES, P.C.C;CORRÊA, R.L. **Geografia: conceitos e temas**.11.ed.Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

_____. **Redes de Informação, grandes organizações e ritmos de modernização**. Revista etc..., espaço, tempo e crítica, Rio de Janeiro, vol. 1, n. 2, p. 1-4, 1º de julho de 2007b. Disponível em: < <http://www.uff.br/etc/UPLOADs> > Acessado em 10 de dez de 2014.

_____. Os sentidos da rede: notas para discussão. In: DIAS, L. C.; SILVEIRA; R. L. L. da (org.). **Redes, sociedades e territórios**. 2. ed. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007a. . p. 11-28.

_____. **Redes, sociedades e territórios no debate contemporâneo**. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós- Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional- ANPUR, 11.,2005, Salvador. Disponível em < <http://www.xienanpur.ufba.br/sc4.pdf> .> Acesso em: 15 out. 2015.

EDUARDO. M. F. **Território, trabalho e poder: por uma geografia relacional**. **campo-território**: revista de geografia agrária, v. 1, n. 2, p. 173-195, ago. 2006.

Entidades do comércio apoiam Prefeitura diante de impasse com feirantes. **O Povo**, Fortaleza, 16 de maio de 2017. Notícias. Disponível em < <http://www20.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano>>Acesso em: 17 de maio de 2017.

Falta de ordenamento é o principal problema da área. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 de dez. de 2015. Negócios. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios>>Acesso em: 05 de maio de 2016.

FAUSTINO, A. V.**O Crédito Popular sob a ótica das Microfinanças, Finanças Solidárias e Finanças Tradicionais: o caso do Banco Comunitário de Desenvolvimento Palmas de Fortaleza- CE**. 2007. 105 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Federal de santa Catarina, Florianópolis, 2007.

Feira da José Avelino continua acontecendo. **O Povo**, Fortaleza, 23 de set. de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/economia>> Acesso em: 23 de set. de 2017.

Feirantes continuam manifestação na José Avelino nesta quarta-feira. **O Povo**, Fortaleza, 17 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza>>Acesso em: 17 de maio de 2017.

Feirantes e guardas municipais entram em confronto na José Avelino. **O Povo**, Fortaleza, 14 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza>>Acesso em: 15 de maio de 2017.

Feirantes que trabalham nos galpões da José Avelino poderão permanecer no espaço. **Tribuna do Ceará**. Fortaleza, 12 de maio de 2017. jornaljangadeiro. Disponível em < <http://tribunadoceara.uol.com.br/>> Acesso em: 15 de maio de 2017.

Feira na José Avelino continua após proibição. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 06 de jul. de 2017. Cidade. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cidade>> Acesso em: 08 de julho de 2017.

Feira da José Avelino: o Centro não dorme. **O Estado**, Fortaleza, 22 de ago. de 2016. Disponível em <<http://www.oestadoce.com.br/geral>> Acesso em: 13 de dez. de 2016.

Feirantes da José Avelino reclamam de descumprimento do TAC. **O Povo**, Fortaleza, 14 de abril de 2016. Notícias. Disponível em < <http://www20.opovo.com.br/app/opovo/politica>> Acesso em: 05 de maio de 2016.

Feira da José Avelino é um barril de pólvora. **O Povo**, Fortaleza, 08 de fev. de 2017. Economia. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/economia>> Acesso em: 15 de maio de 2017.

FERNANDES, J. A. R. **As atividades comerciais e a valorização das áreas Centrais**. In: *Inforgeo*, Julho 2007, 129-135. Disponível em < <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream>> Acesso em: 12 abr. 2016. 101

FIGUEIREDO, F. F. **Ensayo sobre la estandarización del consumo en la sociedad contemporánea**. *Interface*. Natal/RN, v.6, n. 2, jul./dez, 2009. Disponível em < ccsa.ufrn.br/ojs/index.php?journal=interface&page=article> Acesso em: 2 abr. 2015.

FONTENELE, S. S. Transformações na área portuária de Fortaleza. In: X Encontro Nacional da ANPUR, 2003, Belo Horizonte. **Anais do X Encontro Nacional da ANPUR, 2003**.

FORTALEZA. **Revista Fortaleza 2040**. v.3, n.1, Fortaleza : IPLANFOR, 2015.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. **O mercado de trabalho de Fortaleza 2005 a 2010**. Fortaleza, 2011.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. Síntese **Fortaleza e o emprego formal por bairro**. Fortaleza, 2011.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. Secretaria Regional do Centro de Fortaleza. **Relatório da pesquisa de quantificação dos vendedores e ambulantes da feira da rua José Avelino e seu entorno**. Fortaleza, 2011.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. **Relatório de pesquisa de quantificação dos ambulantes do centro de Fortaleza**. Fortaleza, 2009.

FORTALEZA, Prefeitura Municipal. **Emprego: Fortaleza e o emprego formal**. Fortaleza, 2007.

FOUCAULT, M. Sobre a Geografia. In: **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro. 1984.

FREIRE, F. M. **A feira de Confecção da Praça da Sé e a Economia do Turismo: um estudo da inter-relação entre os setores de turismo, moda e economia informal em Fortaleza/CE.** 2015. 131f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos) Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2015.

FREITAS, Weder David de. **O planejamento regional brasileiro no fim século XX: os eixos nacionais de integração e desenvolvimento.** Revista Territorial. Goiás, v.1, n.1, p.47-72, jul./dez. 2012. Disponível em: < www.revista.ueg.br/index.>. Acessado em: 15 jan. de 2016.

Galpões e shoppings ganham espaço. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 de dez. de 2015. Negócios. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios>> Acesso em: 05 de maio de 2016.

GODOY, C. V. **A geografia dos serviços e equipamentos da saúde: a expansão das “clínicas médicas populares” no Centro em Fortaleza – CE.** 2015, 172f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

GODOY, Arilda S. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.35, n.3, p.20-29, maio/jun.1995. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rae/> > Acesso em: 12 de nov. 2017.

