

# DA FEIRA DE RUA AO MODA CENTER SANTA CRUZ: A CONSTRUÇÃO DE UM ESPAÇO HÍBRIDO E A PERCEPÇÃO DOS ATORES LOCAIS<sup>1</sup>

**Elisabeth Cavalcante dos Santos**

Professora do Núcleo de Gestão do CAA/UFPE; Doutora em Administração pelo PPGA/UFPB. E-mail: elisabethcsantos@gmail.com.

**Luísa Juventino do Nascimento**

Graduada em Administração pelo CAA/UFPE. E-mail: luisa\_juventino@msn.com.

## RESUMO

*A cidade de Santa Cruz do Capibaribe, também conhecida como A Capital da Sulanca, está entre as três cidades mais expressivas do Polo de Confeções do Agreste de Pernambuco. Durante décadas a cidade contou com uma feira de rua popular, na qual seus habitantes comercializavam as confeções em bancos de feiras improvisados, que ocupavam várias ruas da cidade. A partir do ano 2000, houve uma mudança significativa nessa comercialização, com a inauguração do Moda Center Santa Cruz, um grande centro atacadista de confeções. Neste trabalho buscamos compreender a percepção dos atores locais sobre a transição da feira de rua de Santa Cruz do Capibaribe para o Moda Center Santa Cruz, caracterizando os elementos modernos e tradicionais que compõem este espaço híbrido. Para alcançar os objetivos deste estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, com entrevistas individuais semiestruturadas, sendo realizadas 11 (onze) entrevistas no total. Como elementos modernos desse espaço híbrido, foi possível observar os incrementos na infraestrutura da feira, a busca por melhor atendimento ao cliente e por qualidade dos produtos, o uso de tecnologias para divulgar produtos e ampliar cartela de clientes, necessidade de uso do documento cheque, em vez do caderno etc. Como principais elementos tradicionais identificados, percebemos a aprendizagem oral entre gerações, os laços de amizade existentes entre os donos de boxes, e a importância atribuída à confiança nas relações sociais.*

1. Trabalho submetido em 12/11/17 e aprovado em 02/01/18. Para citar este artigo: SANTOS, E. C. dos; NASCIMENTO, L. J. do. Da feira de rua ao Moda Center Santa Cruz: a construção de um espaço híbrido e a percepção dos atores locais. **Cadernos de Estudos Sociais**, Recife, v.32, n. 1, p. 86-114, jan/jul de 2017. Disponível em: <<http://periodicos.fundaj.gov.br/index.php/CAD>>. Acesso em: dia mês, ano. [v. em edição].

*A existência de consignados, a desvinculação existente entre educação formal e as atividades de confecções, a dinâmica formal-informal/legal-illegal e a pouca participação dos donos de boxes na administração do Moda Center Santa Cruz, foram os principais processos híbridos observados.*

**PALAVRAS-CHAVE:** Moda Center Santa Cruz. Feira de rua. Tradicional. Moderno. Híbridismo.

## ABSTRACT

*The city of Santa Cruz do Capibaribe, also known as The Capital of Sulanca, is among the three most expressive cities of the Clothing Manufacturing Hub of the Agreste region of Pernambuco. For decades the town had a popular street fair, where the inhabitants marketed their clothes in improvised stands, which occupied several streets of the city. From the year 2000, there was a significant change in this mode of commercialization, with the inauguration of the Moda Center Santa Cruz, a large wholesale clothing center. In this research study we seek to understand the perception of local actors regarding the transition from the street fair to the Fashion Center Santa Cruz, and to characterize the modern and traditional elements that make up this hybrid space. To achieve the objectives of this study, a qualitative exploratory research was conducted, using a total of 11 (eleven) individual semi-structured interviews. In relation to the modern elements of this hybrid space, we observed an extension and improvement in the infrastructure of the fair, the search for better customer service and product quality, and the use of technologies to promote products and increase the number of customers; with a reduced use of notebooks, for instance. In relation to the more traditional elements, we perceived oral sharing and learning among generations, friendship bonds among stand owners, and the importance of trust in social relations. The main hybrid processes observed were the existence of consigned products, the disconnection of formal education from clothing activities, the formal-informal / legal-illegal dynamics, and the low participation of stand owners in the management of Moda Center Santa Cruz.*

**KEYWORDS:** Moda Center Santa Cruz. Street fair. Traditional. Modern. Hybridism.

## RESUMEN

*La ciudad de Santa Cruz del Capibaribe, también conocida como La Capital de la Sulanca, está entre las tres ciudades más expresivas del Polo de Confecciones de la región Agreste de Pernambuco. Durante décadas la ciudad contó con una feria de calle popular, en la que sus habitantes comercializaban las confecciones en quioscos de ferias improvisadas, que ocupaban varias calles de la ciudad. A partir del año 2000, hubo un cambio significativo en esa comercialización, con la inauguración del Moda Center Santa Cruz, un gran centro mayorista de confecciones. En este estudio buscamos comprender la percepción de los actores locales sobre la transición de la feria de calle para el Moda Center Santa Cruz, caracterizando los elementos modernos y tradicionales que componen este espacio híbrido. Para alcanzar los objetivos de este estudio, se realizó una investigación cualitativa de carácter exploratorio, con entrevistas individuales semiestructuradas, siendo realizadas 11 (once) entrevistas en total. Como elementos modernos de ese espacio híbrido, fue posible observar los incrementos en la infraestructura de la feria, la búsqueda por mejor atención al cliente y por calidad de los productos, el uso de tecnologías para divulgar productos y ampliar cartela de clientes, necesidad de uso del documento cheque en vez del cuaderno. Como principales elementos tradicionales identificados, percibimos el aprendizaje oral entre generaciones, los lazos de amistad existentes entre los dueños de los antiguos quioscos, y la importancia atribuida a la confianza en las relaciones sociales. La existencia de consignados, la desvinculación existente entre educación formal y las actividades de confecciones, la dinámica formal-informal / legal-ilegal, y la poca participación de los dueños de tiendas en la administración del Fashion Center Santa Cruz fueron los principales procesos híbridos observados.*

**PALABRAS-CLAVES:** *Moda Center Santa Cruz. Feria de la calle. Tradicional. Moderno. Hibridismo.*

## INTRODUÇÃO

A cidade de Santa Cruz do Capibaribe, também conhecida como A Capital da Sulanca, localiza-se na divisa dos estados de Pernambuco e Paraíba. Sua distância em relação à capital do estado de Pernambuco é de cerca de 180 km, e em relação à cidade de Caruaru encontra-se a uma distância de 58 quilômetros. A cidade situa-se no meso-agreste de Pernambuco, a oeste da microrregião do Capibaribe, e possui clima semi-árido (XAVIER, 2006). As vias de acesso existentes são a BR-232, BR-104 e a PE-160. O apelido “capital da sulanca” surgiu da atividade de confecções, principal fonte de renda da região. A confecção surgiu em Santa Cruz do Capibaribe antes mesmo desta se tornar cidade, quando na época existia apenas um vilarejo, onde as costureiras desenvolviam suas manufaturas e comercializavam seus produtos na chamada Feira da Sulanca (CAMPELLO, 1983).

Inaugurado em 7 de outubro de 2006, o estabelecimento chamado Moda Center Santa Cruz, considerado um dos maiores *shopping* atacadistas de confecções da América Latina, surge a partir de pressão popular e por meio de apoio político. Destarte, a edificação desse estabelecimento visava modernizar a feira, não só para os comerciantes, mas também para os clientes.

Sua estrutura é composta por seis módulos que abrigam 9.624 boxes e 707 lojas, numa área coberta de 120 mil metros quadrados. Possui seis praças de alimentação, estacionamento para mais de 4 mil veículos, 18 dormitórios, posto ambulatorial, restaurantes, caixas eletrônicos de bancos, banheiros com chuveiro e terminais eletrônicos de informação. Nas altas temporadas, chega a receber 100 mil clientes oriundos de várias regiões, especialmente do Norte e Nordeste do Brasil (SEBRAE, 2013).

De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2003), o Moda Center Santa Cruz, à época, era responsável por gerar cerca de 90% de toda a economia da cidade de Santa Cruz do Capibaribe, e quase a totalidade dos 100 mil habitantes da cidade trabalhavam direta ou indiretamente com a elaboração de confecções que são comercializados no empreendimento em análise (SEBRAE, 2003).

