

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO

LUÍSA JUVENTINO DO NASCIMENTO

**DA FEIRA DE RUA AO MODA CENTER SANTA CRUZ: A
CONSTRUÇÃO DE UM ESPAÇO HÍBRIDO E A PERCEPÇÃO DOS
ATORES LOCAIS**

CARUARU

2017

LUÍSA JUVENTINO DO NASCIMENTO

**DA FEIRA DE RUA AO MODA CENTER SANTA CRUZ: A
CONSTRUÇÃO DE UM ESPAÇO HÍBRIDO E A PERCEPÇÃO DOS
ATORES LOCAIS**

Trabalho apresentado à Coordenação do
Curso de Graduação em Administração,
da Universidade Federal de
Pernambuco(UFPE), Centro Acadêmico
do Agreste(CAA), como requisito
parcial para aprovação na disciplina
Trabalho de Conclusão de Curso(TCC).
Orientadora: Elisabeth Cavalcante dos
Santos

CARUARU

2017

Catálogo na fonte:

Bibliotecária – Marcela Porfírio – CRB/4-1878

N244d Nascimento, Luisa Juventino do.
Da feira de rua ao Moda Center Santa Cruz : a construção de um espaço híbrido e a percepção dos atores locais. / Luisa Juventino do Nascimento. – 2017.
121f. ; il. : 30 cm.

Orientadora: Elisabeth Cavalcante dos Santos.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2017.
Inclui Referências.

1. Comportamento organizacional. 2. Feiras livres – Santa Cruz do Capibaribe.
3. Feirantes. I. Santos, Elisabeth Cavalcante dos (Orientadora). II. Título.

658 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2017-142)

LUISA JUVENTINO DO NASCIMENTO

**DA FEIRA DE RUA AO MODA CENTER SANTA CRUZ: A
CONSTRUÇÃO DE UM ESPAÇO HÍBRIDO E A PERCEPÇÃO DOS
ATORES LOCAIS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao núcleo de gestão da
Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Aprovado em: ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Ana Márcia Batista Almeida Pereira - UFPE

Professora Doutora Denise Souza - UFPE

Professora Doutora Elisabeth Cavalcante dos Santos - UFPE (orientadora)

Aos meus pais, irmãos, familiares, e as minhas avós, em especial a D. neném (in memoriam) que sempre sonhou comigo e me incentivou enquanto tinha vida para que eu chegasse até aqui, essa vitória é nossa!

AGRADECIMENTOS

A minha trajetória não seria possível, se em toda minha eu não tivesse conhecido professores maravilhosos os quais me ajudaram chegar até aqui. Desde do ensino infantil a universidade, foram eles que transmitiram todos os ensinamentos e tudo o que fosse necessário para que eu pudesse chegar a ser o que sou hoje. Com toda paciência e dificuldade, foram pessoas essenciais na minha vida, os quais jamais esquecerei.

Quero agradecer de coração a minha orientadora, que me ajudou a construir todo esse trabalho sendo bem orientado e por ser uma pessoa maravilhosa, que além de professora, pra mim eu ganhei mais uma amiga. Além dos professores da universidade nos quais me ajudaram sempre e me fizeram crescer tanto como pessoa, como profissionalmente.

Quero agradecer aos meus pais que me proporcionaram os estudos, sempre como prioridade e me ensinando os valores que estudo tem como também sempre me incentivando a buscar meus objetivos e lutar sempre pelo que almeja alcançar. Foi por vocês que cheguei até aqui e não tenho palavras para descrever a minha gratidão e amor por eles.

A minha vó D. neném (in memoriam) que enquanto viva lutou e me incentivou de uma maneira extraordinária, e por nunca desistir de ver um dia sua neta formada

Não podia faltar minha família que sempre deu força e me incentivou, além e estarem sempre presente na minha vida. Especialmente aos meus irmãos, no qual tenho um amor imenso e sou grata pela vida de cada um.

Aos que e ajudaram de diversas maneiras na construção desse tcc como também na minha trajetória de vida. Seja namorado, amigos que a vida me deu como todos os quais conheci pela universidade, colegas, entrevistados, e todas as pessoas que conheci através do tcc e dessa formação.

E não por último, mas a Deus, que todas as vezes me escutou e nunca me desamparou nas horas mais difíceis e nos momentos em eu mais precisei. E mesmo quando estava falha, foi Ele que me deu forças para continuar na caminhada.

A todos, muito obrigado! Sou mais feliz porque tenho vocês!

*“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu,
mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre
aquilo que todo mundo vê” (Arthur
Schopenhauer)*

RESUMO

A cidade de Santa Cruz do Capibaribe também conhecida como A Capital da Sulanca localiza-se na divisa dos estados de Pernambuco e Paraíba. Está entre uma das três cidades do polo de confecções do agreste. Durante décadas Santa Cruz do Capibaribe contou com uma feira de rua popular na qual seus habitantes comercializavam as confecções ali produzidas em bancos de feiras improvisados que ocupavam várias ruas da cidade. A partir do ano 2000 houve uma mudança significativa com a inauguração do Moda Center Santa Cruz. Conhecido como o maior centro atacadista de confecções do Brasil que reúne um pouco mais de dez mil pontos comerciais com atividades de confecção. Neste trabalho buscamos compreender a percepção dos atores locais sobre a transição da feira de Santa Cruz do Capibaribe para o espaço híbrido denominado Moda Center Santa Cruz. Apresentaremos também o Moda Center como um espaço híbrido repleto de elementos tradicionais e modernos a partir da percepção dos atores locais entrevistados. Para alcançar os objetivos deste estudo foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratória. Como método de coleta de dados optou-se por entrevistas individuais semiestruturadas sendo realizadas 11 (onze) entrevistas. De acordo com conceito de hibridismo, podemos compreender de forma particular os conflitos gerados na modernização observada com a criação do Moda Center Santa Cruz. Como principais elementos tradicionais identificados, percebemos, por exemplo, a aprendizagem oral entre gerações e os laços de amizade existentes entre os donos e boxes. Compreendemos que mesmo que noções modernas estejam ganhando espaço na forma de comercialização dos produtos graças ao Moda Center Santa Cruz os elementos tradicionais ainda se fazem presentes.

Palavras chaves: Atores locais. Hibridismo. Moda Center. Feira de rua. Tradicional. Moderno.

ABSTRACT

The city of Santa Cruz do Capibaribe, also known as The Capital of Sulanca, is located on the border of the states of Pernambuco and Paraíba. It is among one of the three cities of the Agreste clothing pole. During decades Santa Cruz do Capibaribe counted on a popular street fair in which its inhabitants commercialized the confections there produced in banks of improvised fairs that occupied several streets of the city. From the year 2000 there was a significant change with the inauguration of the Fashion Center Santa Cruz. Known as the largest apparel wholesaler center in Brazil that has a little more than ten thousand points of business with clothing activities. In this work we seek to understand the perception of the local actors about the transition from Santa Cruz do Capibaribe to the hybrid space called Moda Center Santa Cruz. We will also present Moda Center as a hybrid space full of traditional and modern elements based on the perception of the local actors interviewed. To achieve the objectives of this study a qualitative exploratory research was carried out. As method of data collection, semi-structured individual interviews were chosen and eleven (11) interviews were conducted. According to the concept of hybridism, we can understand in a particular way the conflicts generated in the modernization observed with the creation of the Fashion Center Santa Cruz. As main identified traditional elements, we perceive, for example, oral intergenerational learning and the bonds of friendship existing between owners and boxes. We understand that even if modern notions are gaining space in the form of commercialization of the products thanks to the Fashion Center Santa Cruz the traditional elements are still present.

Key words: Local actors. Hybridism. Fashion Center. Street Fair. Traditional. Modern.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Quadro temático	43
Quadro 2: Dados dos entrevistados	43
Quadro 3: Notas de campo	45
Quadro 4: Dados dos entrevistados	50
Quadro 5: Atividades e perfis do entrevistados.....	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Etapas do processo produtivo	27
Figura 2: Box do Moda Center	46
Figura 3: Coberta da divisão dos setores	47
Figura 4: Praça de alimentação	48
Figura 5: Corredor entre lojas externas e boxes	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APL – Arranjo Produtivo Local

ASCAP – Associação Empresarial de Santa Cruz do Capibaribe

CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social,

FIEPE - Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPI –Imposto sobre produtos industrializados

PIB – Produto Interno Bruto

PIS - Programa de Integração Social

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SINDIVEST – Sindicato de Indústria do Vestuário

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 OBJETIVOS.....	15
1.2 JUSTIFICATIVA.....	17
2 APORTE TEÓRICO	18
2.1 Cidade de Santa Cruz do Capibaribe.....	18
2.2 A feira da sulanca na cidade Santa Cruz do Capibaribe.....	20
2.4 Atores locais.....	27
2.5 O moderno, o tradicional e o híbrido	34
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	44
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MODA CENTER SANTA CRUZ	44
4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	49
4.2.1 Perfil dos entrevistados.....	49
4.2.2 A feira de rua e o Moda Center Santa Cruz.....	57
4.2.3 O Moderno, o Tradicional e o híbrido no Moda Center.....	67
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	74
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	78
APÊNDICE B –TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS	79
APÊNDICE C – QUADRO TEMÁTICO DE ANÁLISE	109

1 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 encontra-se no Meso-agreste de Pernambuco ao oeste da microrregião do Capibaribe, possui clima semi-árido (XAVIER, 2006), e tem como vizinhança as cidades de Toritama, Taquaritinga do Norte, Brejo da Madre de Deus, Caruaru e Surubim. A Latitude da cidade é 07° 57' 27" S¹, e sua Longitude, 36° 12' 17" W, segundo o site geógrafos. As vias de acessos existentes são a BR- 232, BR-104 e 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). Conforme dispõe Burnett (2004), o nome Feira da Sulanca² é denominação dada para a produção e comércio de confecções populares que surgiu na década de 1960, na mesorregião do Agreste de Pernambuco.