GOMES, P. C. C. Espaços públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. In: CASTRO. I. E; GOMES. P. C. C; CORRÊA, R. L. (Org). **Olhares Geográficos: modos de ver e viver o espaço.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. 192 p.

GOMES, P. C. C. **Espaços públicos: a cidade em cena (I). A fabricação do filme. O relato de uma aventura.** Revista Espaço Aberto. PPGG. UFRJ. v.1.n.2 p.09-22. 2011.

GOMES, P. C. C. **Espaços públicos: a cidade em cena (II). Modo de usar, efeitos colaterais e razões adversas.** Revista Espaço Aberto. PPGG. UFRJ. v.1.n.2 p.09-22. 2011. 102 f.

GONÇALVES, L. Polo de moda da José Avelino transforma cenário do Centro de Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 19 de junho de 2016. Cidade. Disponível em:< <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos>> Acesso em: 20 de jun. de 2016.

GONÇALVES, T. E. **Labirintos da Modernidade Urbana: North Shopping na produção de uma nova centralidade em Fortaleza - CE.** 2009. 173f. Dissertação (Programa de pós-Graduação em Geografia) UFC, 2009.

GONÇALVES L. A. A. **A Metamorfose das Feiras Nordestinas com a inserção da Confecção Popular: estudo geográfico das feiras de Caruaru-PE; Arazil, Sobral-CE e Serrinha-BA.** Tese. (Doutorado Acadêmico em Geografia) – Universidade Estadual do Ceará, UECE, Fortaleza, 2016.

GONÇALVES L. A. A.; AMORA, Z.B. As Metamorfoses da Feira Nordestina e os Circuitos Espaciais da Confeção Popular no Estado do Ceará. In: VII CONGRESSO DE GEÓGRAFOS, 8, 2014, Vitória. **A AGB e a geografia brasileira no contexto das lutas sociais frente aos projetos hegemônicos**: Anais, Vitória. Disponível em: < <http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/>. Acesso em: 22 de jan. 2016.

GONÇALVES L. A. A. **Traçando Mobilidades e Tecendo Territorialidades: o comércio de artesanato na Beira-Mar de Fortaleza/CE**. Dissertação. (Mestrado Acadêmico em Geografia) – Universidade Estadual do Ceará, UECE, Fortaleza, 2009.

GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1997.

GRASSI, Marzia. **Economia Informal em Rede: trocas económicas e complexidade social**. Cadernos de Estudos Africanos. Revista do Centro de Estudos Internacionais (CEI-IUL), Lisboa, 13/14, p.129-142, 2007. Disponível em: < <https://cea.revues.org>> Acesso em: 15 de set. de 2017.

GRIMM, FLÁVIA. Teoria dos circuitos da economia urbana: debates e contextos preliminares. In: ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS, 16., 2010, Porto Alegre. **Anais XVI Encontro Nacional dos Geógrafos. Crise, práxis e autonomia: espaços de resistência e de esperanças- Espaço de Socialização de Coletivos**. Porto Alegre: 2010.

Guarda Municipal entra em confronto com feirantes. **O Povo**, Fortaleza, 15 de maio de 2017. Jornal. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/jornal>> Acesso em: 16 de maio de 2017.

HAESBAERT, R. Da desterritorialização à multiterritorialidade. **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina** – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.

HAESBAERT, R. **Território e Multiterritorialidade: um debate**. GEOgraphia (UFF), v. 17, 2007. Disponível em < <http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/>> Acesso em: 23 maio 2011.

HARVEY, D. **Condição Pós Moderna**. 21.ed. São Paulo: Loyola, 2011.348 p.

HOLANDA, V. C.C.; SILVA, A. I. F. **Um estudo dos circuitos da economia urbana na cidade de Cariré-Ce**. Revista Homem, Espaço e Tempo. março de 2009.

HOLANDA, Virgínia C.C. de. **Modernizações e espaços seletivos no Nordeste Brasileiro**. Sobral: conexão lugar/mundo. 2007. 280f. Tese (Doutorado em Geografia) – FFLCH/USP, São Paulo, 2007.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (ILO). **Empowering Africa's pe-oples with decent work. 12th African Regional Meeting Johannesburg, 2011**. Disponível em: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_norm/elconf/documents/meetingdocument/wcms_161396.pdf Acesso em: 23 out.2017.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Inquérito Multiobjectivo Contínuo – 2015 -Módulo Sector Informal**. Cabo Verde, 2015. Disponível em: <<http://ine.cv>> Acesso em: 12 de set. de 2017.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Inquérito Multiobjectivo Contínuo – 2015 –Estatísticas do Emprego e Mercado de Trabalho**. Cabo Verde, 2016. Disponível em: <<http://ine.cv>> Acesso em: 12 de set. de 2017.

JONATHAS. A. Região Metropolitana de Fortaleza é a mais Informal. **O Povo**, Fortaleza, 27 de fevereiro de 2014. Economia. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/economia/2014/02/27/noticiasjornaleconomia,3213121/regiao-metropolitana-de-fortaleza-e-a-mais-informal.shtml>> Acesso em: 26 de set. de 2016.

JUCÁ NETO, C. R. **Primórdios da rede urbana cearense**. Mercator - Revista de Geografia da UFC, Fortaleza ano 8, n.16, p.77-102, mai./ago. 2009. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article>>. Acesso em: 4 set. 2012.

Justiça derruba liminar que impedia Prefeitura de remover feirantes da Rua José Avelino. **O Estado**, Fortaleza, 17 de maio de 2017. Disponível em <<http://www.oestadoce.com.br/cotidiano>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

KREIN, J. D.; PRONI, M W.; **Economia informal**: aspectos conceituais e teóricos. Brasília: OIT, 2010. 1 v. (Série Trabalho Decente no Brasil ; Documento de trabalho n.4). Disponível em: <<http://www.oitbrasil.org.br/node/241>> Acesso em: 15 jul. 2012.

LAZZARESCHI, N. **Trabalho ou emprego?**. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2007. v. 1. 93p.

LEITE, Maria Angela F.P. **O espaço dividido nas cidades do século XXI**. Geosul, v.26, n.51, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/articl>>. Acesso, 12 de abr. 2016.