Todavia, apesar da irrecusável importância do Moda Center Santa Cruz, as percepções dos comerciantes que atuam nesse espaço sobre os aspectos desse processo de modernização ainda não são muito discutidas na literatura. Os atores locais, foco deste trabalho, são pessoas que trabalharam direta ou indiretamente na feira da rua de confecções de Santa Cruz do Capibaribe, e a partir da modificação da mesma, passaram a comercializar suas mercadorias no novo espaço. São eles os confeccionistas, faccionistas e consignados. É importante ressaltar que existem outros atores locais atuantes no Moda Center Santa Cruz, mas que só serão discutidos os mencionados, conforme se observa na análise, em virtude de sua predominância no campo estudado.

Dessa forma, entendendo que o Moda Center Santa Cruz possui grande importância para a região e que é essencial compreender o que dizem os atores locais sobre esse espaço, o presente trabalho visa compreender a percepção dos atores locais sobre a transição da feira de rua de Santa Cruz do Capibaribe para o Moda Center Santa Cruz, caracterizando os elementos modernos e tradicionais que compõem esse ambiente. Do ponto de vista teórico, optou-se por entender o Moda Center como um espaço híbrido (CANCLINI, 2013), no qual um processo de modernização

acontece, mesclando-se a elementos tradicionais presentes na forma de realizar a atividade comercial nesse espaço.

## **SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE E A FEIRA DA SULANCA**

Devido à falta de registros oficiais sobre a história de Santa Cruz do Capibaribe, Xavier (2006) enfatiza o privilégio dessa história ser contada oralmente por habitantes do Agreste e da própria cidade. Conta-se que por volta dos anos 1870 um português chamado Antônio Burgos, que vivia na cidade de Recife, tendo adoecido de uma doença grave, foi orientado por médicos a procurar um local de clima salubre e seco, como uma saída para refazer sua saúde combalida. Com seus escravos, o português teria subido as margens do rio Capibaribe na capital e acampado no local onde hoje é a cidade de Santa Cruz do Capibaribe (CAMPELLO, 1983).

Não há registros de quantos anos Antônio Burgos viveu nessa região e de quando se mudou. Ele apenas deixou sua cabana e a capela com o crucifixo. Uns dizem que se curou e voltou para a capital, outros dizem que faleceu. Segundo fontes orais de moradores da cidade, o nome que a cidade tem até hoje teria surgido dessa cruz de madeira que Antônio Burgos colocou na capela, enquanto o Capibaribe vem do próprio rio, ao qual a cidade está às margens. Daí o nome Santa Cruz do Capibaribe. Essa é apenas uma das versões mais aceitas no imaginário popular da cidade.

O povoado foi crescendo aos poucos e em abril de 1892 tornou-se vila, inicialmente fazendo parte do município de Taquaritinga do Norte. Em 1918 passou de vila para freguesia, e no ano de 1953, em 29 de dezembro, o distrito de Santa Cruz do Capibaribe tornou-se município, se desmembrou de Taquaritinga do Norte, e passou a compor-se de três distritos: Poço Fundo, Pará e Santa Cruz do Capibaribe, a sede (CAMPELLO, 1983).

Atualmente, a principal atividade econômica da região é a confecção, atividade que surgiu na cidade de Santa Cruz do Capibaribe antes mesmo dela se tornar município, quando ainda era distrito de Taquaritinga do Norte. O início dessa atividade pôde ser observado a partir do final da década de quarenta e início da década de cinquenta (CAMPELLO, 1983).

As atividades de comércio das confecções feitas a partir de retalhos inicialmente vindos da cidade de Recife, e depois de São Paulo, deram origem à Feira da Sulanca. De acordo com Burnett (2014), Feira da Sulanca é como se denomina o fenômeno de produção e comércio de confecções populares que, historicamente, tem tido como características principais o trabalho domiciliar, familiar e informal.

Ainda de acordo com essa autora, “supostamente o vocábulo *sulanca* deriva da palavra *helanca*, fibra sintética em voga nos anos 1960/1970, que vinha do Sul. Portanto, *sul* + *helanca* = *sulanca*” (BURNETT, 2014, p. 153). Campello (1983, p. 72), por outro lado, afirma que *sulanca*, na fala de um dos seus entrevistados, seria a mercadoria de combate, de grito, de pobre, de camelô.

O trabalho das mulheres, de acordo com Xavier (2006, p.91), foi essencial para o crescimento da atividade de confecção. Segundo Burnett (2014), essas mulheres tinham como tarefa comprar retalhos e fazer roupa para a família inteira. Com as sobras dos retalhos, as mulheres costuravam para fora de suas casas para complementar sua renda e as sobras dos sítios eram encaminhadas para feira através dos seus maridos.

Em fins da década de sessenta, já existia na cidade de Santa Cruz um pequeno centro urbano com atividades diferenciadas em relação ao meio rural, e com uma divisão de trabalho. A produção da confecção e demais serviços eram realizados em pequenas oficinas de roupas com máquinas de costura de pedal (XAVIER, 2006).

Os produtos confeccionados nessas oficinas eram levados pelos **sulanqueiros**, termo que, segundo Burnett (2014, p.160) “se refere a qualquer pessoa que tenha uma atividade qualquer ligada à fabricação e comércio de *sulanca*”. Suas mercadorias podem ser vendidas e destinadas a outras cidades e regiões, mas também podem ser comercializados na feira local.

Existe uma pluralidade de agentes que atuam na comercialização e fabricação da *sulanca* na feira. Como é uma feira livre e não existem tantas regras para a mesma, Sá (2015) indica que é possível observar o que está “dando certo” e começar a reproduzi-lo, seja imitando ou aperfeiçoando os negócios dos filhos de feirantes ou de novos feirantes que estejam em busca de seus próprios negócios. Caso não se obtenha sucesso, a feira sempre mostra novas oportunidades para reiniciar o negócio em outro ramo.

A facilidade de começar novos negócios no polo de confecções advém, em certa medida, da informalidade, pois muitas pessoas começam com seus negócios possuindo crédito em lojas de tecidos ou com um pequeno montante de capital. De acordo com dados do Sebrae (2003), no Polo de Confecções do Agreste Pernambucano, o índice de informalidade chega a mais de 90% dos negócios.

Como afirma Sá (2011), a maioria dos comerciantes não possuem formação acadêmica, contudo, os costumes e a troca de aprendizados entre as gerações garantem que a atividade comercial na região perpetue por décadas. É importante ressaltar que um dos traços marcantes

da confecção no interior de Pernambuco é a relação familiar, pois os fabricos<sup>2</sup>, na maioria das vezes, são formados por integrantes da mesma família, ou seja, pais, filhos, tios e sobrinhos que se unem para desenvolver a atividade produtiva, que na maioria das vezes é feita na própria residência dos comerciantes.

Alguns atores locais se destacam na composição da feira da sulanca, como os **confeccionistas** e os **faccionistas**. De acordo com Lira (2011), confeccionistas são pessoas que já possuem algum poder de propriedade, sendo as confecções produzidas em suas residências, fabricos, ou fábricas, de acordo com a denominação dos fabricantes. Essa localização de espaço da produção e suas classificações diferenciadas nas relações entre as pessoas se modificam, e como os confeccionistas têm o poder de propriedade, podem atuar em diferentes etapas da atividade de produção.

Os faccionistas, por sua vez, ajudam na complementação das etapas da produção dos confeccionistas, independentes dos fabricos ou das fábricas. Geralmente atuam nas chamadas facções, muitas vezes localizadas em áreas rurais, e suas contratações são realizadas de forma diária, ou seja, as costureiras ganham pelo dia de trabalho ou pela sua produção (se ela produz mais, ganha mais). Os faccionistas não são associados e não possuem envolvimento com os poderes públicos, agindo e trabalhando de forma mais individualizada e fragilizada. Em tempos de baixa produção, há desfavorecimento dessas classes (LIRA, 2011).

A partir da década de 1990, percebe-se uma busca pela modernização da feira da sulanca. Para Burnett (2014, p.154)

[...] A partir da década de 1990, devido ao seu grande sucesso, tem havido esforços de regulação, formalização e reestruturação das atividades ali estabelecidas pelas instituições oficiais que, a partir da década de 2000, passaram a denominá-la Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco. A criação do Polo, ao mesmo tempo, faz parte das estratégias de marketing dos sulanqueiros, dirigidos pelo Sebrae, para tentar se livrar do estigma que carrega o termo sulanca, significando produto de baixa qualidade, de feira [...].