Embora haja registros de que a produção de confecções já tenha se expandido significativamente para outros municípios do agreste pernambucano, existe uma maior concentração de confecções nas cidades que se encontram no recém chamado Polo de Confecções, entre elas, Santa Cruz do Capibaribe, junto às cidades de Toritama e Caruaru (SEBRAE,2013).Inaugurado em 7 de Outubro de 2006, este estabelecimento, considerado o maior shopping atacadista de confecções da América Latina, surge a partir de pressão popular e também por meio de apoio político, destacando-se a aliança feita pelo prefeito em exercício no ano de criação do Moda Center Santa Cruz (José Augusto Maia), junto com o deputado federal Armando Monteiro, filiado ao Partido Trabalhista Brasileiro. Destarte, a edificação do Polo em comento visava modernizar e melhorar a feira, não só para os comerciante, 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

¹De acordo com o site geógrafos disponível em:<http://www.geografos.com.br/cidades-pernambuco/santa-cruz-do-capibaribe.php>

² O termo “Feira da Sulanca” encontra-se na seção 2.2 do trabalho.

de bancos, banheiros com chuveiro, 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).

O Moda Center possui uma área coberta de 120.000 m² e conta com mais de 10 mil pontos comerciais, com uma estrutura composta por seis módulos que abrigam 9.624 boxes e 707 lojas. Possui seis praças de alimentação, estacionamento para mais de 6.000 carros e 500 ônibus, 18 dormitórios, posto ambulatorial, restaurantes, caixas eletrônicos de bancos, banheiros com chuveiro, terminais eletrônicos de informação. Nas altas temporadas, chega a receber 100 mil clientes oriundos de várias regiões, especialmente do Norte e Nordeste do Brasil (MODA CENTER, o parque).

De acordo com dados do 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 trabalham 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 neste espaço sobre os aspectos desse processo de modernização ainda não estão muito visíveis 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, com a criação do Moda Center Santa Cruz, passaram a comercializar suas mercadorias no novo espaço. Os atores locais sobre os quais esta pesquisa se refere são os confeccionistas, faccionistas e consignados. É importante saber que existem outros atores locais atuantes no Moda Center Santa Cruz, mas que só serão discutidos estes, conforme se observa na análise.

Vale salientar que estudos similares a este já foram realizados, mas em outros contextos. O estudo de Oliveira e Braga (2014), por exemplo, foi realizado na cidade de Toritama, trazendo reflexões acerca da dinâmica comercial na cidade, especificamente sobre os aspectos formais e informais com a instalação do Parque das Feiras. Este estudo tem relevância devido à cidade mencionada fazer parte do mesmo arranjo produtivo de Santa Cruz do Capibaribe. Portanto, este estudo pode ajudar a melhor compreender os resultados que serão obtidos no presente trabalho.

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 este espaço, o

presente trabalho visa compreender a percepção dos atores locais sobre a transição da feira de Santa Cruz do Capibaribe para o espaço híbrido denominado Moda Center Santa Cruz. 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 neste espaço. De acordo com a teoria estudada, pode-se compreender modernização como 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).

No Moda Center, entretanto, foi possível observar que elementos modernos se mesclam com elementos tradicionais, possibilitando a construção de um espaço híbrido. Essa hibridação pode ser definida como “processos socioculturais nos quais estruturas e práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estrutura, objetos e práticas” (CANCLINI, 2013, p. 19). Entende-se que o conceito de hibridação pode ajudar a compreender formas particulares de conflitos, geradas a partir da interculturalidade recente em meio a modernização da América Latina (CANCLINI, 2013).

Importante destacar desde já que a teoria escolhida para análise do Moda Center Santa Cruz foi pensada após a ida campo, e por isso a discussão teórica sobre o moderno, o tradicional e híbrido ficou como último tópico do referencial teórico.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Compreender a percepção dos atores locais sobre a transição da feira de Santa Cruz do Capibaribe para o espaço híbrido denominado Moda Center Santa Cruz.

1.1.2 Objetivos específicos

- a) Traçar o perfil dos atores locais do Moda Center entrevistados;
- b) Compreender quais as principais atividades realizadas pelos atores locais atuantes no Moda Center entrevistados;

- c) Entender a percepção dos atores locais do Moda Center sobre o estabelecimento e seus impactos na comercialização em Santa Cruz do Capibaribe.
- d) Analisar o Moda Center Santa Cruz a partir do conceito de hibridismo.

A próxima seção aborda a justificativa da razão pela qual se optou por realizar a pesquisa. Nela irá conter argumentos que descrevem a importância prática e teórica e as possíveis contribuições esperadas com a realização do trabalho.

1.2 JUSTIFICATIVA

A escolha deste tema parte da necessidade de analisar e verificar a percepção dos atores locais de confecções sobre a criação do Moda Center Santa Cruz que se deu no ano 2006. Vislumbra-se que a temática em questão é pouco abordada entre acadêmicos, principalmente da área de administração. Assim, busca-se contribuir com o conhecimento e disseminação do tema entre a comunidade científica, por entender que este é um tema relevante para se pensar a administração em nível local.

Portanto, com este estudo será possível identificar as principais compreensões que os confeccionistas tem sobre seu trabalho e, a partir desses entendimentos, busca-se dar suporte para a geração de novas ideias que agreguem benefícios para os empreendedores, gestores, confeccionistas e comerciantes de modo geral, que atuem na cidade de Santa Cruz do Capibaribe.

Acredita-se que o presente estudo pode ser importante para os atuais e futuros gestores públicos do município, uma vez que a economia de crescimento da cidade é fortemente voltada para o Moda Center Santa Cruz, e o estudo em questão pretende identificar oportunidades, dificuldades e demandas percebidas pelos próprios empreendedores que atuam no Moda Center Santa Cruz para que possam contribuir para o desenvolvimento da cidade através de entrevistas com os empreendedores locais relatando a sua realidade sobre o crescimento comercial advindo centro de comercialização.

Esta pesquisa também é pertinente e relevante pois visa a disseminação do tema entre a comunidade científica e os confeccionistas do Moda Center Santa Cruz. A pesquisa em questão será desenvolvida por acadêmica que reside no município, e que desenvolve a atividade comercial no ramo de confecções, deste modo, a discussão não só servirá para a sociedade mas também a título pessoal.

Além disso, a presente pesquisa visa entender o Moda Center Santa Cruz longe das polarizações moderno-tradicional. Esta é uma contribuição para um debate acadêmico, assim como para a percepção dos atores locais sobre as mudanças em curso no local.

2 APORTE TEÓRICO

Neste capítulo, serão descritos os conceitos e assuntos principais que contribuíram para a base teórica na elaboração deste trabalho.

2.1 Cidade de Santa Cruz do Capibaribe

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 (XAVIER, 2006). Conta-se que por volta dos anos 1970 um português chamado Antônio Burgos que vivia na cidade de Recife, tendo adoecido de uma doença grave que talvez até na época fosse incurável, foi orientado por médicos que procurasse 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 teria acampado no local onde hoje é a cidade de Santa Cruz do Capibaribe (CAMPELLO, 1983).

No livro A história de Santa Cruz do Capibaribe, de Júlio Ferreira (s/d), o autor afirma que Antônio Burgos acabou gostando do clima do local e construiu uma capela de taipa, na qual colocou imagens sagradas e um crucifixo de madeira que ainda hoje se encontra no altar da igreja da matriz do Senhor Bom Jesus dos aflitos de São Miguel, localizada no bairro do centro da cidade.

Não há registros de quantos anos Antônio Burgos viveu nesta 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 do Recife, outros dizem que faleceu. Júlio Ferreira (s/a, p. 13), relata que a hipótese de morte foi a mais provável.

[...]Apesar dessa ser a versão que se tem notícias, há alguns pontos que sempre serão questionados, entre eles destaca-se a origem do nome “Burgos” e o fato de não existir registro de nenhum descendente de Antônio Burgos e de nenhum de seus escravos. Da suposta morte de Antônio Burgos até o surgimento dos primeiros habitantes e fazendeiros que aqui chegaram não se tem dados nem registros que possam esclarecer melhor a formação do povo santa-cruzense[...]

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, e Capibaribe porque a cidade está às margens do Rio Capibaribe. Daí o nome Santa Cruz do Capibaribe. Esta 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 freguesia³ com seu primeiro vigário o Pe. José Apolinário. 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).