LEMENHE, M.A. **As razões de uma cidade**. Fortaleza: Stylos comunicações, 1991.

LENCIONI, Sandra. **Concentração e centralização das atividades urbanas: uma perspectiva multiescalar: Reflexões a partir do caso de São Paulo**. Revista de Geografia Norte Grande, Chile, v. 39, p.7-20, jan. 2008.

LIMA, A. S. **“Empreendendo” a sulanca**: o SEBRAE e o polo de confecções do Agreste de Pernambuco. 2011, 104f. Dissertação (Mestrado 103 em Ciências Sociais) - UFCG, Campina Grande, 2011. Disponível em <www.ufcg.edu.br/~ppgcs/wp-content/uploads> Acesso em: 11 jan. 2016.

LIMA, P. Feira da José de Avelino continua após proibição. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 30 de out. de 2017. Cidade. Disponível em <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/>> Acesso em: 01 de nov. de 2017.

LIMA NETO, J. Galpões podem ser esvaziados junto com Feira da José Avelino. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 07 de abril de 2017. Cidade. Disponível em <

<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade>>Acesso em: 12 de maio de 2017.

Liminar suspende remoção de feirantes da José Avelino. **O Povo**, Fortaleza, 13 de maio de 2016. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/>>Acesso em: 15 de maio de 2017.

LINHARES, P. **Cidade de água e sal**: por uma antropologia do litoral do nordeste sem cana e sem açúcar. Fortaleza: Demócrito Rocha, 1992.

LIRA, S. M. **Entre os fixos e os fluxos da Sulanca**. *Revista de Geografia*. Recife, v. 25, n. 2, p.89-97, mai/ago. 2008. Disponível em: <www.revista.ufpe.br/revistageografia/index.php/revista/article/>. Acesso em: 9 abr. 2016.

LOBO, A. S. **Buying and Selling Between Different Worlds: The Rabidantes from Cape Verde**. *Urbanities*, University of Kent (UK), v. 5, n. 1, p.72-82, maio. 2015. Disponível em: < <http://www.anthrojournal-urbanities.com/docs/tableofcontents>>. Acesso em: 22 de out. de 2017.

LOBO, A. S. **“É do produto brasileiro que os clientes gostam”**: as rabidantes e a rota comercial entre Brasil e Cabo Verde. *Cuadernos de Antropologia*, Buenos Aires, n. 13, p.15-31, jan. /jun. 2015. Disponível em: < <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/cuan/issue/view/>>. Acesso em: 05 de jan. de 2017.

Lojistas protestam contra o fechamento da Feira da José Avelino no Centro. **Ceará News**. Fortaleza, 19 de abril de 2017. Disponível em < <http://cearanews7.com/>>Acesso em: 15 de maio de 2017.

LOPES, F. C.R. **A centralidade da Parangaba como produto da fragmentação de Fortaleza (CE)**. 2006, 161f. Dissertação de Mestrado-Programa de Pós-Graduação em Geografia - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

LOPES, F. C.R.; SILVA, J. B. A centralidade da Parangaba como produto da fragmentação de Fortaleza (CE). In: SILVA, J. B.; et al. (orgs.). **Litoral e Sertão**: natureza e sociedade no nordeste brasileiro. Expressão Gráfica, 2006.

MARTINS, R; DOMBROWISKY. Mapa do trabalho informal na cidade de São Paulo In: JAKOBSEN, K.; MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. (org.). **Mapa do trabalho informal**: perfil socioeconômico dos trabalhadores informais na cidade de São Paulo. São Paulo: Perseu Abramo, 2000, p. 24-39. Disponível em: < http://fpa.org.br/uploads/mapa_do_trabalho_informal.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2012.

MATOS, J. O. **Os sentidos do trabalho: a experiência de trabalhadores de facções de costura da indústria de confecção no Ceará**. p. 129. Dissertação. Universidade Federal do Ceará, 2005.

MELO, H. P.; VASCONCELOS L. S. **A economia informal metropolitana: um estudo baseado na ECINF/IBGE**. Textos para discussão UFF/economia. 2008. Disponível em: <http://www.uff.br/econ/download/tds/UFF_TD231.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2012.

MELO, M.C.P. **Competitividade da Pequena Produção Industrial do Nordeste: Uma análise das Potencialidades e Limites do Setor de Confeção**. v. 31, nº 2. Revista Econômica do Nordeste-BNB, p. 236-261. Fortaleza, 2000. Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF>. Acesso em: 11 maio. 2017.

MESQUITA, E. C. **Informalidade no mercado de trabalho de Fortaleza: dimensão e características** Fortaleza: Instituto de Desenvolvimento do Trabalho,(SINE/IDT) 2008.

Mesmo com recomendação do MP, Roberto Cláudio afirma que encerrará feira neste domingo. **O Povo**, Fortaleza, 11 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/fortaleza>>Acesso em: 15 de maio de 2017.

MONTENEGRO, M. R. **A teoria dos circuitos da economia urbana de Milton Santos: de seu surgimento à sua atualização**. Revista Geográfica Venezolana, Vol. 53, p.147-164, 2012. Disponível em: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/nota2.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2015.

MONTENEGRO, M. R. **Globalização, trabalho e pobreza no Brasil metropolitano. O circuito inferior da economia urbana em São Paulo, Brasília, Fortaleza e Belém**. 2011, 303f. Tese (Doutorado em Geografia)- FFLCH/USP, São Paulo, 2011.

MONTENEGRO, M. R. **O circuito inferior central na cidade de São Paulo em sua relação com a densidade de fluxos e com o meio construído**. Mercator. - Revista de Geografia da UFC, Fortaleza, Ano 8, n.15, p 37-48, jan./abr. 2009. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.>>Acesso em: 27 abr. 2013. 104.

MONTENEGRO, M. R. **O circuito inferior da economia urbana na cidade de São Paulo no período da globalização**. 2006, 205f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - FFLCH/USP, São Paulo, 2006.

MOURA, F. Portas fechadas indicam retrato da crise no comércio de Fortaleza. **Tribuna do Ceará**. Fortaleza, 11 de out. de 2015. Cotidiano. Disponível em <<http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/negocios>>Acesso em: 05 de maio de 2016.