Esses esforços por modernização geraram mudanças significativas no contexto da feira, que são percebidas de formas diferentes pelos atores

---

2. Fabrico: lugar onde se confeccionam as peças, de caráter informal, com tecnologia adaptada. Para maiores informações, ver Pereira e Vêras de Oliveira (2013).

locais. Acreditamos que a construção do Moda Center Santa Cruz surge desse esforço de modernização da feira da sulanca na cidade de Santa Cruz do Capibaribe. Esse estabelecimento é visto como o polo de confecções mais recente em relação ao Parque das Feiras de Toritama e o Polo Comercial de Caruaru, por ter sido inaugurado no ano de 2006, seguindo um sistema de condomínios no qual os condôminos pagam pelo espaço que compram e se tornam sócios do empreendimento (SÁ, 2015).

A seguir, discutimos a noção de **moderno**, **tradicional** e **híbrido**, e suas repercussões.

## O MODERNO, O TRADICIONAL E O HÍBRIDO

Por modernização compreende-se a perda de importância das características passadas da família e de origem social e a valorização do esforço próprio, além da realização individual a partir dos papéis adquiridos, ou seja, quando há uma valorização de atributos a partir de esforços próprios (HELAL, 2015).

O autor citado acima argumenta que a visão da sociedade e das organizações modernas é a base para a teoria sociológica da modernização, e que os aspectos característicos da modernidade são resultados do processo de industrialização e urbanização. Para Santos (2016), embasada na literatura weberiana, a modernidade pode ser caracterizada por uma forma de agir diferenciada, guiada por um *ethos* ou uma ética muito específica, desviando da visão tradicional. Esse *ethos* está relacionado à noção de ação social.

A ação social pode ser determinada de quatro formas, dentre elas, a **ação racional referente a fins**, que são comportamentos que visam fins específicos, como o sucesso, e a **ação racional referente a valores**, que consiste na crença consciente do valor, seja ela ética, religiosa ou estética (WEBER, 2014). Considera-se, portanto, que a ética moderna se baseia na ação racional referente a fins e a valores, por acreditar que a modernidade está pautada numa forma de agir que visa objetivos externos ao indivíduo.

O *ethos* tradicional, por sua vez, se baseia na ação tradicional e afetiva. De acordo com Weber (2014, p.15), a ação tradicional:

[...] encontra-se por completo no limite e muitas vezes além daquilo que se pode chamar, em geral, ação orientada “pelo sentido”. Pois frequentemente não passa de uma reação surda a estímulos habituais que decorre na direção da atitude arraigada. A grande maioria das ações cotidianas habituais aproxima-se desse tipo, que se inclui na sistemática não apenas como

caso-limite mas também porque a vinculação ao habitual pode ser mantida conscientemente, em diversos grau e sentidos [...]

Portanto, podemos destacar esses traços que criam raízes a partir de costumes e culturas de uma sociedade, de um povo ou de uma comunidade. Santos (2016) ressalta que, apesar de serem válidos para a compreensão da realidade social, a noção de moderno e tradicional, por meio dos tipos ideais weberianos de ação social, não se efetivam na prática, não havendo tipos puros essencialmente modernos e/ou tradicionais. Com isso em vista, a autora se ancora no conceito de hibridação de Canclini (2013) para a compreensão da realidade nordestina e agrestina.

Para Canclini (2013), falar sobre identidade, culturas, diferenças e desigualdades é falar da hibridação, que relaciona o moderno e o tradicional. Essa hibridação pode ajudar a compreender formas particulares de conflitos, geradas a partir da interculturalidade recente em meio à modernização da América Latina (CANCLINI, 2013).

Esse autor define hibridação por “processos socioculturais nos quais estruturas e práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2013, p. 19). Com o resultado de processos migratórios turísticos, econômicos ou comunicacionais, foi possível observar que a hibridação surgiu da criatividade individual e coletiva. A partir desse processo, busca-se reconverter um patrimônio para poder reinseri-lo em condições de produções e de mercado distintas, fazendo surgir os processos híbridos (CANCLINI, 2013).

Canclini (2013) deixa claro que o que importa, de fato, são os processos de hibridações, e que nós podemos entrar e sair da modernidade, bem como entrar e sair da hibridez. Esse conceito permite pensar que a modernidade acontece nos cruzamentos socioculturais, nos quais o moderno e o tradicional se mesclam. A América Latina, assim, é vista como uma articulação complexa de tradições e modernidades, na qual cada lugar concebe várias formas de desenvolvimento (CANCLINI, 2013).

A globalização e a internacionalização dos negócios possuem importante papel nos processos de hibridação, pois promovem heterogeneidades e mesclas culturais translocais. Desse modo, os processos de globalização e os processos híbridos acontecem simultaneamente, promovendo a justaposição (e não substituição) de sistemas de valores nacionais e internacionais, aparentemente antagônicos, fazendo surgir formações sociais e organizacionais fragmentadas e múltiplas (CHU; WOOD JR., 2008).

Apesar de mais evidente nos dias atuais, os processos de internacionalização já acontecem há anos, promovendo processos de hibridação diversos. A própria formação histórica brasileira foi marcada pelo confronto entre a modernização europeia e o sistema patriarcal vigente no Brasil colônia, que gerou processos híbridos muitas vezes excludentes, como a subvalorização dos mulatos, por exemplo (SOUZA, 2000). A formação do Nordeste brasileiro também foi marcada por mesclas entre aquilo que vinha do sul do país (tido como desenvolvido) com aquilo que era tido como atrasado e subdesenvolvido (ALBUQUERQUE JR., 2011), gerando processos particulares e híbridos.

Na região estudada, o Agreste de Pernambuco, a globalização e internacionalização se mostram fundamentais para compreensão dos processos híbridos na atualidade. Algumas características dos processos híbridos existentes na região são discutidas por Almeida Pereira (2017). A autora traz características do perfil empresarial híbrido em um estudo com donos de negócios, realizado em uma das cidades do Polo de Confeccões, Toritama. Caracterizam esses perfis empresariais híbridos os laços sociais e de parentesco com os fabricos e facções do jeans; a existência de adaptações ao maquinário como a construção de “engenhocas”; problemas de ajuste da gestão das empresas em relação à consultoria do SEBRAE; apoio parcial ao padrão moderno com a presença do imprevisto na gestão das atividades informais e trabalhadores sem carteira de trabalho; centralização da gestão e atividades nas mãos do dono; além da confecção de marca genérica com criação de modelos e/ou a cópia dos modelos de roupas e dos lavados (no caso do jeans) (ALMEIDA PEREIRA, 2017).

Pereira e Vêras de Oliveira (2013) também observam, em seu estudo, a existência de várias imbricações no Polo de Confeccões do Agreste, que caracterizam essa realidade híbrida, tais como a dinâmica de sobrevivência e a lógica de acumulação existentes nos negócios; as relações sociais marcadas por conflitos, disputas e concorrências (provenientes de uma lógica racionalizadora) convivendo com relações familiares de cooperação, interações pessoalizadas, laços de amizade (provenientes de redes de solidariedade); práticas visivelmente informais convivendo com as atuais inovações técnicas, organizacionais e de infraestrutura.

Essa dinâmica marcada por hibridismos, existente no Polo de Confeccões do Agreste (que envolve, por exemplo, pensar falsificações a partir de ressignificação dos conceitos de propriedade e indivíduo, que define as regras de produção na chamada globalização popular; pensar nos circuitos dos

*sacoleiros*<sup>3</sup> como principais mecanismos de distribuição; pensar nos insumos e saídas formais e informais como elementos constitutivos da dinâmica produtiva das unidades dessa localidade), aponta para a compreensão de formas de articulação entre diferentes produções e comercializações, ou seja, para outra geografia econômica em movimento e em transformação, onde as hegemonias econômicas e políticas são redesenhadas e onde o desenvolvimento social e cultural é alterado por novas possibilidades de ganhar a vida e por apropriações simbólicas particulares (RABOSSI, 2008).

Essas ressignificações, apropriações e justaposições, entretanto, não são isentas de conflitos. Como afirmam Pereira e Veras de Oliveira (2013), é possível observar que:

[...] processos de diferenciação vêm se estabelecendo, com cada vez mais consequências [...] sabe-se que os ritmos e condições de trabalho não incidem sobre os agentes locais do mesmo jeito, na medida em que a composição social local apresenta já pronunciados, embora fluidos e imbricados, processos de estratificação, a partir de distinções originadas das posições assimétricas ocupadas por: costureiras de diversas especialidades, designers de moda, modelistas, cortadores de tecidos, estampadores e auxiliares diversos de produção, encarregados das atividades de acabamento, donos de fabricos e de fábricas, vendedores e representantes comerciais, donos das lojas atacadistas de tecidos, de aviamentos e de máquinas de costura, entre outros agentes produtivos, comerciais e de serviços. De modo mais pronunciado, vem se estabelecendo uma diferenciação entre, de um lado, os que lutam cotidianamente pela sobrevivência [...] e, de outro lado, os que, em uma linha para além desta (os mais bem-sucedidos), já conseguiram se estabelecer como um micro, pequeno ou médio empresário, passando a orientar-se não mais pela dinâmica da sobrevivência, mas por uma lógica de acumulação.