Santa Cruz do Capibaribe localiza-se na divisa com os estados de Pernambuco e Paraíba. Sua distância em relação à Capital do estado de Pernambuco está em cerca de 180 Km e em relação à cidade de Caruaru encontra-se a uma distância de 58 Km. A cidade encontra-se no Meso-agreste de Pernambuco ao oeste da microrregião do Capibaribe e possui clima semi-árido (Xavier, 2006). A Latitude da cidade é 07° 57' 27" S, e sua Longitude: 36° 12' 17" W segundo o site (GEOGRÁFOS,2017). As vias de acessos existentes são a BR- 232, BR-104 e PE-160.

Hoje, na sua rua principal, chamada de avenida Padre Zuzinha, existe a igreja matriz do Senhor Bom Jesus dos Aflitos, várias gameleiras (algumas seculares), casas com fachadas em azulejos portugueses e dois sobrados antigos. O maior deles – sobrado dos Moraes – data dos anos 1920; O outro (o "sobradinho"), com frente já descaracterizada, data de época mais remota. A cidade é considerada o maior polo de confecções⁴ do Norte e Nordeste (SEBRAE,2003).

Campello (1983) afirma que o relevo da cidade não é muito movimentado e encontra-se bastante erodido. A sua vegetação é constituída por caatinga na qual predominam as espécies caducifólias⁵, ricas em espinhos, variando de pequeno e médio porte. O município é drenado pelo rio Capibaribe. Segundo dados do IBGE (2016), possui uma Área de 335,309 Km² e uma altitude de 438m. Ainda segundo estes dados, a população em 2010 era de 87.582 mil habitantes e no ano de 2016 foi estimada em 103.660 mil.

Atualmente, a principal atividade econômica da região é a confecção. De acordo com dados da prefeitura da cidade, ela é a 2º maior produtora de confecções do Brasil com vendas de confecções, que junto com as cidades de Toritama e Caruaru formam o destacado Triângulo das confecções. Santa Cruz se destaca como a cidade polo que possui o maior parque de confecções da América Latina em sua categoria, o Moda Center Santa Cruz, por onde a maior parte de sua produção é escoada. (PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DO

³Freguesia = Paróquia. Hoje é a mesma coisa que distrito, ou seja, uma subdivisão de municípios (Dicionário Houassiss)

⁴“(SEBRAE 2013)”

⁵ Caducifólias é um tipo de floresta temperada, que em determinado período do anos perde suas folhas, geralmente nos meses mais frios e sem chuva (outono e inverno), ou em que a água se encontra congelada ou de difícil acesso no solo. Disponível em: (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Caducifolia>) acesso em: 15.06.2017.

CAPIBARIBE, 2016).

Devido a isso, faz com que os comerciantes de cidades vizinhas e os próprios moradores da cidade procurem meios de sobrevivência ligados à confecção, haja em vista que o comerciante pode obter sua renda mensal a partir do mesmo.

2.2 A feira da sulanca na cidade Santa Cruz do Capibaribe

As atividades de confecções surgiram na cidade de Santa Cruz do Capibaribe antes mesmo desta se tornar cidade, quando ainda era distrito de Taquaritinga do Norte. O início desta atividade pode ser considerado a partir do final da década de quarenta e início da década de cinquenta (CAMPELLO, 1983). Segundo o livro A história de Santa Cruz do Capibaribe de Júlio Ferreira (s/d), a população da cidade trabalhava, em grande parte, com o fabrico de alpercartas⁶, e as primeiras famílias que deram o pontapé inicial para o comércio com vários tipos de loja, farmácias, confecções e indústrias da cidade foram as famílias Balbino, Aragão e Moura.

A pressão sobre as terras e as migrações internas no agreste ajudaram na organização territorial da população para a produção urbana. Posteriormente, o processo de crescimento econômico foi marcado pelas condições de um capitalismo instalado tardiamente. (XAVIER, 2006).

Campello (1983) ressalta que em meados dos séculos XVIII e XIX a região se torna uma das mais importantes do estado devido a exportação de produtos que constituíam a base econômica do município como algodão, pecuária e lavoura de subsistência. É nessa época que ela atinge o seu auge em consequência do mercado internacional que solicita as economias periféricas a matéria-prima para suas manufaturas e com isso o crescente aumento da produção.

Como principal atividade econômica, a pecuária dependia de mais ou menos emprego da capital e por isso, acabava oscilando. Com as condições climáticas e processos tecnológicos atrasados, ocasionou uma limitação para as atividades agrícolas do município (CAMPELLO, 1983).

Deste modelo, o encadeamento das atividades industriais a partir da produção do algodão surgiu da relação entre o seu baixo preço no mercado e o alto custo do transporte,

⁶Espécie de calçado cuja sola se ajusta ao pé por meio de tiras de couro ou de algum tecido.

gerando a diminuição do volume desta mercadoria. Em consequência do declínio das atividades agroexportadoras na década de 1960, foi possível a expansão da agropecuária neste espaço e a partir da mesma, surge uma nova atividade produtiva, a confecção de roupas (XAVIER,2006).

Os pioneiros do comércio foram Dedé Moraes, Pedro Diniz e Manoel Caboclo, moradores de Santa Cruz do Capibaribe que viajavam para a cidade de Recife com o intuito de vender galinhas, queijo, carvão vegetal e, quando voltavam, traziam consigo retalhos de tecido vindos das fábricas de Recife, Macaxeira, Torre e Camaragibe, que eram usados para a confecção de roupas e cobertas. Ou seja, a atividade de confecção, em sua origem, se caracteriza pela integração com o Recife através dos negócios, e seus participantes que são denominados como pobres e com forte ligação com atividades rurais (CAMPELLO, 1983)

As atividades de comércio das confecções feitas a partir desses retalhos deram origem à Feira da Sulanca. De acordo com Burnett (2004, p.153):

[...]Feira da Sulanca é como se denomina o fenômeno de produção e comércio de confecções populares, o qual emergiu na década de 1960, na mesorregião do Agreste de Pernambuco, mais precisamente na microrregião do Alto Capibaribe. O município de Santa Cruz do Capibaribe dista 180 km da capital do estado, Recife, e faz parte de um território tradicionalmente denominado Cariris Velhos, com baixa densidade pluviométrica e solos rasos. Historicamente essa iniciativa tem tido como características principais o trabalho domiciliar, familiar e informal[...]

Segundo Ferreira (s/d) existem teorias sobre o surgimento do nome sulanca. Um das teorias afirma que o nome sulanca foi designado a partir de questionamento de guarda fiscal sobre o que eram aquelas peças que gerariam notas. Apesar das pessoas dizerem que eram confecções, as tangas e cobertas de retalhos eram chamadas de sulanca pelos fiscais. Este autor ainda faz a referência ao nome “sucata” que tem como princípio de roupa feita com pedaços de retalhos. Assim, o “su” da palavra “sulanca” teria vindo de sucata e “lanca” teria vindo de “helanca”⁷. Porém, de acordo com Burnnet (2004, p. 153) “supostamente o vocábulo sulanca deriva da palavra helanca, fibra sintética em voga nos anos 1960/1970, que vinha do Sul. Portanto, sul + helanca = sulanca.” 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.

⁷ Um tecido que hoje se confecciona roupas de malhação. Tem como composição poliamida, o que faz o tecido ter elasticidade

De acordo com Xavier (2006, p.91):

[...]A história oral da cidade registra que a atividade de confecção aos poucos foi introduzida através do trabalho das mulheres, antes mesmo da década de 50, em Santa Cruz do Capibaribe[...] onde a costura constitui-se numa opção de atividade urbana, a partir do momento em que era produzida pelas mulheres e vendida na feira do município ou numa feira itinerante onde os mascates levavam a mercadoria a diversos municípios da mata e agreste pernambucanos, em fins da década de 50. De certa forma a confecção de roupas veio substituir uma antiga produção de sapatos em decadência daquela localidade, em razão da penetração do plástico na produção de artigos populares e a falta de recursos da comunidade para competição nesse ramo de produção[...]

Sendo assim, as feiras eram sempre voltadas também para Caruaru e Toritama, além da própria cidade que fazia pequenas feiras e com o tempo foi crescendo. Além disso, hoje em dia podemos ver também homens que se inserem no mercado de trabalho como costureiros que provavelmente antes não possuíam a prática de costurar.

De acordo com a autora Burnett (2004) em uma de suas entrevistas, se narra a história de uma mãe que passava seus ensinamentos para as filhas ainda pequenas, com intuito de ter a ajuda delas. As mulheres tinham como tarefa comprar retalhos e fazer roupa para a família inteira. Com as sobras do 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.

De acordo com Campello (1983) vale lembrar a importância dos anos sessenta para impulsionar a atividade de confecção, uma vez que nessa época, as pessoas envolvidas nessa atividade passaram a viajar para comprar retalhos em São Paulo, sendo um dos pioneiros dessas compras Ernando Silvestre. Foi a partir dessa integração e da abertura de estradas que o intercâmbio comercial entre Santa Cruz do Capibaribe e a região sudeste do país começa a se expandir, e nessa época muitos feirantes passaram a viajar para São Paulo para fazer compras de retalhos.