MUNIZ, Alexandra Maria Vieira. **A dinâmica da indústria têxtil no espaço metropolitano de Fortaleza**. Tese. Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará, UFC, Fortaleza, 2014.

MUNIZ, Antônio Walber Matias. **Tributação e Comércio Internacional Informal: estudo das relações Cabo Verde/Ceará**. 2008, 111f. Dissertação (Mestrado em Direito Constitucional) - Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2008.

MUNIZ, Antônio Walber Matias. **De quem são as vantagens comerciais e fiscais nos negócios internacionais informais por rabidantes entre Cabo Verde e o Ceará - Brasil?**. In: CONGRESSO NACIONAL DO COMPEDI, 14., 2005, Fortaleza, Anais. Fortaleza: CONPEDI, 2005. p.1-14. Disponível em: www.publicadireito.com.br/conpedi. Acesso em: 15 ago. 2017.

NOGUEIRA, Cleiton Marinho Lima. **Expansão Metropolitana e Dinâmica Imobiliária: O Município de Eusébio no Contexto da Região Metropolitana de**

Fortaleza. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará, UFC, Fortaleza, 2011.

NORONHA, Eduardo G. **“Informal”, ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 18, n. 53, p. 111-129, 2003.

Obras começam um dia após o fim da Feira da José Avelino. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 28 de abril de 2017. Cidade. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/>> Acesso em: 29 de abril de 2017.

OLIVEIRA, S. Um mês depois de estabelecido o fim, Feira da José Avelino persiste. **O Povo**, Fortaleza, 14 de jun. de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/cidade>> Acesso em: 20 de jun. de 2017.

OLIVEIRA, A. P. **Mundo das mulheres no mercado de trabalho em Fortaleza/CE**. 2007. 110f. Dissertação (Programa de pós- Graduação em Geografia). UFC. Fortaleza, 2007.

OLIVEIRA JR. G. **Novas expressões de centralidade e aprofundamento do estranhamento da vida cotidiana na cidade**. Mercator. Fortaleza, ano 07, n. 14, 2008.

OLIVEIRA, Edilson Luis de. **Algumas considerações sobre o conceito de setor informal e a teoria dos circuitos da economia urbana**. Geografias, Belo Horizonte, p.54-70, jan./junho. 2008. Disponível em: < www.igc.ufmg.br/portaldeperiodicos/index.php/geografias >. Acessado em: 15 abr. de 2014.

Organização Internacional do Trabalho (OIT). **A OIT e a Economia Informal**. 1ª edição. Lisboa. 2006. 44p.

Organização Internacional do Trabalho (OIT). **La globalización y el empleo en el sector Informal en los países en desarrollo**. Disponível em<<http://www.gep.msss.gov.pt/edicoes/oit/index.php> >: Acesso em: 28 jun. 2012.

Organização Internacional do Trabalho (OIT). **Panorama Laboral 2011**. Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2011. 144 p. Disponível em<<http://www.gep.msss.gov.pt/edicoes/oit/index.php> >: Acesso em: 28 jun. 2012.

PAIVA, T. Dez lojas e galpões são embargados por falta de alvará no Centro. **O Povo**, Fortaleza, 07 de julho de 2017. Cotidiano. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/cotidiano>> Acesso em: 10 de julho de 2017.

Pavimento removido na José Avelino é bem tombado. **O Povo**, Fortaleza, 17 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/cidade>> Acesso em: 20 de maio de 2017.

PEQUENO. R. Projetos e obras da Copa 2014 diante da política urbana de Fortaleza. IN: COSTA, L.M.C.; PEQUENO, R., PINHEIRO V. (org.) **Fortaleza: os impactos da copa do mundo 2014**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2015.

PEQUENO, L. R. B. **Como anda Fortaleza**. Rio de Janeiro: Letra Capital/Observatório das Metrôpoles, 2009.

PEQUENO, L. R. B. **Análise sócio-ocupacional da estrutura intra-urbana da Região Metropolitana de Fortaleza**. Mercator - Revista de Geografia da UFC, Fortaleza ano 7, n.13, p.71-86, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

PEREIRA, L. A. G. **Redes e fluxos em geografia: uma abordagem teórica**. Revista Tocantinense de Geografia, Araguaína, Tocantins, n.0 01, Ano 105 04, jan-jul. de 2015. Disponível em: <<http://revista.uft.edu.br/index.php/geografia/>> Acessado em: 12/de ago. de 2015.

PEREIRA, F; MIRANDA, G. **“Todo caminho dá na venda?” os centros de compras populares Polo de Caruaru e Moda Center Santa Cruz**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE O COMÉRCIO E A CIDADE: UMA RELAÇÃO DE ORIGEM, 5., 2016, São Paulo. Disponível em: <http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2016/04/012-Pereira.pdf> Acesso em: 25 de maio de 2017.

PEREIRA, M. F. V. **Redes, sistemas de transportes e as novas dinâmicas do território no período atual: notas sobre o caso brasileiro**. Sociedade & Natureza, Uberlândia, v. 21, n.1, p.121-129, ABR. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/sociedadennatureza/arti>> Acesso em: 12 set. 2015.

PETER, A.P. **O papel do comércio na produção da centralidade em Pelotas – RS**. Dissertação (Mestrado em Geografia) _ Programa de Pós- Graduação em Geografia do Instituto de Ciências Humanas e da Informação da Universidade Federal do Rio Grande – Rio Grande, 2010.

Polo de moda da José Avelino já movimentava R\$ 70 milhões. **O Estado**, Fortaleza, 06 de jun. de 2016. Disponível em <<http://www.oestadoce.com.br/politica>>Acesso em: 05 de set. de 2016.

Polo de moda cearense recebe mais de 40.000 pessoas, de todo o Brasil, em cinco meses. **O Estado**, Fortaleza, 09 de março de 2016. Disponível em:<<http://www.oestadoce.com.br/editorias/mix/polo-de-moda-cearense>> Acesso em: 15 de abril 2016.