Importante destacar as condições de trabalho precárias vivenciadas por alguns dos segmentos menos favorecidos que compõem essa dinâmica, como os trabalhadores das lavanderias de beneficiamento de jeans, estudados por Almeida Pereira (2017), que lidam com situações de alta periculosidade, por manusearem produtos químicos na lavagem do jeans, muitas vezes sequer sem proteção mínima.

---

3. Sacoleiros são agentes responsáveis por vender, nos dias de feira, as confecções produzidas nas cidades do Agreste. Eles(as) não possuem bancos, boxes ou lojas fixas, e geralmente carregam grandes sacolas ou carrinhos de mão com a mercadoria a ser comercializada.

Essas diferenciações e estratificações estabelecidas entre os agentes que compõem o cenário do Polo de Confeções do Agreste têm se tornado cada vez mais profundas a partir de ações modernizadoras, por vezes impostas sem considerar a cultura local, e se apresentam mais duras para os trabalhadores feirantes. Sobre esse ponto, Vêras de Oliveira (2013) afirma que as ações de modernização, sobretudo a criação de *shopping centers* de vestuário, que visam reestruturar, reorganizar e disciplinar a feira, são legitimadas socialmente pelo discurso racional-moderno. Entretanto, tais ações submetem o feirante a rigoroso recadastramento, e a ação permanente de fiscalização e controle de seus espaços, gerando tensões.

A seguir, os procedimentos e resultados da pesquisa serão detalhados.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Esta pesquisa é de abordagem qualitativa e de caráter exploratório, pois busca se debruçar sobre um fenômeno que tem sido pouco abordado pela literatura de administração, nomeadamente, as imbricações entre modernidade e tradição nas atividades de confeções desenvolvidas no contexto periférico do Agreste de Pernambuco.

Foram realizadas entrevistas com pessoas que possuem, atualmente, empreendimentos de confeções no Moda Center Santa Cruz, mas que trabalharam ou obtiveram algum banco de feira nas ruas de Santa Cruz do Capibaribe antes da criação do centro de compras. Desse modo, para obter as respostas necessárias ao problema de pesquisa proposto, fizemos uso de entrevistas individuais semi-estruturadas (GIL, 2002) com 11 donos de boxes do Moda Center Santa Cruz, entre os meses de março e maio de 2017. As entrevistas ocorreram nas respectivas casas dos entrevistados, e tiveram durações diversas, entre onze e trinta e cinco minutos.

Para a análise de conteúdo, utilizamos a abordagem de Bardin (2011), construindo categorias a partir do tratamento das entrevistas transcritas. As categorias foram: Perfil dos entrevistados; Caracterização da antiga feira de rua; Dinâmica do Moda Center Santa Cruz; Percepção sobre o Moda Center Santa Cruz; Modernização no Moda Center Santa Cruz; Elementos tradicionais persistentes.

## **PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

Foram entrevistados 7 (sete) homens e 4 (quatro) mulheres com idade entre 33 (trinta e três) e 70 (setenta) anos. Em relação à idade que

começaram a confeccionar, obteve-se uma variação de 10 (dez) e 24 (vinte e quatro) anos, muitas vezes por necessidade, fazendo roupas para si mesmo, ou para os filhos, e geralmente copiando de alguém que já confeccionava, como é possível observar nas falas a seguir:

Como eu era um pouco curiosa em relação à costura ai minha mãe tinha prima que fazia roupas boas e davam pra gente, ai eu pegava o vestido, recortava e ajustava pra o meu corpo, foi por ai que a gente começou, que começou a despertar em mim esse interesse de trabalhar. [sic] (Entrevistado 7)

Porque eu já estava grávida do meu segundo filho, e não tinha como eu trabalhar fora, ai a minha sogra que já era costureira e já fabricava, ela me ensinou a costurar e ai eu comecei. [sic] (Entrevistada 9)

No que se refere ao nível do grau de escolaridade, 9 (nove) entrevistados possuem ensino médio completo, 01 (uma) entrevistada possui médio incompleto, 01 (uma) entrevistada possui fundamental incompleto, e nenhum entrevistado possui algum nível superior. Como mencionado pela Entrevistada 2, os comerciantes locais não veem a formação escolar formal (principalmente a superior) como um critério para se atuar na atividade de comércio: “E quem puder estudar, estude e quem não, vá pra feira de Santa Cruz, arrume um banco e vá pra feira”. (Entrevistada 2)

Em relação ao perfil profissional, quatro (4) se consideraram faccionistas, quatro (4) confeccionistas, dois (2) consignados, e um (1) trabalha na administração do Moda Center Santa Cruz. É possível perceber, através das falas dos entrevistados, que os faccionistas ajudam na complementação das etapas de produção dos confeccionistas e utilizam como principal mão de obra as costureiras, que podem estar localizadas em zonas rurais ou nas cidade das fábricas, e podem ser remuneradas por dia de trabalho ou por peça produzida (LIRA, 2011).

Alguns faccionistas entregam a mercadoria pronta para a pessoa que pediu para fabricar suas peças, ou então realizam a costura e tiram as pontas de linha da peça e da parte do acabamento. Para ver a qualidade das peças, os confeccionistas as trazem de volta para suas casas e/ou fábricas e junto às pessoas que trabalham consigo, avaliam as peças. Caso haja um defeito ou problema, a peça volta para a facção, para que o erro seja consertado. Parte da finalização das peças, como dobrar, embolsar e etiquetar, é feita pelos confeccionistas.

Nos casos dos confeccionistas, as principais atividades observadas entre os entrevistados foram: a compra de tecido, a modelagem das peças, o corte do tecido, a costura, o acabamento das peças, a embalagem, o estoque, a separação dos produtos para destinar aos seus respectivos pontos de venda, a arrumação dos boxes e/ou lojas. Em alguns fabricos, geralmente os que são familiares, é comum que não haja a divisão de tarefas, ficando a cargo do próprio confeccionista e seus filhos realizarem todas as atividades. Já entre os confeccionistas que possuem fábricas, existe a divisão de tarefas ao longo de toda a cadeia produtiva, tendo como etapa final a embalagem, que é quando a mercadoria é separada para as feiras e levada para os boxes, para ser disposta em manequins e guardada com as demais, no caso do Moda Center Santa Cruz. É o caso do Entrevistado 5, dono de uma fábrica com vários funcionários que, por meio de divisão de tarefas, como a compra do tecido, a costura, o corte e embalagem, segmentou a confecção dos produtos em setores como o de estoque, produção, acabamento e vendas. Esse último setor destina as peças para suas respectivas lojas.

É importante destacar que a maioria dos entrevistados nesta pesquisa são donos de negócios, seja atuando como confeccionistas e/ou faccionistas. Ou seja, eles possuem uma compreensão muito específica sobre o Moda Center Santa Cruz, que se diferencia da percepção de outros atores que também atuam no Polo de Confecções do Agreste, como as costureiras e encarregados de acabamentos que atuam em facções, cujas condições de trabalho são, por vezes, mais precárias, como abordam os trabalhos de Pereira e Vêras de Oliveira (2013) e Almeida Pereira (2017).

Foram identificadas no perfil dos atores locais, a partir das entrevistas, pessoas que trabalham como consignados, como podemos ver na fala abaixo.

Algun fabricante vai ceder a mercadoria pra você por um tempo e você quando chegar ao final daquele tempo, você vai prestar conta com ele só do que vendeu, o que você não vendeu, você devolve pra ele ou então se fizerem um novo acordo, continua com a mercadoria mais um tempo que possa vender novamente e prestar conta. Esse tipo de confiança nesse caso parte principalmente de duas pessoas que tem uma amizade ou então pelo menos por uma boa relação ou até a confiança do fabricante no caso se não tiver uma relação próxima, começa com uma quantidade pequena de mercadoria e quem pegar presta conta toda vez ao final do prazo de tudo que vendeu sem ficar deixando pra prestar conta de tudo mais um tempo

a frente. No caso é, terminou o prazo, prestar conta sem ficar prestando conta tipo pela metade ou só de alguma parte [...] *[sic]* (Entrevistado 10).