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 em andamento com o comércio nas feiras. A produção da confecção e demais serviços eram realizados em pequenas oficinas de roupas com máquinas de costura de pedal (XAVIER, 2006).

No início na década de 1980, Campello (1983) narra experiências de pessoas que compravam as máquinas de costura e outras pessoas bancavam o custo dessas máquinas para a pessoa que tivesse comprado a máquina conseguisse o ensejo de pagar à prestação e caso elas não realizassem o pagamento, os credores tomavam as máquinas e em consequência era

cortadaa produção. Esse fato começou a ocorrer devido as máquinas antes dessa década serem de pé e não a motor.

As máquinas de costura de pedal aumentaram a produção e estimularam aprendizagem, pois geralmente eram passadas de mãe para filha. Com um novo modelo de máquina, a produção aumentou e a introdução da máquina de pedal foi considerada um progresso na cidade (XAVIER, 2006).

Os produtos confeccionados nessas oficinas eram levados pelos sulanqueiros que segundo Burnett (2004, 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.

No mesmo pensamento em relação ao autor citado acima, Burnett (2004, p.154) diz que:

[...]Esse mercado informal, improvisado e popular, denominado feira, é um espaço que concentra atividades diversas, ligadas ao comércio, à produção e ao consumo, assim como aos campos da cultura e da política. Esse tipo de mercado “livre” constitui verdadeiros complexos culturais para onde convergem vários ofícios e modos de fazer, espaços de grande criatividade, celeiro de cultura popular, de ideias originais, saberes ancestrais e expressões diversificadas, como argumenta Sant’Anna (2010)[...]

Existe uma pluralidade de agentes que atuam na comercialização e fabricação da sulanca na feira que vai desde de interesses econômicos e políticos em relação ao crescimento capitalista.

Segundo Sá (2011, p.44)

[...] A feira é o locus de atividade econômica, cultural, e social para descendentes e remanescentes do meio rural; desempregados dos centros urbanos regionais; nordestinos que migraram e retornaram das grandes metrópoles, principalmente São Paulo; pequenos, médios e, em menor escala, porém com maior influência, grandes empresários; e famílias que ou trabalham no mesmo negócio juntos ou então em diversos pequenos comércios que tanto podem estar lado a lado, como também podem estar espalhados por outros setores ou mesmo em outras feiras que acontecem todos os dias da semana[...]

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” na feira e começar a fazer o mesmo, seja imitando ou aperfeiçoando os negócios dos filhos de feirantes ou de novos feirantes que estejam a busca

de novos 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. A partir daí você produz as peças, que podem ser fabricadas em suas respectivas casas e nos dias de feira comercializadas nos boxes. De acordo com dados do Sebrae (2003), a RAIS⁸ registra apenas os dados das empresas formalizadas e acaba comprometendo sua utilidade, haja vista que no Polo de Confecções do Agreste Pernambucano, cujo índice de informalidade chega a mais de 90%.

Neste aspecto em relação a facilidade de novos negócios, podemos destacar nas pessoas jovens uma oportunidade do ingresso mais fácil do que em outras áreas, existem alguns fatores que ajudam neste aspecto de ingresso segundo Betânia e Maciel (2011, p.118) é:

[..]a capacidade de se iniciar com um pequeno capital, o baixo custo de renovação das mercadorias, a parcial ausência de taxaço tributária, a escassa necessidade de renovação constante do maquinário e a igualdade de condições de acesso ao mercado em relação aos empreendedores antigos[...]

Portanto, os jovens na maioria das vezes carrega consigo uma dose maior de otimismo, e por isso demonstram uma alternativa de usar sua inteligência para a execução de tarefas onde o efeito tem que está relacionado com menos desperdícios para uma excelência nos negócios.

Mudanças ao longo dos anos reconfiguraram as formas de trabalho no ano de 1970, pois chegou em Santa Cruz a agência do Banco do Brasil, que passou a conceder crédito para a compra das máquinas de costura, difíceis de se obter na época, considerando o estilo doméstico e familiar dos pequenos negócios que não tinham a documentação necessária para esse tipo de operação (CAMPELLO, 1983; SÁ, 2015).

Sá (2015) nos traz a questão do abastecimento de tecidos, com a abertura de novas lojas na cidade ou até mesmo pessoas traziam esses tecidos para que houvesse a costura. Esse crescimento de tecidos na cidade estava em conjunto com o aumento das máquinas sendo instaladas na cidade. Portanto, famílias começaram a adaptar a sua rotina a essas novas relações e aumento da produção no trabalho.

A década de setenta pode se caracterizar como uma consolidação e expansão da confecção e venda da sulanca e da expansão urbana. Em 1975 a proporção de crescimento foi tão elevada que Santa Cruz do Capibaribe ficou conhecida por todo o Nordeste, principalmente

⁸ RAIS: Relação Anual de Informações sociais

em função de a cidade ter uma feira somente para venda de confecções, conhecida como a feiras das quintas-feiras (CAMPELLO 1983).

Mesmo com a feira na cidade ainda assim existiam sulanqueiros que realizavam viagens para venda da sulanca. Porém, com a chegada das máquinas semi-industriais observou-se um significativo desenvolvimento na produção e o aumento de clientes vindos para a cidade, fazendo com que essas viagens dos sulanqueiros fossem diminuídas (SÁ, 2015).

Os fatores que ajudaram na expansão da atividade de confecção na cidade foram, principalmente, a existência de uma boa qualidade e quantidade de mão de obra além do polo comercial no entorno da cidade que pôde ajudar na comercialização de produtos (XAVIER, 2006).

Ainda de acordo com estudos do SEBRAE (2013 p. 16) “A concentração de produtores de roupas em cidades como Santa Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru tem sido notada desde, pelo menos, um quarto de século. No começo, chamava-se o produto genérico ali fabricado de “sulanca”. Por extensão, ainda existem as “feiras da sulanca” e já houve o “polo da sulanca”.

Essa denominação, entretanto, tem sido modificado, a fim de formalizar as atividades desenvolvidas neste contexto. Para Burnett (2004,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[...]

Em 2002, houve estudos acerca do nome denominado “Polo do confecções do agreste”. Alguns dados do SEBRAE indicam que o conjunto dos municípios de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe responde por 77% do produto interno bruto(PIB) dos 10 municípios que compõem o polo de confecções do agreste e sua população representa 66% da respectiva população do polo (SEBRAE,2013).

Vale considerar que as cidades de Santa Cruz e Toritama tem uma economia mais ampla dominada pelo setor de confecções. Portanto, o comércio possui influência diretamente nas atividades de assistência técnica, hospedagem, alimentação e outros serviços devido as cidades prestarem todos esses serviços geralmente em um local. Com efeito, o crescimento tanto

demográfico quanto do PIB destas duas cidades gera a expansão da produção de peças de vestuário (SEBRAE,2013).

Apesar desse esforço de regulação e modernização, as dinâmicas sociais de trabalho no contexto em questão têm suas raízes na formação sócio histórica do Nordeste como um todo. Oliveira (2016) observa que o trabalho informal continuou sendo um refúgio no desemprego nas áreas urbanas do nordeste e se intensificou no processo de industrialização da região trazidas com a sudene (OLIVEIRA,2016).

Para o autor, nos anos de 1990 com a ‘guerra fiscal’ surgiram novas formas de trabalho precário devido às transformações do desemprego que assolou em todo país. Devido a isso foi significativa a quantidade de pessoas desempregadas e que se sujeitaram a auto empregos com baixa qualificação, ou empregos temporários e/ou subcontratado. Em alguns casos, empregados familiares, domésticos ou artesanais. Em consequência disso, dados revelam que 75,8% do nordeste não contribuía para previdência social e o percentual de empregados com carteira assinada sobre o conjunto da população ocupada foi de 15,6%. A informalidade na economia nordestina se encontrava em patamar bem acima do verificado para as regiões mais desenvolvidas do país (OLIVEIRA,2016).

Vale salientar que mesmo com a “guerra fiscal” a região não foi beneficiada com incentivos, pelo contrário, no começo dos anos 2000, existia em média 12 mil unidades produtivas, e apenas 8% dessas unidades eram formalizadas. Ao todo, empregavam direta e indiretamente 76 mil pessoas e produziam 57 milhões de peças por mês (OLIVEIRA,2016).

Almeida Pereira (2017) discute a organização do trabalho no processo produtivo do jeans no polo de confecções de Pernambuco, indicando algumas etapas relacionadas à fabricação do jeans na cidade de Toritama. Algumas etapas, como corte, costura, criação, embalagem e transportes foram identificados neste processo, conforme figura abaixo.



Figura 1: Etapas do processo produtivo
 Fonte: adaptado de ALMEIDA PEREIRA (2017)

O processo começa com a criação ou a cópia de um peça para fabricação, depois a criação desse modelo como uma peça piloto, ou seja, a peça que primeiro é feita para se basear na demais produções da mesma. Depois passa pelo processo do enfesto do tecido em uma mesa de madeira para logo riscar o modelo a ser cortado em cima do tecido e depois cortar com máquinas apropriadas. Na costura são utilizadas máquinas específicas para cada produto a ser confeccionado. Como a autora nos mostra na figura, esse processo pode ser realizado através de overlock, interlock, reta e goleira. Depois de realizado esse processo, a questão do acabamento das peças é tirar ponta de linha, etiquetar as peças, dobrar, e embalar para que depois sejam levadas até os pontos de venda. Vale lembrar que esse processo é maior, e engloba as atividades das lavanderias, como apresenta Almeida Pereira (2017), mas que elas não foram abordadas neste referencial por não serem o foco da pesquisa.