Polo popular recebe 100 ônibus por semana. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 de dez. de 2015. Negócios. Disponível em <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios>>Acesso em: 05 de maio de 2016.

Prefeitura inicia obra na rua José Avelino. **O Povo**, Fortaleza, 17 de maio de 2017. Notícias. Disponível em <<http://www.opovo.com.br/noticias>>Acesso em: 18 de maio de 2017.

Prefeitura considera protesto na José Avelino como crime e apresentará denúncia contra envolvidos. **Tribuna do Ceará**. Fortaleza, 16 de maio de 2017. Cotidiano. Disponível em <<http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/cotidiano>>Acesso em: 25 de maio de 2017.

Prefeitura remove pedras, mas não as retira da José Avelino. **O Povo**, Fortaleza, 16 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/fortaleza>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

Prefeitura diz que não houve desrespeito à decisão judicial. **O Povo**, Fortaleza, 15 de maio de 2017. Notícias. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/noticias>> Acesso em: 16 de maio de 2017.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RC diz que mantém diálogo, mas não aceita ameaça ao "direito de ir e vir". **O Povo**, Fortaleza, 16 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/fortaleza>> Acesso em: 16 de maio de 2017.

RYBCZYNSKI, Witold. **Vidas nas Cidades: expectativas urbanas no mundo novo**. (Tradução: Beatriz Horta). Rio de Janeiro: RECORD, 1996.

RIBEIRO, G.; BEZERRA, R. Ação de ordenamento termina em confusão na José Avelino. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, 11 de abril de 2014. Cidade. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br>> Acesso em: 16 de maio de 2017.

RIBEIRO, Elisa Antônia. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa**. Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008.

RIO, G.A.P. A espacialidade da economia: superfícies, fluxos e redes. In: CASTRO, I.E.; GOMES, P.C.C.; CORRÊA, R.L. **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

ROCHA, L. Rua José Avelino vira palco de guerra nesta terça, em protesto por proibição de feira. **Tribuna do Ceará**. Fortaleza, 16 de maio de 2017. Cotidiano. Disponível em < <http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/cotidiano>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

SALGUEIRO, T. CACHINHO, H. As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, C.; PACHECO, S.M.M (org.). **Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009. 284p.

SALGUEIRO, T. B. **Comércio e cidade: Porto e Lisboa**. Finisterra, XXIX, 57, 1994, p.177-183. Disponível em: < <https://www.researchgate.net/publication>> Acesso em: 12 set. 2015.

SALVADOR, D.S.C.O. **Espaço Geográfico e Circuito Inferior da Economia urbana**. Mercator, Fortaleza, v 11, n 25, p 47-58, mai./ago. 2012. Disponível em: < >. Acessado em: 15 abr. de 2014.

SAQUET, M. A. **As diferentes abordagens do território e a apreensão do movimento e da (i)materialidade**. Geosul, v.22, n.43, 2007.

SAQUET, Marcos Aurélio. O território: diferentes interpretações na literatura italiana. In: RIBAS, A. D.; SPOSITO, E. S.; SAQUET, M. A. **Território e Desenvolvimento: diferentes abordagens**. Francisco Beltrão: Unioeste, 2004.

SANTOS, M. C. **A dinâmica dos circuitos da economia urbana na indústria de confecções em Fortaleza-Ceará**. Mestrado. Universidade Federal do Ceará, 2014.

SANTOS, M. Por uma geografia das redes. In: SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**. 4.ed.São Paulo: Edusp, 2014.

_____. Da diversificação da natureza à divisão territorial do trabalho. In: SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**. 4.ed.São Paulo: Edusp, 2014.

_____. A pobreza urbana no terceiro mundo: marginalidade ou bipolarização? In: SANTOS, M. **A pobreza Urbana**. 3. ed.São Paulo: Edusp, 2013.

_____. O circuito inferior chamado “setor informal” por quê?.In: SANTOS, M. **A pobreza Urbana**. 3. ed.São Paulo: Edusp, 2013.

_____. **Economia espacial: críticas e alternativas**. 2. ed. 2ª reimpressão. São Paulo: EDUSP, 2011.

_____. **O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2. ed. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: F. ALVES, 2008.

SCHIFFER, S.R. A globalização da economia e o território nacional. Indagações prospectivas. In: SANTOS, M.; SOUZA, M.A.; SILVEIRA, M.L. **Território Globalização e Fragmentação**. 4 ed. São Paulo: Hucitec, 1998.

SENA, J.M. Será o fim da feira da José Avelino?. **O Povo**, Fortaleza, 18 de maio de 2017. Cotidiano. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/cotidiano>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

SERPA, E. Av. Monsenhor Tabosa tenta reanimar seu comércio. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 12 de abril de 2017. Disponível em < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios>> Acesso em: 08 de maio de 2017.

SILVA, C.H.C. **Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana**. Geosul, Florianópolis, v. 29, n. 58, p 149-178, jul./dez. 2014. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/>> Acesso em: 10 de maio de 2015.

SILVA, Eciane Soares. **Dinâmica socioespacial do comércio popular de confecção no Centro de Fortaleza**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

SILVA, Maria das Graças da. **Feira de São Bento em Cascavel – CE** (festa a céu aberto). Dissertação. Programa de Pós- Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, UFC, Fortaleza, 2008.

SILVA JUNIOR, R. F. DA. **Geografia de redes e da logística no transporte rodoviário de cargas: fluxos e mobilidade geográfica do capital**. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia). Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2004.

SILVA, José Borzacchiello. Formação Socioespacial Urbana. In: DANTAS, E. W. C.; SILVA, J. B. da; COSTA, M. C. L. (orgs). **De cidade à metrópole**: (trans) formações urbanas em Fortaleza. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

_____. Características Gerais da Região Metropolitana de Fortaleza. In: DANTAS, E.W.C. et al (Org.). **Vulnerabilidade Socioambiental na Região Metropolitana de Fortaleza**. 1 ed. Fortaleza: Edições UFC, 2009. 107.