Não encontramos na literatura autores que discutissem sobre o perfil consignado. Entretanto, podemos encontra-los no Moda Center Santa Cruz, como é evidenciado em campo. Podem ser pessoas que trabalham nos boxes ou em lojas que vendem em varejo ou atacado e apenas pagam ao confeccionista no final da feira, quando recebem o dinheiro dos clientes e acabam acertando com quem forneceu a mercadoria. Em relação ao consignado, não foi possível encontrar pessoas que antes trabalhassem na feira de rua, pois o retorno financeiro na antiga feira de rua era muito pouco, e essa atividade existia em menor número, de acordo com os entrevistados. Geralmente, essa atividade é uma renda extra, e além disso, na relação de negócios entre consignados e confeccionistas, é possível perceber que a confiança é fundamental, já que eles têm que confiar bastante na palavra um do outro.

A partir das informações levantadas, consideramos que a atividade do consignado surge a partir da tentativa de modernização da feira da sulanca. Entretanto, dada a sua relação de confiança com os confeccionistas, não é possível dizer que sua ação é moderna, pois carrega consigo velhos hábitos feirantes. Logo, entendemos que o consignado é uma figura híbrida que compõe o espaço também híbrido do Moda Center Santa Cruz, espaço que será melhor caracterizado adiante.

Os entrevistados mencionaram ainda os motivos pelos quais trabalharam na feira, nos mostrando as diversas motivações que os levaram até ali. No caso do Entrevistado 3, ele menciona o trabalho da feira como uma “sobra” para quem não concluiu os estudos:

[...] por falta de opção porque estudei pouco, não foi por falta de incentivos porque eu tenho mais três irmãos e todos três hoje são formados em professores, com curso superior [...] meus pais incentivavam muito, mas eu que não queria e optei por fabricar, e hoje eu me arrependo de só ter perdido pra o comercio e não ter estudado. *[sic]* (Entrevistado 3)

A partir da fala desse entrevistado, é possível observar mais uma vez a desvinculação existente entre estudos formais e a atividade com confecções, conforme apontado no início dessa discussão. Em relação à fala do Entrevistado 8, é possível perceber a presença dessa atividade desde criança na vida dos feirantes:

Porque como eu fui desde criança criado nesse trabalho, não vi outra opção para mim. E acho até que no polo da gente aqui, essa confecção é o primeiro lugar. Já tive, mas hoje não, pois não me acho capacitado para outra área. Não entendo muito, então nem arrisco. [sic] (Entrevistado 8)

Conforme já mencionado por Sá (2011), os costumes e a troca de aprendizados entre as gerações proporcionam que a atividade comercial perdure por décadas na região, como o caso do Entrevistado 8, que enfatiza que sempre foi criado nesse meio. Visto que os indivíduos têm seu primeiro contato com a confecção já bem cedo, como citado acima, as crianças acabam crescendo dentro de um contexto de confecções, vendo seus pais trabalhando nos negócios e, dessa forma, obtendo incentivos com os negócios da família, ou mesmo sendo induzidas a abrir seu próprio negócio já na adolescência (COSTA, 2012).

Tal fato fica claro também na fala da Entrevistada 7:

[...] eu comecei já a ter interesse pela costura quando criança ainda morando no sítio, minha tia começou aqui comprando retalhos para fazer coberta, ela ia para o sul com o esposo e vendia lá, então eu comecei emendando tirinha de tecidos e fazendo cobertas. Com o passar do tempo ela comprou retalhos maiores, e começou a fazer shortzinho com emenda já pra fazer pra vender porque era uma situação muito diferente do contexto que se vive hoje, eram pessoas bastante carentes as pessoas que compravam esse produto e as pessoas que também produziam, que tinham um poder aquisitivo pequeno que não se tinha a condição de comprar bem o tecido, isso foi bem no início. [sic] (Entrevistado 7)

Nessa fala, é possível observar a origem rural da feira, discutida por Burnett (2014) e Xavier (2006). Na fala da Entrevistada 5, é possível observar como se deu a origem da *sulanca*, em termos dos produtos elaborados à época: “Depois eu entrei na confecção que fui começar como propriamente se diz, *sulanca*, que é nossa confecção, fazendo as milongas que eram os calçãozinho emendado [risos]”. [sic] (Entrevistado 5)

Burnett (2014) denomina *sulanca* todo produto genérico que se fabricava na região do Agreste, aos quais a entrevistada se refere como “milongas”, peças costuradas a partir de vários retalhos para serem vendidas nas feiras de rua.

Na próxima seção, discutiremos melhor a transição da feira para o Moda Center Santa Cruz, e sua dinâmica atual.

## A FEIRA DE RUA E O MODA CENTER SANTA CRUZ

Como discutido até o momento, a feira de rua era a principal atividade dos atores que atualmente trabalham no Moda Center Santa Cruz. Os confeccionistas e faccionistas, de forma geral, caracterizaram a antiga feira de rua negativamente no que diz respeito à infraestrutura, condições físicas, ao ambiente, à alimentação etc. De acordo com as entrevistas:

Hum, é [riso] na realidade eu gostava e eu acho que foi bom ter passado, era muito difícil, porque aqui a gente não tinha as mínimas condições para trabalhar, você não tinha um banheiro, é [...] era céu aberto você trabalhava com chuva e sol, tinha o risco de ser assaltado, resumindo era um caos, mas assim, foi aonde eu comecei e acredito que foi como uma escola muito boa, pra mim como comerciante. [sic] (Entrevistado 4)

A questão da segurança, questão de banheiro, questão de alimentação que não tinha. Não tinha um negócio organizado como tem no Moda Center. Hoje eu sofro isso em Caruaru, porque Caruaru é totalmente desorganizado comparado com aqui. Questão de estacionamento, não tinha, a questão dos carroceiros serem todos cadastrados que não tinha antes, e querendo ou não, não deixa de ser uma segurança a mais pra gente. E até o conforto pros clientes que vem de fora, pros motoristas dos ônibus a agonia que era antes dentro dessa cidade quando chegava a época das feiras boas, aí hoje tem um estacionamento daquele tamanho, hotel ali do lado pros clientes. Tudo isso beneficiou para cidade. O que era ruim também era o espaço pro pessoal andar, o espaço pros carroceiros, aquelas ruas e calçamento irregular. Digo isso porque vejo em Caruaru o sofrimento, você vê aquelas senhorinhas puxando aqueles carrinhos, um piso com um palmo, outro no chão e aquela desorganização toda. [sic] (Entrevistado 8)

Nas falas, o descontentamento com a feira de rua é comum entre os entrevistados, mas o Entrevistado 4 não esquece de mencionar as suas origens enquanto comerciante, frisando a importância da feira para seu desenvolvimento. Como mencionado por Sá (2011), a feira aparece como uma origem comum aos comerciantes do Agreste das confecções. Sendo assim, mesmo que o Moda Center Santa Cruz tenha melhorado as condições do comércio de confecções na cidade, de acordo com os entrevistados, em algum momento, todos os atores locais passaram pela vital experiência da feira de rua, e por isso a valorizam.

No caso do Entrevistado 8, além dele ter boxe no Moda Center Santa Cruz, ele ainda trabalha na feira de Caruaru e menciona a desorganização da mesma, comparando-a com o Moda Center Santa Cruz. Observa-se, portanto, que a feira da sulanca possui dinâmicas diferentes nas diferentes cidades onde acontece, apesar da similaridade dos produtos e dos compradores.

Os Entrevistados 4, 6 e 8 reclamam das condições de higiene da feira, sendo ela muito pouca, tanto para os feirantes como para os compradores. Também mencionam a interferência das condições climáticas, a falta de segurança e a ausência de estacionamentos.

Houve divergência no que diz respeito ao sucesso do Moda Center Santa Cruz: alguns acreditaram no empreendimento, outros não. Vejamos a fala a seguir:

Eu não acreditava no Moda Center, porque todos os dias eu passava por lá e só via uma pessoa só trabalhando, então como era que ia se construir o Moda Center com um funcionário. Por isso que não comprei no início que custava, se eu não me engano, mil e quinhentos reais, aí eu não comprei, comprei mais caro por cinco mil reais. Hoje se eu pudesse, eu investiria. [sic] (Entrevistado 3)

Logo, percebe-se que não existiam certezas sobre o Moda Center Santa Cruz, e que investir naquele local era um risco para os feirantes. Entretanto, com o tempo, o discurso de modernização do empreendimento trouxe certa legitimação social para sua inserção na cidade (VÉRAS DE OLIVEIRA, 2013). Como informado pelo Entrevistado 5, uma instituição essencialmente moderna, o Banco do Brasil, promoveu facilidades para a obtenção de boxes e lojas, a partir de financiamentos. Dessa forma, o banco abriu oportunidades para quem quisesse comprar mais de um boxe ou lojas. Mesmo aqueles que não adquiriram nenhum tipo de boxe ou loja tiveram que mudar-se para o antigo poeirão, atualmente chamado de calçadão Miguel Arraes, que fica localizado atrás do Moda Center Santa Cruz e tem as mesmas condições de infraestrutura que a feira de rua de outrora.