2.4 Atores locais

Um dos principais motivos para existência da feira, são os próprios feirantes, cuja atividade é passada de pais para filhos. Ademais, é perceptível que a maioria dos comerciantes não possuem formação acadêmica, contudo, os costumes e a troca de aprendizados entre as gerações proporciona que a atividade comercial perpetue por décadas na região (SÁ, 2011).

É importante ressaltar que um dos traços marcantes da confecção no interior de Pernambuco é a relação familiar, pois os fabricos⁹ 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. Por outro lado, com a globalização e a expansão do sistema de ensino muitas pessoas optam por não desenvolver a atividade dos pais e buscam através do estudo uma oportunidade de melhorar de vida, conseguindo desenvolver uma profissão diversa daquela praticada pelos seus conterrâneos (SÁ, 2011).

Vislumbra-se que Santa Cruz do Capibaribe tornou-se um polo atrativo para as pessoas desempregadas, devido a cidade ofertar oportunidade de emprego sem a exigência de uma qualificação certificada. Outrossim, a cidade recebeu imigrantes de vários estados do país, que por intermédio do trabalho na confecção melhoraram de vida e construíram sua história de sucesso na cidade (XAVIER, 2006).

Apesar da informalidade no desenvolvimento e elaboração das confecções, é importante destacar que a produção é feita de forma semanal e com divisão de tarefas. Por conseguinte, como as feiras são realizadas semanalmente, os comerciantes se organizam para que sua produção seja encerrada até o sábado. Porém, em alguns fabricos, é comum que não haja a divisão de tarefas, ficando a cargo do próprio confeccionista elaborar o corte, a produção e o acabamento da mercadoria em questão.

Sá (2011) discute a diferenciação entre feirante e comerciante convencional. Para este autor, a maioria dos comerciantes da região agreste são bem estabelecidos hoje porque passaram pela feira. Não é diferente da cidade a ser estudada, pois muitos feirantes hoje são denominados comerciantes devido ao crescimento gradativo de sua confecção. Vale ressaltar que algumas empresas cresceram de uma maneira tão positiva que abriram lojas em outras cidades.

É importante destacar a diferença entre os diferentes agentes que atuam direta ou indiretamente nas atividades de confecções. Portanto, mostraremos aqui os confeccionas; os faccionistas; pessoas que realizam atividades complementares como lavadeira, bordados e

⁹Fabrico: Ato ou efeito de fabricar algo, no caso da cidade em estudo, fabrico é o lugar onde se confecciona, de caráter informal, com tecnologia adaptada.

estamparias; o coletivo da esfera privada como associações comerciais, industriais e entidades de classes locais como o Sistema S; e por último a esfera pública.

De acordo com Lira (2011), confeccionistas são pessoas que já possuem algum poder de propriedade, sendo as confecções produzidas em suas residências, fabricos, facções 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 aspectos da atividade de produção.

Esses confeccionistas podem vender suas mercadorias a determinados perfis de clientes, seja para lojistas de várias regiões do Brasil, ou o público de classes A, B e C. Existe também a forma como esse confeccionista trabalha, que pode ser vendas no varejo ou no atacado. A determinação é por sua autonomia. Portanto, de acordo com Sá (2011), o perfil dos feirantes e dos seus clientes vai depender de suas realidades sociais, culturais e econômicas distintas. O modo formal como os trabalhadores tratam esses clientes, principalmente os que já o são há anos, é um aspecto que passa pelo cotidiano na maioria dos setores da feira.

Geralmente, esse confeccionistas trabalham com os assalariados, que também atuam na produção. A maioria desses assalariados recebe por semana devido às feiras, que possuem periodicidade semanal, e pelo fato de os compradores da mercadoria trabalharem também semanalmente. É importante ressaltar também que em alguns casos mesmo que as empresas possuem inscrição jurídica, a informalidade ainda perdura nessa realidade (LIRA, 2011). Em relação ainda aos confeccionistas, existem alguns trabalhadores que ganham por peças fabricadas, não existindo um contrato de trabalho formal. Betânia e Maciel (2011), ressalta o fato de os confeccionistas jovens utilizarem a influência da televisão, ou seja, o fato da interferência na sua produção, obtendo o crescimento das vendas através das roupas usadas pelos atores. Os faccionistas, por sua vez, ajudam na complementação das etapas da produção dos confeccionistas independentes, dos fabricos ou das fábricas. Geralmente estão localizados em áreas rurais e suas contratações são realizadas de formas diárias, 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, ou seja, agem e trabalham de forma mais individualizada e fragilizada. Em tempos que existem baixa da produção, são tempos desfavoráveis a essas classes (LIRA, 2011).

Apesar de existirem algumas experiências no processo de trabalho que necessitam do uso de tecnologias mais modernas, o que se pode observar nas facções e fabricos é o

funcionamento dos mesmos nos próprios domicílios dos trabalhadores, com ganho de salário por peça produzida e sem qualquer exigência de qualificação certificada para o exercício das atividades de costura (COSTA,2012).

Em relação á informalidade nas facções e nos fabricos, o que se predomina é a dificuldade de acesso a formas mais sistemáticas e contínuas de conhecimento. Em sua maioria, os trabalhadores obtém o discernimento através do conhecimento tácito, ou o aprendido na prática (COSTA,2012).

Entre fabricos, confeccionistas e faccionistas, as chances dos faccionistas obterem um salário melhor é maior, haja e vista que elas trabalham fazendo seus próprios horários e possuem a condição de comprar suas próprias máquinas, pois o custo delas se diferem das máquinas dos fabricos (LIRA,2011).

No relacionamento de atividades complementares como lavanderia, estamparia, bordados e outros, o produtor dessas atividades é subcontratado pelas empresas da região e possui funcionários assalariados que também recebem por semana através da quantidade de peças produzidas. O investimento de seus negócios são feitos pelos próprios empresários das atividades complementares. Portanto, esses “atores”, como chama Lira (2011), vão possuir o poder de barganha e de negócios com clientes através do seu poder financeiro, pois é esse poder que diz quantas máquinas de alta tecnologia ele poderá comprar(LIRA,2011).

Em relação ao perfil desses trabalhadores, vale destacarmos que as condições materiais existentes em cada local da produção definirá o seu papel nos sistema de relações produtivas das micro e pequenas indústrias do confecções. Por isso, a forma de contratação possui diferenças conforme os tipos de facções ou fabricos existentes no aglomerado produtivo do agreste, modificando assim as inter-relações existentes (LIRA,2011). E no caso da relação do perfil dos feirantes e dos seus clientes, vai depender das realidades sociais, culturais econômicas distintas (SÁ, 2011).

Na esfera privada, são denominados agentes ligados a entidades de classes e o sistema “S”¹⁰ que tem como objetivo atuar no desenvolvimento de aglomerado de micro e pequenas indústrias de confecções. Em uma dessas entidades, existe a SINDIVEST, uma associação de abrangência estadual filiada ao FIEPE¹¹, que denomina-se uma entidade coletiva de esfera

¹⁰Termo que define o conjunto de organizações das entidades corporativas voltadas para o treinamento profissional, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica, que além de terem seu nome iniciado com a letra S, têm raízes comuns e características organizacionais similares. Disponível em: <http://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/sistema-s> Acesso em: 21.03.2017

¹¹Suporte jurídico e administrativo em negociações e dissídios coletivos são alguns dos serviços que a Unidade de Relacionamento e Serviço aos Sindicatos oferece às entidades associadas à Federação. Também são

privada com uma atuação significativa na sub-região do agreste com um nível de articulação bastante significativo com o poder público e outros segmentos sociais (LIRA,2011).

Em relação aos sistema S iremos nos ater ao SEBRAE e SENAI que tem uma iniciativa de importância para esse trabalhadores locais, além de uma outra associação fundada na própria cidade de Santa cruz do Capibaribe chamada, ASCAP (LIRA,2011).

O SEBRAE presta apoio à micro e pequenas empresas do estado de Pernambuco sem fins lucrativos com objetivo de realizar capacitação e promoção do desenvolvimento para o apoio aos pequenos negócios. A entidade trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte (SEBRAE, 2017).

No quesito informalidade, o SEBRAE ajuda aos atores locais a serem legalizados, passando a ter CNPJ, o que facilitará a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais. De acordo com seu site, o SEBRAE ajuda essas empresas a partir do MEI (Micro empreendedor individual) enquadrando as empresas no simples nacional e com isenções de tributos federais, como PIS, cofins, IPI e imposta de renda (SEBRAE, O que é ser MEI).

Para ser um microempreendedor individual é necessário faturar até R\$:60.000,00 por ano, não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e ter no máximo um contratado empregado. Existem direitos aos benefícios previdenciários para um MEI e como dever a importância de valor mensal de R\$:47,85 para comer ou indústria, R\$:51,85 para prestadores de serviços ou R\$:52,85 para comercio e serviços (SEBRAE, O que é ser MEI).