_____. O mercado de trabalho e a cidade brasileira. In: VALENÇA. M.M. (org). **Cidade (i) legal**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____. **Diferenciação socioespacial**. Cidades. Presidente Prudente v. 4, n. 6, p. 89-100, 2007. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article>. Acesso em: 10 mar. 2013.

_____. A cidade contemporânea no Ceará. In: SOUZA, S.; PINHEIRO, F. J. **Uma nova história do Ceará**. 4. ed. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2007. 447p.

_____. A Região Metropolitana de Fortaleza. In: SILVA, J. B. da. et al. (orgs). **Ceará: novo olhar geográfico**. 2 ed. Fortaleza: Edição Demócrito Rocha, 2007.

_____. Fortaleza, a metrópole sertaneja do litoral. In: SILVA, J. B. ; et al. (orgs.). **Litoral e Sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Expressão Gráfica, 2006.

_____. Vivendo a cidade: o caso de Fortaleza. In: VASCONCELOS, J.G.; ADAD, S.J.H.C. (orgs.) **Coisas de Cidade**. Fortaleza: Edições UFC, 2005.

_____. O sentido da cidade no final do século XX. In: SPOSITO, M.E.B. **Urbanização e cidades: perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: UNESP, 2001. 643 p.

_____. **Nas trilhas da cidade**. Fortaleza-CE. Museu do Ceará: Secretaria da Cultura e Desporto, 2001.

_____. Discutindo a Cidade e o Urbano In: SILVA, J. B; et al. (orgs.). **A Cidade e o Urbano: Temas para Debates**. Fortaleza: EUFC, 1997.

_____. **Quando os incomodados não se retiram**: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza. Fortaleza: Multigraf, 1992.

SILVA Tatiana R. R.. **Feiras e Mercados nos dois lados do Atlântico: dinâmicas de comercialização entre Brasil e Cabo Verde**. Revista Perspectiva Histórica, Salvador, v. 5, n. 8, p. 145-163, 2016. Disponível em: <http://perspectivahistorica.com.br>. Acesso em: 03 fev. 2017.

_____. Movimento de Mulheres e Comércio Informal entre África e Brasil: uma comparação no eixo sul-sul. In: JORNADA INTERNACIONAL DE POLITICAS PUBLICAS, 6., 2013, São Luís. **O desenvolvimento da crise capitalista e a atualização das lutas contra a exploração, a dominação e a humilhação:** Palestra. São Luís: JOINPP, 2013. Disponível em: <
<http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2013/JornadaEixo2013/mesastematicas/movimentodemulheresecomercioinformalentreafricaebrasil-umacomparacaonoeixosul-sul>> Acesso em: 14 de nov. de 2017.

_____. **Comércio (Trans)atlântico: As rabidantes cabo-verdianas e o mercado informal brasileiro.** Revista Outros Tempos: Dossiê História Atlântica e da Diáspora Africana, Maranhão, v.8, n. 12, p.128-145, 2011. Disponível em: <http://www.outrostempos.uema.br>. Acesso em: 15 nov. 2016.

_____. Relações de gênero em África: as rabidantes e o comércio informal em Cabo Verde. In: CONGRESSO IBÉRICO DE ESTUDOS AFRICANOS, 7., 2010, Lisboa. **EQUIDAD DE GÉNERO: DESARROLLO Y COOPERACIÓN:** Anais. Lisboa: ISCTE-IUL, 2010. p.1-17. Disponível em: <http://www.outrostempos.uema.br>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SILVEIRA, M. L. **Modernização contemporânea e nova constituição dos circuitos da economia urbana.** Geosp – Espaço e Tempo (Online), v. 19, n. 2, p. 246-262, ago. 2015. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/geosp/article>> Acesso em: 10 de maio de 2016.

_____. Modernizações territoriais e circuitos da economia urbana no Brasil. In: XIV ENANPUR, 2011, Rio de Janeiro. **Anais do XIV ENANPUR.** Rio de Janeiro: ANPUR, 2011. v. 1. p. 1-21. Disponível em: < <http://www.anpur.org.br/anaisAbrir/58/1/anais-do-xiv-ena>> Acesso em: 18 de jan. de 2015.

_____. **Región y división territorial del trabajo: desafíos en el período de la globalización.** Investigación y desarrollo, Colômbia, Vol. 17, n. 2, p. 434-455, 2009. Disponível em: < <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article> > Acesso em: 9 de abr. de 2015.

_____. **Finanças, Consumo e Circuitos da Economia Urbana na Cidade de São Paulo.** Caderno CRH, v. 22, n. 55, p. 65-76, 2009. Disponível em: < <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci> > Acesso em: 9 de abr. de 2015.

_____. **Metrópolis brasileiras: un análisis de los circuitos de la economía urbana.** Revista Eure, Santiago, v. XXXIII, n.100, p. 149-164, dezembro, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.cl/pdf/eure/v33n100/art09.pdf> > Acesso em: 5 de jun. de 2015.

_____. , **“Globalización y circuitos de la economía urbana en ciudades brasileñas”.** In *Cuaderno del CENDES* ano 21, n.57, 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci> > Acesso em: 20 out. 2015.

SILVEIRA, R. L. L. da. **Redes e território: uma breve contribuição geográfica ao debate sobre a relação sociedade e tecnologia.** Revista bibliográfica de geografia

y ciências Sociais. Barcelona, v. 8, n 451, p.1-11,15 de junho de 2003. Disponível em: < <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-451.htm>.> Acesso em: 12 set. 2015.

SOUZA, M. S. Análise da Estrutura Urbana. In: DANTAS, E. W. C; SILVA, J. B. da; COSTA, M. C. L. (orgs). **De cidade à metrópole: (trans) formações urbanas em Fortaleza**. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

SOUZA, M. J. L. de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e **desenvolvimento**. In: CASTRO, I.E; et al. (org.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

SPOSITO, M.E.B. **A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana**. Revista Território. Rio de Janeiro: LAGET/UFRJ, n.4, 1998.

ROMA, Cláudia Marques. **Circuito Inferior da Economia Urbana e Cidades Locais-Híbridas**. Mercator. Fortaleza, v. 15, n. 2, p. 23-36, abr./jun., 2016. Disponível em < <http://www.mercator.ufc.br/mercator>> Acesso em 23 de jun. de 2017.