O Entrevistado 8 menciona a valorização dos boxes, lojas e restaurantes do Moda Center Santa Cruz, que se deu com o passar do tempo. Enquanto na época do lançamento um boxe custava quinhentos reais (R\$500,00), no ano de dois mil e catorze (2014) o valor aumentou para quase noventa mil reais (R\$90.000,00), segundo o entrevistado.

Para caracterizar a dinâmica do Moda Center, vários fatores, mencionados pelos entrevistados, nos ajudam a compreender esse espaço. Em primeiro lugar, os condôminos do Moda Center Santa Cruz, ou seja, todos aqueles que possuem loja ou boxe dentro do empreendimento, pagam taxas por ele e precisam participar das reuniões de condomínio e opinar sobre os assuntos tratados nas mesmas. Apesar disso, muitos não participam das reuniões, como diz o Entrevistado 5:

As reuniões precisavam ter muito mais pessoas, porque foi como eu falei no início, eles não dão valor ao que é seu, se a gente quisesse era pra tá melhor ainda, se todo mundo unisse mesmo, o Moda Center hoje estaria melhor do que é, porque ele já é muito bom, mas estaria melhor do que é. [sic] (Entrevistado 5)

Um dos pontos recorrentemente mencionados pelos condôminos do Moda Center Santa Cruz é a importância da aprendizagem oral de geração para geração, bem como a confiança entre feirante e cliente e também entre os próprios feirantes, ou seja, a existência de laços de amizade entre eles – questões já destacadas por Pereira e Vêras de Oliveira (2013).

Em relação à confiança entre os feirantes, e entre feirante e cliente, é possível observar os seguintes relatos:

Outro ponto importante que tem na feira lá, no calçadão, é que você esquece uma mercadoria no banco e você não acerta a rua e o boxe de volta, então você não acha mais. Ai o dono do boxe vai lá anuncia [sic] a freguesa que comprou tantas peças, diz o tipo da peça, por favor compareça aqui na rua tal, setor tal [...] venha buscar sua mercadoria que está aqui guardada. Isso é muito importante pra o freguês que vem comprar aqui, que vem de fora, a confiança que tem né? [sic] (Entrevistado 1)

[na feira] Tinha aquela questão da honestidade, eu tinha muito cliente de caderno, não era cliente de cheque, era cliente de caderno. Chegava, comprava com oito dias ‘olha de hoje a oito eu venho e passo, quando não vim de oito venho de quinze’. Nesse período, eles vinham pagavam e compravam mais, eles eram certos. Aquela questão, a palavra que valia mais do que o dinheiro, né o pessoal tinha aquela confiança. [...] Hoje eu encontrei com cliente em Caruaru de Nazaré da Mata. Eles eram clientes de mamãe desde os anos 80 e comprava no caderno, era o pessoal de Nazaré da Mata muito certo e hoje encontro elas em Caruaru. [sic] (Entrevistado 3)

[...] porque eu te dou um documento, que um cheque é documento, né? E ele volta. Na cadernetinha quem vai cumprir? Se no cheque tá ali a tua assinatura, teus dados, cadernetinha não tem [...]. Luisa você me deve, como eu vou provar que você me deve? E naquele tempo as pessoas tinham confiança e eram mais sérias. [sic] (Entrevistado 3)

Apesar dessa confiança ainda existir no Moda Center em relação a quem compra e quem vende, nas falas é possível perceber que antigamente ela era mais forte no contexto da feira de rua, e que hoje se dá mais valor ao documento, que no caso é o cheque, do que às simples anotações em um caderno.

Em relação à aprendizagem da atividade de comércio, alguns autores mencionam a importância dos predecessores que ajudaram as novas gerações a seguirem o mesmo caminho das gerações passadas, como Costa (2012) e Sá (2011) já discutiram. É possível observar essa questão na fala da Entrevistada 2: “Santa Cruz é assim, é uma coisa que vem assim, passando de mãe, de pais pra filhos, de filhos para os netos né?” [sic]. As relações de amizade existentes entre os feirantes no Moda Center ficam claras na seguinte fala: “na semana que eu não vou o pessoal fica preocupado porque eu não to lá, não é nem os clientes, é o pessoal do boxezinho do meu”. [sic] (Entrevistado 1)

O Moda Center Santa Cruz é atualmente percebido de forma positiva, contrastando com a visão que os feirantes possuíam sobre a feira de rua, como é possível observar nos depoimentos a seguir:

Segurança, praça de alimentação, banheiro, área coberta, sem falar que deu uma visibilidade, teve como a gente dar uma visibilidade pra marca. O Moda Center ficou muito conhecido e hoje é conhecido no Brasil inteiro e aumentou muito a quantidade de fluxos de clientes, com relação de quando era aqui no centro. Paralelamente a isso nós crescemos juntos com o Moda Center. Começamos a divulgar a marca e tornar ela mais conhecida. O Moda Center hoje, não só pra nossa cidade, é um orgulho, mas como é um orgulho pra região, não só pra o polo de confecção mas pra Pernambuco. Eu viajo muito pra São Paulo, Fortaleza e não vejo em canto nenhum empreendimento desse porte. O Moda Center hoje é modelo pra o Brasil inteiro. [sic] (Entrevistado 4)

Eu achava desconfortante e de certa forma humilhante porque eu sentia um desprezo, uma falta de respeito e consideração da classe política para com os trabalhadores porque você estava ali sentada em cima de um banco no plástico quente cozinhando seu juízo, quando chovia derramava água, você tinha que tá tirando seu material das laterais onde tava exposto pra

não molhar, quando chovia você levava chuva, quando fazia sol cozinhava seu juízo e muitas vezes a gente até perdia produto porque caía na lama e depois não prestava mais. Foi mais ou menos isso a minha experiência eu considero isso. [sic] (Entrevistado 7)

A questão do reconhecimento do Moda Center no território brasileiro e internacional e a sua proporção, considerada maior que outros polos de compras em outras cidades reconhecidas como São Paulo e Fortaleza, é algo que se apresenta recorrentemente nas falas dos entrevistados, bem como o fato de todas as classes sociais serem beneficiadas com o Moda Center – afirmação que pode ser problematizada, tendo em vista as diferentes condições de trabalho existentes entre os diferentes atores locais, como discutido por Pereira e Vêras de Oliveira (2013). Além disso, os atores locais se sentem orgulhosos e parecem ter satisfação em trabalhar no Moda Center com a sua marca, dadas essas vantagens que o local oferece.

Em relação à fala da Entrevistada 7, é interessante notar que ela utiliza o termo humilhação para designar as condições das pessoas que trabalhavam na antiga feira de rua, pois ela observava o desprezo e desconsideração do poder público com a população que trabalhava naquele local. Aparentemente, esse desprezo e desconsideração com os trabalhadores não ocorre mais no Moda Center, de acordo com sua fala. Ainda na fala da Entrevistada 7, é possível observar o recurso à fé cristã, recorrente também nas falas de outros entrevistados, que evidencia, em certa medida, o sistema de crenças que se faz presente para muitos dos feirantes que se encontram no Moda Center Santa Cruz.

Por meio das falas dos entrevistados, é possível observar a importância dada pelos atores locais a essa nova estrutura comercial, o Moda Center Santa Cruz, por valorizar os produtos ali comercializados. Essa valorização faz com que os clientes atribuam maior importância à qualidade do produto, e não ao baixo preço, como, segundo os entrevistados, era comum na feira de rua.

Esse movimento de valorização dos produtos comercializados pelos antigos feirantes está em consonância com o aumento pela busca de qualidade e outras questões modernas que vem sendo inseridas na lógica de comercialização de confecções, conforme discute Pereira e Vêras de Oliveira (2013), Vêras de Oliveira (2013) e Almeida-Pereira (2017), desenvolvendo uma dinâmica formal-informal sem precedentes no Agreste das Confecções.