Com relação ao SENAI, a entidade está presente na cidade estudada do aglomerado produtivo que possui um nível de articulação com o poder público em instâncias municipais. Oferece serviços de consultorias empresas, chamados serviços técnicos e tecnológicos e cursos para a população em geral, online ou presenciais. Esta entidade vem participando efetivamente dos eventos realizados em conjunto com o SEBRAE como a rodada de negócios (LIRA,2011).

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), maior rede de Educação Profissional da América Latina, tem como missão promover a educação profissional e tecnológica, inovação e a transferência de tecnologias industriais, contribuindo para elevar a competitividade da indústria brasileira. Em Pernambuco, integra o sistema Federação das

Indústrias e sua marca de referência é ser reconhecido como provedor de inovação e soluções tecnológicas e educacionais para Indústria do Estado e Região (SENAI, 2017).

O SENAI oferece cursos de: iniciação profissional; aprendizagem industrial; qualificação profissional; aperfeiçoamento profissional; cursos técnicos; cursos superiores em tecnologia; pós-graduações lato sensu (SENAI, 2017).

Estas entidades do sistema S possuem forte influência sobre o desenvolvimento da qualificação profissional dos agentes locais e na crescente difusão da ideia de empreendedorismo.

Recentemente, o empreendedorismo tem sido apresentado como essencial aos trabalhadores locais, e como uma alternativa de trabalho e de renda. Os trabalhadores que desenvolvem tal característica podem, conforme prega o discurso empreendedor de entidades como o SEBRAE se inserir no mercado de trabalho criando seu próprio negócio. Com isto, esta relação está atrelada a empregabilidade, que se tornaria essencial para compor o novo perfil do trabalhador, tornando-o passível de inclusão na dinâmica produtiva (COSTA, 2012).

Dessa forma, para Costa (2012), a cultura empreendedora encontra-se atrelada na região nas últimas décadas, devido a população começar a ter contato com a confecção desde muito cedo, pois as crianças crescem no contexto das confecções, observando seus pais trabalhando nos negócios e, em consequência disso, acabam obtendo incentivos com o negócio da família ou sendo induzidas a abrir seu próprio negócio ainda adolescentes (COSTA, 2012).

É importante ressaltar que essas duas entidades do sistema S auxiliam os empreendimentos de maior porte, como as grandes lojas, também vêm se utilizando dessas parcerias (Sebrae, Senac, Senai) e promovendo minicursos e treinamentos, como forma de qualificar os trabalhadores dentro das empresas (OLIVEIRA; BRAGA, 2014).

Em relação à ASCAP¹² de Santa Cruz do Capibaribe surgiu no ano de 1993 através das necessidades dos confeccionistas locais, seja da própria cidade e de cidades da região devido a força de comercialização e por isso se deu essa ampliação do território de atuação (LIRA, 2011).

A associação ASCAP tem como missão representar os interesses dos empresários locais e contribuir, através da prestação de serviços e parcerias, com o desenvolvimento integrado e sustentável da região e sua visão é ser referência no associativismo, com credibilidade e força política, que promove o desenvolvimento da região (ASCAP, missão).

¹² ASCAP: associação de empresários de Santa Cruz do Capibaribe

Na questão dos atores coletivos da esfera pública são pessoas que estão diretamente ligadas no desenvolvimento do aglomerado de confecções de micro e pequenas empresas do agreste (LIRA,2011).

É importante destacar as dificuldades no quesito de trabalhar as políticas públicas conjuntas para a sub-região partindo dos dirigentes locais e pela questão dos empresários estarem convictos de interesses que proporcionem mais lucratividade. Com isso, as questões coletivas ficam em segundo plano (LIRA,2011).

Mesmo com esses problemas a serem enfrentados, no ano em que o Moda Center Santa Cruz havia sido inaugurado, todos os esforços da prefeitura estavam voltados para esse setor e por isso é possível observar que a mudança da feira naquele momento estava tendo prioridade no quesito de atuação da Secretaria Municipal de Desenvolvimento econômico¹³Sobre isso, é importante frisar que a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Santa Cruz do Capibaribe e seu secretário tem um relação com os empresários que se articulavam em função dos interesses econômicos devido as relações serem baseadas no sistema capitalista dominante (LIRA,2011).

Em relação às entrevistas que Lira (2011) realizou, sobre o governo estadual, através da secretaria de desenvolvimento econômico, relatou que no ano de 2009 organizou um processo de planejamento em longo prazo cujo objetivo era planejar uma política de desenvolvimento de estado para a cidade do polo de confecções.

Os confeccionistas precisam de um apoio institucional pra garantir suas comercializações, além de alternativas viáveis para o setor produtivo em relação a créditos. Existem pessoas que se desfizeram de bens materiais necessários ou se endividaram com agiotas para investir nos seus negócios. Esse setor financeiro é difícil de ser relacionado com os pequenos confeccionistas para liberação de créditos nos bancos (LIRA,2011).

As várias relações existentes no aglomerado de pequenos e micro empresas de confecções do agreste partem dos fabricos, fabricas, facções que se estendem na comercialização em feiras e centros de compras e se ampliam nos fluxos diversos através do comércio, matéria prima e máquinas. Além disso, existem vários segmentos que são constituídos de agentes através de suas ações para o desenvolvimento que modifica e amplia a presença de novos objetos, modificando ou mantendo as relações já existentes (LIRA,2011).

¹³Planejar, fomentar e executar a política de desenvolvimento econômico nos setores industrial, comercial e de serviços; identificar, atrair e apoiar investimentos voltados à expansão das atividades produtivas do Município. Disponível em: http://www.santacruzdocapibaribe.pe.gov.br/secretaria_ver.php?id=61

Mesmo com todo esse aglomerado de atores do polo de confecções no agreste, é importante ressaltar que o foco desta pesquisa são os atores locais do Moda Center Santa Cruz, ou seja, aqueles que tem a vivência diária nos negócios e são atuantes nos dias da feira, sejam eles confeccionistas, faccionistas, administradores das lojas, gerentes, ou outra denominação que julgarem mais adequada.

Na próxima seção deste referencial, serão esclarecidos alguns conceitos que servirão como ferramenta de análise.

2.5 O moderno, o tradicional e o híbrido

Nessa seção serão discutidos alguns conceitos que servirão como ferramentas analíticas para a compreensão do Moda Center Santa Cruz como um espaço híbrido, que mescla elementos modernos e tradicionais.

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).

Este autor 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 resultado 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 (SANTOS, 2016).

Segundo Max Weber (2014), ação social pode ser compreendida pelo “comportamento de outro, seja ele passado, presente ou esperado como futuro” (Weber, 2014, p.13). Esse “outros” pode ser compreendido por indivíduos e conhecidos ou uma pluralidade de pessoas desconhecidas. Vale salientar no conceito de ação social nem todo tipo de ação adotada é considerada “ação social”. Um exemplo que podemos dizer é que nem todo comportamento interno é ação social. Só será denominado se for orientado pelas ações de outros.

É importante ressaltar que ação social não é igual a uma ação homogênea de muitas pessoas juntas como também não é influenciada por qualquer ação a partir do comportamento de outras. Por isso, alguns tipos de reações podem ser dificultados ou facilmente influenciados

por um indivíduo ser parte de uma “massa” fazendo com que o comportamento humano provoque vários tipos de sentimentos (WEBER, 2014).

A ação social pode ser determinada de quatro formas, uma delas é a ação racional referente a fins que são comportamentos de objetos de um mundo exterior e de outras pessoas a partir de condições ou meios para se criar seus próprios fins, como o sucesso. Existe a ação racional referente a valores que consiste na crença consciente do valor a partir da sua interpretação, seja ela ética, religiosa ou estética, sendo assim inerente a determinado comportamento independente do resultado. Existe a ação afetiva com ênfase emocional a partir de afeto ou estados emocionais recentes. E por fim, a ação tradicional, este por costumes arraigados que são fluídos naturalmente por transições (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 (SANTOS, 2016).

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

[...]Estritamente 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 as 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 seja de costumes ou a partir da cultura de uma sociedade, seja de um povo ou de uma comunidade. Também pode ser por traços ou costumes que mantém uma mesma ideia ou opinião sobre as coisas.

Com efeito, ao se observar a ação social, percebemos portanto, uma regularidade dos fatos onde uma ação sempre se repete com o mesmo agente (WEBER, 2014).

Como dito anteriormente, a modernidade pode ser caracterizada pela predominância da ação social racional, com a valorização da realização pessoal e do individualismo, substituindo a importância de atributos herdados da família. Por isso, é possível observar que essa modernidade se destaca pela racionalização, levando a valorização das conquistas individuais (SANTOS, 2016).

Com relação à modernização brasileira, pode-se dizer que a mesma se deu de forma seletiva e diferenciada dos outros países, pois a base de pensamento é sobre o atraso brasileiro

nos termos culturais e econômicos, causando um desenvolvimento incorreto e com imperfeição, o que não é a realidade, de acordo com Souza (2000). Foi a partir do confronto entre a modernidade europeia com uma sociedade patriarcal já constituída no Brasil que se deu uma modernização híbrida, ou seja, uma modernidade já burguesa, mas patriarcal.