Taco de beisebol com arame farpado é apreendido no Centro. **O Povo**, Fortaleza, 13 de maio de 2017. Fortaleza. Disponível em < <http://www.opovo.com.br/fortaleza>> Acesso em: 18 de maio de 2017.

TAKEYA, Denise. **Europa, França e Ceará: as origens do capital estrangeiro no Brasil**. Natal: UFRN, 1995.

TOKMAN, Víctor E. **De la informalidad a la modernidad**. Economía Revista del Departamento de Economía Pontificia Universidad Católica del Perú volumen XXIV No 48 diciembre 2001.

TOKMAN, Víctor E. **Las Relaciones entre los sectores formal e informal. Una exploración sobre su naturaleza**. Economía Revista del Departamento de Economía Pontificia Universidad Católica del Perú volumen XXIV No 48 diciembre 2001.

VALVERDE. R. R. H. F. **Transformações no conceito de território: competição e mobilidade na cidade**. GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, Nº 15, pp. 119 - 126, 2004.

VARGAS, H. C. **Comércio e cidade: uma relação de origem**. In: WORCMAN, K.; OLIVEIRA, C.L. Memórias do Comércio Paulista. 1ª ed. São Paulo: Sesc, 2012. Disponível em:< <http://www.memoriasdocomerciosp.museudapessoa.net/public> >. Acessado em: 05 de abr. de 2016.

VILLAÇA, Flavio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 1998.

YÁZIGI, Eduardo. **O mundo das calçadas**. São Paulo: HUMANITAS, 2000, 548 p.

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA REALIZADAS DURANTE PESQUISA
DE CAMPO COM OS TRABALHADORES DA JOSÉ AVELINO**

1. Já trabalhou em outro ramo? Onde?
2. Porque veio trabalhar na José Avelino?
3. Quanto tempo trabalha com confecção?
4. Por que decidiu trabalhar com confecção?
5. Pretende voltar para a trabalhar no “setor formal”?
6. Qual produto comercializa?
7. Comercializa e produz?
8. Se só comercializa: com quem compra a mercadoria? É dono do box? Oferece trabalho para outras pessoas? Se sim, para quantas? Usa mão de obra familiar?
9. Se comercializa e produz: produz para outras pessoas? É dono do box? Oferece trabalho para outras pessoas? Se sim, para quantas no comércio e quantas na produção? Usa mão de obra familiar?
10. Costuma comercializar em outros locais em Fortaleza?
11. De onde é a clientela?
12. Recebe clientes estrangeira? De onde? Como se dá a relação com elas?
13. Costuma usar redes sociais para comercializar? Quais? Com que frequência?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PRESIDENTE DO SINDICATO DOS CORRETORES DE MODA (SINCOM)

1. Como surge o profissional corretor de moda em Fortaleza?
2. Existe quantos associados?
3. Qual o papel do corretor de moda no mercado de confecções de Fortaleza?
4. Qual as características do mercado de confecções de Fortaleza na atualidade?
5. Sob o ponto de vista do corretor de moda como esse mercado reagiu a crise econômica?
6. Qual o perfil dos clientes que frequentam o mercado de confecções de Fortaleza?
7. Quais os locais que levam as sacoleiras?
8. De quanto em quanto tempo elas costumam retornar?
9. Qual a procedência das sacoleiras?
10. Por quais produtos elas se interessam mais?
11. Quanto em média costumam gastar?
12. Quanto tempo ficam em Fortaleza?
13. Onde geralmente se hospedam?
14. Quais os principais parceiros dos corretores?
15. Qual a relação com a RMF? Costumam levar sacoleiras em algum local na RMF?
16. Costumam receber clientes de outros países? Se sim, qual a procedência?

**APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA REALIZADA COM O GERENTE DA
TRANSPORTES AÉREO DE CABO VERDE (TACV)**

1. Quando a TACV começou a atuar em Fortaleza?
2. Qual a frequência de voo Cabo Verde / Fortaleza?
3. Qual o valor da passagem?
4. Quando começou o fluxo de rabidantes para Fortaleza?
5. Como começou a relação da TACV com as rabidantes?
6. Quantas rabidantes em média costumam vir a Fortaleza por mês?
7. Quais os meses de maior fluxo?
8. É oferecido alguma auxílio as rabidantes no sentido de orientação na hospedagem, troca de moeda...
9. Quanto de excesso de bagagem em média costumam retornar para Cabo Verde?
10. Quanto é pago pelo excesso de bagagem?
11. Houve alteração no fluxo de rabidantes? Quais as causas?
12. Além das cabo verdianas vem comerciantes de confecção de outro país da África?

ANEXO A - PROJETO DE LEI DE CRIAÇÃO DA FEIRA POPULAR DA SÉ – 2008



CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA

PROJETO DE LEI Nº Nº 0065/08

“Cria no âmbito do município de Fortaleza a Feira Popular de Confeções (FEIRA DA SÉ) e dá outras providências:”

Art. 1º - Fica criada a Feira Popular de Confeções (FEIRA DA SÉ), destinada a comercialização de confeções localizada nas confluências da Catedral da Sé.

Art. 2º - A Feira Popular de Confeções (FEIRA DA SÉ) será realizada nas segundas-feiras e quintas-feiras com o acompanhamento e fiscalização da Prefeitura Municipal de Fortaleza nos mesmos moldes das chamadas Feiras Livres dos bairros.

Parágrafo Único. O horário de Funcionamento da Feira Popular de Confeções (FEIRA DA SÉ), será da meia noite (00:00hs) até às sete da manhã (07:00hs) impreterivelmente de modo a não prejudicar o comércio e o trânsito local.

Art. 3º - O controle da utilização do espaço público será feito pelos feirantes através de seus representantes e pelo Poder Público.