Mesmo com essa ascensão da busca por qualidade, entendida aqui como um elemento moderno proporcionado com o Moda Center Santa Cruz,

ainda existem alguns preconceitos em relação às peças do empreendimento em questão. Isso fica claro na fala a seguir:

Eu fui uma vez pra o Ceará e uma sacoleira, eu conversando com ela lá, ela disse: olhe eu vendo essa mercadoria de lá de Santa Cruz, só que eu digo ao pessoal daqui que é de Fortaleza e São Paulo porque eles pensam que em Santa Cruz não tem nada que preste e a gente tem que tirar isso da cabeça do povo, eles pensam que aqui é tudo de graça, que só tem essas coisas rasgada, que só tem produto de baixa qualidade e a gente tem que mostrar que Santa Cruz hoje tem um produto de alta qualidade, existe as coisas popular que tem, como em São Paulo, como existe em Goiânia, Fortaleza, qualquer lugar de qualquer região, mas hoje Santa Cruz, Toritama, Caruaru, o polo em si tem um produto pra brigar de igual pra igual com qualquer produto do Brasil. [sic] (Entrevistado 4)

Portanto, compreendemos que mesmo que noções modernas estejam ganhando espaço na forma de comercialização dos produtos, essa modernização ainda é repleta de contradições, dada a origem social, histórica e cultural do comércio na região de Santa Cruz do Capibaribe e do Agreste de Pernambuco em geral. Esse preconceito em relação aos produtos comercializados no Moda Center, um espaço aparentemente moderno, dada sua infraestrutura, é um bom exemplo dessas contradições modernas.

Outro ponto entendido como um elemento moderno na dinâmica do Moda Center Santa Cruz diz respeito ao atendimento aos clientes. A estrutura do empreendimento permite um melhor atendimento, conforme menciona o Entrevistado 7: “O conforto que a gente também pode oferecer para o cliente que vem naquele sol quente entra lá, escolhe seu produto em lugar confortável, isso pra mim é satisfatório” [sic] (Entrevistado 7).

Ainda sobre essa questão, existe uma compreensão sobre a necessidade de divulgação dos produtos para aumento de cartela de clientes, mas também da importância de levar os clientes até o local onde o produto é comercializado, tal como reforçam princípios do marketing, como observado na fala a seguir:

A casa tá arrumada como se diz, só que a gente tem que divulgar pra conquistar novos clientes, até porque hoje, a ferramenta, o celular, o *whatsapp* eu acredito que tá tirando muitos clientes pela comodidade, o pessoal não quer mais viajar, eles fazem o pedido pelo celular e manda pela transportadora

e ele compra na comodidade do sofá, do seu escritório, da sua loja e não precisa se arriscar. [sic] (Entrevistado 4)

Ao mencionar o aplicativo *whatsapp*, o entrevistado menciona mais uma contradição da modernidade: uma tecnologia que traz benefícios para estreitar a relação entre o comerciante e o cliente, mas ao mesmo tempo pode distanciá-los, dado que a interação presencial é fundamental para os comerciantes manterem seus clientes.

Em relação aos pontos a serem melhorados, de acordo com os condôminos entrevistados, destacam-se a falta de transparências em relação ao destino dado ao dinheiro pago pelos condôminos à administração (Entrevistado 3), e o marketing do Moda Center, que poderia melhorar a divulgação (Entrevistados 4 e 7). Também foi possível observar em uma das falas dos entrevistados que os condôminos não participam ativamente das assembleias e reuniões, o que dificulta a tomada de decisões para a administração do Moda Center Santa Cruz. Para o Entrevistado 5, se cada uma fizesse a sua parte participando mais e mencionando suas opiniões acerca das aprovações dos projetos, a situação do Moda Center Santa Cruz poderia melhorar.

Na próxima seção, abordaremos especificamente os fatores modernos e tradicionais que compõem o Moda Center Santa Cruz e os aspectos que o caracterizam como um espaço híbrido.

## **O MODERNO, O TRADICIONAL E O HÍBRIDO NO MODA CENTER SANTA CRUZ**

Ao longo da discussão empreendida até aqui, percebemos a existência de diversos fatores modernos existentes no Moda Center Santa Cruz que o diferenciam da feira de rua, onde os comerciantes entrevistados (exceto os consignados) desenvolviam suas atividades. Os entrevistados mencionaram as questões referentes à infraestrutura do empreendimento (que envolve estacionamento, banheiros etc.), melhor atendimento ao cliente, qualidade dos produtos, uso de tecnologias para divulgar produtos e ampliar cartela de clientes, necessidade de uso do documento cheque, em vez do caderno, e o reconhecimento proporcionado pelo Moda Center em outros estados e países, ou seja, uma importância dada à internacionalização.

De acordo com a discussão teórica empreendida na primeira parte deste trabalho, entendemos por moderno aquilo que é realizado visando fins e objetivos, conforme o conceito de Weber (2014) sobre ação racional com base em fins e com base em valores. Os entrevistados, em sua maioria, são

os próprios donos de negócios, que já incorporaram um *ethos* racional, ou seja, seus comportamentos são orientados por um mundo exterior, buscando condições ou meios para desenvolverem seus próprios fins, como o sucesso.

Entretanto, percebemos também vários elementos tradicionais que compõem as relações existentes no Moda Center Santa Cruz. Nas entrevistas, foram relatados, por exemplo, a aprendizagem oral entre gerações e os laços de amizade existentes entre os donos de boxes. Desse modo, é possível perceber que o aprendizado das pessoas ainda se dá a partir de conhecimentos tradicionais vindos de pessoas próximas ou de familiares, aprendidos por meio de observação e de tentativas e erros, mantendo e reproduzindo costumes e crenças locais, conforme abordado por Sá (2011).

Compreendemos os elementos tradicionais a partir do conceito de Weber (2014) de ação social tradicional, caracterizados por costumes arraigados e repassados por transições entre gerações. Tais costumes têm como pressuposto as relações comunitárias, familiares e afetivas, que permitem a manutenção dos mesmos. Nesse caso, em relação aos laços de amizade entre os donos dos boxes, é possível perceber uma relação afetiva entre ambos, que muitas vezes compartilham suas experiências de vida e também passam várias horas juntos.

Apesar de Helal (2015) dizer que a modernização é compreendida por seus teóricos como a perda da importância das características passadas da família e de origem social, prevalecendo assim uma valorização de atributos a partir do esforço próprio, no caso do Moda Center Santa Cruz, a modernização existe em vários aspectos, mas as características da origem social da feira não se dissiparam e ainda ditam muitas das regras da dinâmica do comércio ali estabelecida, como é o caso da confiança entre confeccionistas e consignados, e entre comerciantes e clientes.

Portanto, observando esses elementos tradicionais existentes, mantidos mesmo em meio à ascensão dos elementos modernos observados, podemos entender como se produzem as hibridações e caracterizar o Moda Center Santa Cruz como um espaço híbrido, no qual processos híbridos se desenrolam, permeados de conflitos e relações de poder desiguais entre os diferentes agentes que o constituem.

A venda realizada pelos consignados é uma interessante faceta desse hibridismo, visto que tal agente utiliza o espaço do Moda Center Santa Cruz e se volta aos consumidores daquele espaço, mas trabalha como uma espécie de “sacoleiro”, característico da feira da sulanca (RABOSSI, 2008), distribuindo o produto feito por outra pessoa, o confeccionista, com quem mantém relações de amizade.

A desvinculação existente entre educação formal e as atividades de confecções também parecem ser um exemplo do hibridismo encontrado nesse contexto, visto que em um contexto moderno, a capacitação formal é primordial para o desenvolvimento profissional, o que não acontece no Polo de Confecções do Agreste. Pelo contrário, há forte crescimento da atividade de confecções desenvolvida na região, com crescimentos econômicos significativos (principalmente para os donos dos seus próprios negócios), mas sem exigência de educação ou capacitação formal. Pereira e Vêras de Oliveira (2013) trazem uma discussão interessante sobre essa realidade, ao demonstrarem a ação do SENAI, que capacita costureiras através de cursos. Essas profissionais, entretanto, não são absorvidas pelo Polo de Confecções, uma vez que a prática de costura desenvolvida nesse contexto é diferente daquela ensinada nas capacitações.