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, como já proposto por Souza (2001), ao mencionar a “modernização híbrida” brasileira.

Para Canclini (2013), falar sobre identidade, culturas, diferenças, 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).

Este autor define hibridação por “processos socioculturais nos quais estruturas e práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estrutura, objetos e práticas” (CANCLINI, 2013, p. 19). O mesmo fala sobre essas estruturas discretas como resultado de hibridações, explicando o motivo pelo qual não pode ser considerada uma fonte pura. Por isso existem as misturas mais homogêneas e outras mais heterogêneas, destacando que nenhuma seja pura ou apenas homogênea (CANCLINI, 2013).

Por volta do século XIX, a hibridação era considerada como uma forma de desconfiança porque se tinha em mente que a mesma prejudicaria o desenvolvimento social. Mesmo assim, pequenos fragmentos da história das hibridações colocaram em evidência a produtividade e o poder da inovação de misturas interculturais (CANCLINI, 2013).

Com o resultado de processos migratórios turísticos, econômico ou comunicacional, foi possível observar que a hibridação surge da criatividade individual e coletiva. A partir desse processo, busca-se reconverter um patrimônio para poder reinserir o mesmo em condições de produções e de mercado, fazendo surgir os processos híbridos (CANCLINI, 2013).

Canclini (2013) deixa claro que o objeto que foi estudado não é de fato a hibridez, mas sim os processos de hibridações, sejam eles com análise empírica dos processos com articulações da estratégia de reconversão, mostrando que a hibridação demonstra interesse tanto aos setores hegemônicos, como aos populares, para obter benefícios da modernidade. Portanto, esses processos de hibridação levam à noção de identidade e não possuem ênfase na hibridação

de identidades “puras” ou “autênticas”, mas coloca a clareza do risco de delimitação sobre identidades locais autocontidas ou que se posicionem opostas à sociedade nacional ou até mesmo a globalização (CANCLINI,2013).

Portanto, para Canclini (2013), estudar os processos culturais é uma forma de situar em meio a uma heterogeneidade e permite entender como se produzem as hibridações. Para este autor, nós podemos entrar e sair da modernidade, bem como entrar e sair da hibridez. Por isso, Canclini (2013, p. 25) diz que:

[...]Se falamos da hibridação como um processo ao qual é possível ter acesso e que se pode abandonar, do qual podemos ser excluídos ou ao qual nos podem subordinar, entenderemos as posições dos sujeitos a respeito das relações interculturais[...]

É importante frisar que a hibridação ocorre por meio de condições sociais específicas a partir do sistema de produção e do consumo a partir da estimativa de ida e vinda de muitos agentes(CANCLINI,2013).

Este conceito permite pensar que a modernidade não ocasiona apenas separação de nações, etnias e classes, mas que ela acontece nos cruzamentos socioculturais, nos quais o moderno e o tradicional se juntam. A América Latina, neste sentido, é vista como uma articulação complexa de tradições e modernidades, onde em cada lugar existem várias formas de desenvolvimento (CANCLINI,2013).

Sendo assim, Santos (2016) aponta que é importante compreender que, na sociedade brasileira, nordestina e Agrestina existem processos variados de hibridações, e que os mesmos se dão nas tentativas de adaptação ou rejeição à modernidade. A exemplo, a autora menciona que na formação social, econômica e cultural a região Nordeste sempre foi possível observar processos híbridos devido aos interesses muito específicos, seja de grupos dominantes da região como o coronelismo, cangaço, entre outros que buscavam manter seus privilégios. Com efeito, a formação do Nordeste se caracteriza pela necessidade de uma origem para região, criando uma invenção da tradição para garantir privilégios e lugares sociais (SANTOS, 2016).

Em relação ao Moda Center na cidade de Santa Cruz do Capibaribe, percebe-se que essa região constitui um espaço híbrido, por ser alvo de forças que se mostram modernizantes e tradicionais (oriundas do seu passado histórico) ao mesmo tempo. É possível observar, por exemplo, que estruturas socioeconômicas antigas e o poder público tradicional predominam nesta região, coexistindo com a estrutura moderna do Moda Center Santa Cruz.

Nesta mesma relação é importante destacar o que a autora Santos nos faz refletir sobre esta região (2016, p.19):

[...]Uma vez que a realidade nordestina e agrestina é constituída por esse aspecto híbrido, acredito que as experiências com o trabalho ali realizadas são ambíguas, dinâmicas e fluidas. Defendo, também, que diferentes estratégias dos agentes sociais podem ser observadas em busca de garantir espaço no mundo do trabalho, bem como representatividade social e identitária [...]

Como um bom exemplo sobre esses processos híbridos, a autora Almeida Pereira (2017), nos traz as características do perfil empresarial híbrido em um estudo com donos de negócios, realizado em uma das cidades do polo de confecções, Toritama. Caracterizam estes 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 improviso 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) (PEREIRA,2017).

Sendo assim, percebe-se a relação complexa que se dá entre elementos modernos e tradicionais, constituindo as práticas híbridas. Acredita-se, neste trabalho, que a percepção dos atores do Moda Center Santa Cruz sobre este espaço e sua história, permitirá a compreensão deste contexto como um espaço híbrido. A seguir, capítulo referente aos procedimentos metodológicos da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresentará os métodos e técnicas que serão utilizados para compreender o fenômeno estudado. O capítulo aborda qual tipo de pesquisa utilizado, bem como as estratégias utilizadas na obtenção e análise do material empírico.

A pesquisa é indutiva, pois primeiro se foi a campo, pesquisou-se e leu-se sobre ele, para que depois pudesse escolher uma melhor abordagem teórica para o estudo, que pudesse ser utilizada de uma melhor maneira nas discussões.

Esta pesquisa é também de abordagem qualitativa porque os objetos não são reduzidos a variáveis. Situações e pessoas são estudadas de diversos métodos, coisa que na pesquisa quantitativa não é possível e os critérios centrais da pesquisa qualitativa consistem mais em determinar se as descobertas estão de acordo com o material explícito (FLICK, 2009). De acordo com Oliveira (2014, p. 59), “a pesquisa qualitativa explica em profundidade o significado e as características das informações obtidas” proporcionando uma maior intimidade com o problema.

A pesquisa é de caráter exploratório, já que o tema escolhido, nomeadamente as percepções do trabalhadores em relação ao Moda Center, é pouco explorado pela literatura. Os métodos utilizados são bastantes flexíveis, possibilitando a consideração de vários critérios relacionados ao tema estudado. Foi realizada uma sequência de entrevistas com pessoas que obtiveram experiências práticas com o que será estudado e abordado (OLIVEIRA, 2014; GIL, 2002), ou seja, trabalhadores locatários de empreendimentos de confecções no Moda Center Santa Cruz, que trabalharam ou obtiveram algum banco de feira nas ruas de Santa Cruz do Capibaribe antes da criação do Moda Center. Esse perfil selecionado é importante para que possamos observar as diferenças que houveram ao longo dos anos a partir da criação do Moda Center nos anos 2006. Os respondentes da pesquisa também foram selecionados pelo critério de acessibilidade com os mesmos (confeccionistas e consignados do Moda Center Santa Cruz) e posteriormente através de indicações. Acreditamos que esses atores locais são importantes, pois vivenciaram a feira de rua e hoje possuem algum ponto comercial no Moda Center Santa Cruz, ou seja, vivenciaram as mudanças ocorridas com o Moda Center Santa Cruz, desde sua implementação na cidade.

Para obter as respostas necessárias ao problema de pesquisa proposto, o estudo fez uso de entrevistas individuais semi-estruturadas que segundo Gil (2002, p. 117) são guiadas por

relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso e face a face como técnica de coleta de material empírico.

Segundo Gil (2002), é importante apresentar estratégias para a realização de entrevistas e deve-se considerar duas etapas que são fundamentais: a especificação dos dados que se almejam obter e a escolha e formulação das perguntas para que o objetivo ajude no desenvolvimento de uma compreensão sobre o mundo do respondente, focalizando em determinado ato social. De acordo com Flick (2009) devem utilizar quatro critérios ao longo do planejamento e condução da entrevista, o não-direcionamento, a especificidade, o espectro e, ainda, a profundidade e o contexto social revelados.

As entrevistas foram realizadas em um período de vinte dias, pela pesquisadora e ocorreu nas respectivas casas dos entrevistados, com nove confeccionistas, faccionistas e consignados. Algumas das entrevistas foram marcadas por telefone, outras a pesquisadora foi até a casa das pessoas para saber da sua disponibilidade para realização e a maioria foi feita no mesmo dia. O número foi definido de acordo com o critério da saturação, no qual interrompe-se a pesquisa de campo, quando se observa que não se atingirá dados adicionais e relevantes (FLICK,2009).

Desta forma, se olharmos para as entrevistas, podemos observar distinção entre idade, formação familiar, nível de escolaridade e sexo e que mesmo assim, no decorrer das mesmas foi possível observar que algumas respostas tornavam-se redundantes, ou seja, já não era possível surgir mais nada novo.