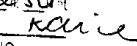
Art. 4º - Esta Lei entra em vigor na data de suas publicações, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA: Num País onde o desemprego assombra a grande maioria das famílias, a profissão de Feirante tornou-se uma das poucas saídas encontradas por alguns para ganhar o seu sustento, existem grandes Feiras no Brasil que são regulamentadas como a Feira do Sol, a Feira da Lua e a Feira do Hippie essa com mais de cinco mil barracas todas em Goiânia, a tradicional Feira de Caruaru em Pernambuco a Feira da Madrugada em São Paulo que se tornaram referências nas suas cidades e até mesmo pontos turísticos proporcionando emprego e renda, além de movimentar a economia local. Por tanto coloco para apreciação de meus pares a aprovação deste projeto que irá regularizar essa atividade comercial em nossa cidade.

DEPARTAMENTO LEGISLATIVO DA CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA EM 13 DE MAIO DE 2008.


Vereador Carlos Mesquita

Partido do Movimento Democrático Brasileiro

DER. LEGISLATIVO
EM 13/05/08 às 14:50h

F. FUNCIONÁRIO

Rua Thompsom Bulcão, 830 – Fone: (85) 3444.8300 – Fax: (85) 3278.1650
www.cmfor.ce.gov.br – Fortaleza – Ceará

ANEXO B - LEI QUE AUTORIZOU A CRIAÇÃO DO POLO DE NEGÓCIOS DO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL DA JOSÉ AVELINO

PODER LEGISLATIVO

"MATÉRIAS PUBLICADAS POR EXCLUSIVA RESPONSABILIDADE DA MESA DIRETORA DA CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA"

LEI Nº 9558 DE 18 DE DEZEMBRO DE 2009

Autoriza o Poder Executivo a efetuar concessão de uso de

LEI Nº 9559 DE 18 DE DEZEMBRO DE 2009

Autoriza a criação do Polo de Negócios do Empreendedor Individual e dá outras providências.

FAÇO SABER QUE A CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA APROVOU E EU, COM BASE NO ART. 36, INCISO V DA LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO, PROMULGO A

DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO

FORTALEZA, 29 DE DEZEMBRO DE 2009

TERÇA-FEIRA - PAGINA 32

SEGUINTE LEI: Art. 1º - Fica autorizado a criação do Polo de Negócios do Empreendedor Individual na Rua José Avelino, entre a Avenida Alberto Nepomuceno e a Rua Boris, Rua Senador Almir Pinto, entre a Rua Governador Sampaio e a Rua Conde d'Eu, Rua Rufino de Alencar, entre a Rua São José e a Avenida Alberto Nepomuceno, Rua General Bezerril, entre a Rua Dr. João Moreira e a Rua Castro e Silva, Rua Icó, entre a Avenida Alberto Nepomuceno e a Rua Maranguape, todas localizadas no Centro de Fortaleza. Art. 2º - O horário de funcionamento do Polo de Negócios do Empreendedor Individual será, de segunda a sábado, das 5h (cinco horas) às 20h (vinte horas). Art. 3º - Nos locais a que alude o art. 1º desta lei somente será autorizada a atividade de comércio de: I - Confeccões em geral; II - Artigos manuais de cama, mesa e banho; III - Calçados, bolsas, cintos e similares; IV - Bijuterias. Art. 4º - As atividades comerciais do referido polo somente serão permitidas no interior dos prédios destinados para esse fim, sendo vedado qualquer tipo de comércio nas áreas externas e nos passeios. § 1º - Os imóveis utilizados para as atividades objeto da presente lei deverão estar de acordo com as normas ambientais: de segurança, sanitária e de acessibilidade. § 2º - Ficam os comerciantes expositores dispensados de alvará de funcionamento individual, devendo este ser concedido por prédio. § 3º - No interior de cada prédio, será mantido um padrão unificado de equipamentos, móvel ou fixo, para todos os expositores, com dimensão de 2m x 1m. Art. 5º - Os comerciantes que exercerem suas atividades no polo objeto da presente lei deverão ser cadastrados nos órgãos competentes, na qualidade de empreendedor individual, de acordo com o que preconiza a Lei Complementar Federal nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Art. 6º - O exercício da atividade da área do polo deverá estar em consonância com a legislação municipal em vigor pertinente à matéria. Art. 7º - O Poder Executivo Municipal regulamentará esta lei, no que couber, no prazo de 60 (sessenta) dias, contado a partir de sua publicação. Art. 8º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário. PAÇO MUNICIPAL JOSÉ BARROS DE ALENÇAR, em 18 de dezembro de 2009. Vereador Salmato Filho - PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA.

Fortaleza-CE, 1 de julho de 2009. Maria de Fátima S. de Oliveira - PRESIDENTE - UESF. Jocélio de Sousa Mendes - CONTABILISTA - CRC-CE: 017357/o-0.
*** **

EMPRESA: UNIÃO DOS ESTUDANTES SECUNDARISTAS DE FORTALEZA - 03.365.485/0001-05
Estabelecimentos: 0006 - UNIÃO DOS ESTUDANTES SECUNDARISTAS - Centro de Resultado: 001 - Geral

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO - 2º TRIMESTRE DE 2009

CONTA	DESCRIÇÃO	04 a 06/2009	
(+)	010	Receita Bruta Operacional	22.763,82
	010.01	Faturamento Prod. Merc. e Serviços	22.763,82
	010.01.03	Vendas de Serviços	22.763,82
(=)	030	Receita Líquida	22.763,82
(=)	060	Lucro Bruto	22.763,82
(-)	070	Despesas Operacionais	22.585,00
	070.02	Despesas Administrativas	22.540,00
	070.03	Despesas Financeiras Líquidas	45,00
	070.03.01	Despesas Financeiras	45,00
(=)	110	Lucro Operacional	178,82
(=)	150	Res. Antes Imp. Renda e Contrib. Social	178,82
(=)	180	Res. Antes das Participações e Contrib.	178,82
(=)	200	Resultado do Exerc. Déficit ou Superávit	178,82

Fortaleza-CE, 1 de julho de 2009. Maria de Fátima S. de Oliveira - PRESIDENTE - UESF. Jocélio de Sousa Mendes - CONTABILISTA - CRC-CE: 017357/o-0.
*** **

Fonte: Fortaleza, Diário Oficial do Município, 2009.