A relação formal-informal/legal-ilegal, discutida por Rabossi (2008) também merece destaque. O processo produtivo pelo qual o produto passa até chegar a ser comercializado no Moda Center Santa Cruz passa por diferentes etapas e pelas mãos de diversos trabalhadores locais, que atuam em diferentes contextos de trabalho, considerados formais ou informais, legais ou ilegais pela lente racional/moderna. Entretanto, a noção de propriedade, conforme discute Rabossi (2008), é ressignificada em contextos onde ocorrem dinâmicas econômicas alternativas (em partes) à hegemônica, e a informalidade acaba tendo novos sentidos para os agentes locais, conforme discute Almeida Pereira (2017).

Apesar de ser um espaço com a proposta moderna dos *shopping centers*, característico dos processos de globalização, a dinâmica interna de organização do Moda Center também pode ser vista como um processo híbrido, tendo em vista que os condôminos não participam da tomada de decisões, apresentando uma característica presente no contexto agrestino, nomeadamente, pouco associativismo e participação coletiva. Desse modo, percebe-se que os processos de globalização caminham em paralelo aos processos híbridos, como afirmam Chu e Wood Jr. (2008).

Por fim, cabe destacar como esses processos possuem sentidos diversos, a depender do agente em questão e sua respectiva posição social. Os entrevistados da presente pesquisa foram, em sua maioria, donos dos seus negócios, que veem de forma positiva as mudanças advindas com a modernização que o Moda Center promoveu sobre a dinâmica comercial da cidade de Santa Cruz do Capibaribe.

Entretanto, como discutido por Pereira e Vêras de Oliveira (2013), existem estratificações entre os agentes atuantes no contexto do Polo de

Confecções do Agreste. Os donos dos seus negócios que atuam no Moda Center Santa Cruz estão, sem dúvidas, numa posição privilegiada nessa estratificação socialmente estabelecida. Eles incorporam mais facilmente o discurso moderno e o reproduzem, vendo na modernização uma espécie de salvação para os problemas locais. Entretanto, cabe questionar: quais os impactos do advento de espaços como o Moda Center Santa Cruz para outros agentes locais com menor prestígio social?

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir da discussão empreendida neste trabalho, podemos afirmar que apesar de compreendermos o Moda Center Santa Cruz como um resultado da busca por modernização da feira da sulanca na cidade de Santa Cruz do Capibaribe, as rotinas de trabalho ali desenvolvidas mostram elementos tradicionais fortemente arraigados no comércio de confecções da antiga feira de rua, o que nos leva a entender o Moda Center como espaço híbrido. Por ser híbrido, nesse espaço se desenvolvem práticas modernas, mas também tradicionais, gerando formas de atuação próprias dos agentes que ali atuam.

Como elementos modernos, foi possível observar os incrementos na infraestrutura do local (que envolve estacionamento, banheiros etc.), a busca por melhor atendimento ao cliente e por qualidade dos produtos, o uso de tecnologias para divulgar produtos e ampliar cartela de clientes, necessidade de uso do documento cheque, em vez no caderno, e a importância dada à internacionalização do Moda Center Santa Cruz e ao fato de a atividade comercial da cidade poder concorrer em igualdade com outros polos de confecções no país. Como elementos tradicionais foram observados, por exemplo, recursos como a fé cristã que evidenciam, em certa medida, o sistema de crenças que se faz presente para muitos dos feirantes que se encontram no Moda Center Santa Cruz, a aprendizagem oral entre gerações, os laços de amizade existentes entre os donos de boxes, bem como a importância do elemento “confiança”, que é a base da relação entre consignados e confeccionistas, por exemplo.

A partir disso, foi possível discutir a figura do consignado, a desvinculação existente entre educação formal e as atividades de confecções, a dinâmica formal-informal/legal-ilegal existente no processo produtivo dos bens comercializados no Moda Center Santa Cruz, bem como a organização do estabelecimento sem participação ativa dos condôminos, como alguns dos processos híbridos que mais se destacaram no desenvolvimento

da pesquisa, por mesclar elementos globais e locais, criando dinâmicas próprias do contexto estudado.

Por fim, é importante destacar que nesta pesquisa, nos voltamos para a percepção dos donos dos seus negócios e percebemos que no contexto do Polo de Confeccões, mais especificamente no Moda Center Santa Cruz, o discurso moderno é incorporado por esses agentes. Entretanto, na prática dos negócios, processos híbridos surgem, dada a necessidade de adaptação à modernização. Estudos que se voltem à realidade de agentes em posições diferentes nessa dinâmica social podem apontar para outros processos híbridos relevantes existentes no Polo de Confeccões do Agreste. Nesse sentido, como sugestão para futuras pesquisas, propomos estudos a partir das vozes de outros agentes que compõem o Polo de Confeccões do Agreste e que ocupem posições diferenciadas, como trabalhadores de facções, de lavanderias, costureiras, vendedores do Calçadão Miguel Arraes etc., a fim de entender os processos híbridos sob outra perspectiva.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JR., D. M. *A Invenção do Nordeste e Outras Artes*. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

ALMEIDA-PEREIRA, A. M. B. *Dinâmica formal-informal em lavanderias de jeans e suas implicações nas relações de trabalho*. Trabalho apresentado como requisito parcial para aprovação no curso de Doutorado em Administração, Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BURNETT, A. O “ponto de mutação” da Sulanca no Agreste de Pernambuco. *História Oral*, v.17, n.2, p. 153-171, 2014.

CAMPELLO, G. M. C. *A atividade de confeccões e a produção do espaço em Santa Cruz do Capibaribe*. 1983. Trabalho apresentado como requisito parcial para aprovação no curso de Mestrado em Geografia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1983.

CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

CHU, R. A.; WOOD JR. T. Cultura organizacional brasileira pós-globalização: global ou local? *Revista de Administração Pública*. v. 42, n. 5, p. 969-91, 2008.

COSTA, F. M. *Trabalho e qualificação profissional no arranjo produtivo local de confeccões do Agreste de Pernambuco: a experiência de Toritama*. 2012. Trabalho apresentado como requisito parcial para aprovação no curso de Mestrado em Serviço Social, Programa de Pós-graduação em Serviço Social, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

HELAL, D. H. Mérito, Reprodução Social e Estratificação Social: apontamentos e contribuições para os estudos organizacionais. *Organizações & Sociedade*. Salvador, v. 22, n. 73, p. 251-267, 2015.

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- LIRA, S. **Muito além das feiras da sulanca: a produção de confecções no Agreste-PE**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2011.
- OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. 6 ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014.
- PEREIRA, E.; VÉRAS DE OLIVEIRA, R. Modos de atuação do SENAI no Polo de Confecções de Pernambuco: mudanças recentes e implicações recíprocas. *In*: VÉRAS DE OLIVEIRA, R.; SANTANA, M. A. (orgs.) **Trabalho em territórios produtivos reconfigurados no Brasil**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.
- RABOSSO, F. En la ruta de las confecciones. **Revista Crítica em Desarrollo**, n. 2, p. 151-171, 2008.
- SÁ, M. G. **Feirantes**. Quem são e como administram seus negócios. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2011.
- \_\_\_\_\_. **Os filhos da feira e o campo de negócios agreste**. Trabalho apresentado como requisito parcial para aprovação no curso de Doutorado em Sociologia, Universidade do Minho, Braga, 2015.
- SANTOS, E. C. **Práticas e relações de trabalho da cultura popular no agreste pernambucano: entre o moderno e o tradicional**. Trabalho apresentado como requisito parcial para aprovação no curso de Doutorado em Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.
- SEBRAE. **Estudo econômico do arranjo produtivo local de confecções do Agreste pernambucano, 2012**. Relatório Final. Recife, 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Estudo%20Economico%20do%20APL%20de%20Confeccoes%20do%20Agreste%20%20%2007%20de%20MAIO%202013%20%20docx.pdf>. Acesso em 12/11/2017.
- \_\_\_\_\_. **Estudo de caracterização econômica do polo de confecções do agreste pernambucano**. Relatório final. Recife, 2003. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/poloconfec2003.pdf>. Acesso em 12/11/2017.
- SOUZA, J. **A modernização seletiva: uma reinterpretação do dilema brasileiro**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.
- VÉRAS DE OLIVEIRA, R. O Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica. *In*: VÉRAS DE OLIVEIRA, R.; SANTANA, M. A. (orgs.) **Trabalho em territórios produtivos reconfigurados no Brasil**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.
- XAVIER, M. G. P. **O processo de produção do espaço urbano em economia retardatária: a aglomeração produtiva de Santa Cruz do Capibaribe**. 2006. Trabalho apresentado como requisito parcial para aprovação no curso de Doutorado em Desenvolvimento Urbano, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
- WEBER, M. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 4ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2014.