Apenas uma das entrevistas não aconteceu de forma semi-estruturada, pois foi apenas uma complementação da descrição do funcionamento do Moda Center Santa Cruz, haja em vista que não existem muitas fontes (que não seja oral) sobre o empreendimento. Além disso, todas foram com pessoas de fácil acesso, independente do meio a ser utilizado. Também é importante frisar que as entrevista com os consignados, que foram 2 (duas), foram não presenciais, e o roteiro foi adaptado porque eles não possuíam experiência anterior com a antiga feira de rua, apenas tinham como base o Moda Center Santa Cruz.

O estudo é do tipo transversal, uma vez que a coleta de dados ocorreu em apenas um único momento. Tal procedimento deve-se ao curto espaço de tempo para a realização do trabalho e a forma de coleta de dados foi por meio de entrevistas presenciais, semiestruturadas apoiadas por um roteiro de entrevistas semi estruturado com catorze perguntas, e tendo como entrevistados empreendedores locais que estão à frente de lojas ou boxes atuantes no Moda Center Santa Cruz. Além disso, as respostas foram registradas a partir de áudios, autorizados

pelo entrevistados. Para tanto, a entrevista será realizada tentando não haver nenhuma interferência do pesquisador, para não inibir a livre resposta dos entrevistados.

Foi solicitada uma declaração a administração do Moda Center Santa Cruz, permitindo o uso das imagens neste trabalho. A pessoa com quem foi solicitado faz parte do organograma da administração do Moda Center Santa Cruz como segundo secretário da direção. Essa declaração encontra-se em anexo.

A abordagem foi de fácil acesso, pois a pesquisadora mora na cidade em que ocorreu a pesquisa e conhece pessoas que trabalham no Moda Center. Alguns pais de colegas e outros amigos dos pais da entrevistada. As entrevistas ocorreram nos dias variados da semana, pois eram os dias marcados pelos entrevistados ou quando a pesquisadora tinha um tempo a mais para ir até a casa dos entrevistados. As entrevistas tiveram durações diversas, mas que variaram de onze minutos e a máxima chegando a quase trinta e cinco minutos.

Após a realização das entrevistas, elas foram transcritas pela pesquisadora com um total de trinta páginas de dados textuais que estão no apêndice. Com o intuito de contribuir com o alcance dos objetivos deste trabalho, convencionou-se utilizar, sobre o material empírico coletado, o método de análise de conteúdo.

De acordo com Bauer (2008) a análise de conteúdo é uma técnica híbrida que pode mediar a discussão entre virtudes e métodos. É uma técnica que pode produzir interferências para um contexto social utilizando procedimentos sistemáticos explícitos e replicáveis. Vale salientar que a análise de conteúdo é usada para construír índices, reconstruir mapas de conhecimento com estudos puramente descritivo.

De acordo com Bardin (2011), a análise de conteúdo precisa de 3 polos cronológicos. Começando pela pré-análise; que tem por objetivo a organização composta por atividades não estruturadas e a exploração sistemática dos documentos como a leitura para estabelecer contato com os documentos em análise, a escolha dos documentos com o universo demarcado. Portanto esse universo é demarcado por “*corpus*” é submetido aos procedimentos analíticos com escolhas, seleções e regras. Portanto, para a amostragem é necessário descobrir a distribuição dos caracteres dos elementos da amostra.

Em relação ao segundo polo cronológico, a exploração do material, Bardin (2011) enfatiza que se as formas da pré-análise foram concluídas, esta é a fase da aplicação das decisões tomadas. Com efeito, esta fase consiste em função das regras previamente formuladas. No último polo, tratamento dos resultados obtidos e interpretação são tratados de maneira

significativas e válidas, com quadros de resultados, modelos e imagens os quais põem em relevo as informações fornecidas pela análise.

Para análise, foi realizado um quadro temático com categorias maiores e temas que respondem os objetivos específicos, para que logo mais pudesse responder ao objetivo geral. Além disso, foi possível a inclusão de subtemas, compondo os temas maiores ou categorias, para que separassem as falas dos nove entrevistados que estivessem de acordo com cada categoria e subtema, sendo reunidas juntas. As categorias consideradas como temas foram: perfil dos entrevistados, caracterização da antiga feira de rua, caracterização da dinâmica do Moda Center Santa Cruz, modernização proporcionada pelo Moda Center Santa Cruz, percepção sobre o moda center, elementos tradicionais presentes no comércio no Moda Center Santa Cruz. E seus respectivos subtemas foram: Percepção sobre o calçadão Miguel Arraes, a percepção dos agentes sobre o Moda center, laços de amizade entre os donos dos boxes , aprendizagem oral entre gerações, reconhecimento em outros estados e/ou países , atendimento ao cliente , qualidade dos produtos, infra-estrutura ,sobre os condôminos do moda center , não obrigatoriedade de formação escolar , laços de amizade entre os donos dos boxes , aprendizagem oral entre gerações confiança do feirante , Início da antiga feira de rua , relação com o cliente, vínculos entre feirantes, infra-estrutura, confeccionista, consignado, faccionista, aspectos a melhorar. Esses subtemas foram escolhidos para um melhor entendimento e melhor seleção das falas que se encaixassem em conjunto. A seguir, encontramos o modelo do quadro.

Temas/ categoria	Subtemas
Perfil	Faccionista
	Confeccionista
	Consignado
	Motivos ou causas que fizeram trabalhar na feira
Caracterização da antiga feira de rua	Em relação à infra-estrutura
	Em relação aos vínculos entre feirantes
	Em relação ao cliente
	Início da antiga feira de rua
Caracterização da dinâmica do Moda Center	Transição da feira de rua para o moda center
	Em relação ao Cliente
	Confiança do feirante
	Aprendizagem oral entre gerações
	Laços de amizade entre os donos dos boxes
	Não obrigatoriedade de formação escolar
	Sobre os condôminos do moda center
	Percepção sobre o calçadão Miguel Arraes
	O que é essencial para conseguir sobreviver tantos anos na feira
Percepção sobre o Moda Center	O que as pessoas achavam do moda center antes de inaugurar
	Aspectos positivos
	Aspectos a Melhorar

Modernização proporcionada pelo Moda Center	Qualidade dos produtos
	Atendimento ao cliente
	Reconhecimento em outros estados e/ou países
	Contradições da modernização
Elementos tradicionais presentes no comércio	Aprendizagem oral entre gerações
	Laços de amizade entre os donos dos boxes

Quadro 1: Quadro temático

Fonte: Elaborado pela autora

No quadro a seguir, são apresentadas informações sobre os 9 (nove) entrevistados em relação a data da entrevista, o início da entrevista bem como a sua duração.

Entrevistado	Data da entrevista	Horário de início da entrevista	Duração da entrevista
1	28/03/2017	17:05	33min 96seg
2	29/03/2017	20:12	16min 56seg
3	29/03/2017	17:27	28min 19seg
4	11/04/2017	20:14	20 min 09seg
5	15/04/2017	10:12	34min 50seg
6	15/04/2017	11:02	12min 54seg
7	17/04/2017	20:19	16min 47seg
8	17/04/2017	19:35	11min 53seg
9	17/04/2017	16:22	1min 11seg
10	28/05/2017	20:02	3min 54seg
11	28/05/2017	20:36	3 min 25 seg

Quadro 2: Dados dos entrevistados

Fonte: Elaborado pela autora

Em relação às limitações encontradas neste trabalho, a principal foi a escassez de literatura sobre o Moda Center Santa Cruz. Foi uma limitação pelos poucos autores encontrados sobre o assunto, sendo necessário primeiro entrar em campo. Alguns dos resultados e das informações contidas neste trabalho sobre o Moda Center Santa Cruz foram coletadas a partir das falas dos entrevistados, sendo esta uma maneira encontrada de diminuir o impacto negativo que poderia causar nessa pesquisa.

No próximo capítulo se encontram a apresentação e análise do material empírico coletado com atores locais participantes da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo tem a finalidade de apresentar e analisar os dados obtidos por meio das entrevistas aplicadas com atores locais de confecções Moda Center Santa Cruz, visando investigar o processo híbrido do respectivo empreendimento.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MODA CENTER SANTA CRUZ

O Moda Center Santa Cruz anuncia-se como “o maior centro atacadista de confecções do Brasil” (MODA CENTER, o parque) e reúne um pouco mais de dez mil pontos comerciais, entre eles boxes e lojas com peças no atacado e no varejo. Possui um espaço de 32 hectares com 120.000 m² de área coberta. Toda semana existe um fluxo grande de pessoas pelo empreendimento e em períodos de maior movimento (feiras dos meses de maio/junho e novembro/dezembro), o local chega a receber mais 150 mil clientes por semana, vindos de todo o País. A maioria de seus clientes são vindos da região Norte e Nordeste (MODA CENTER).

As feiras no Moda Center Santa Cruz acontecem sempre às segundas e terças, das 7h às 18h. Porém, nas altas temporadas (a partir da segunda quinzena de maio e durante todo o mês de junho, assim como em novembro e dezembro), o centro de compras também abre aos domingos, sempre no mesmo horário. Não há feira de quarta a sábado, mas algumas dezenas de boxes e lojas podem abrir de acordo com a determinação de cada comerciante.

A missão do empreendimento é “promover um ambiente de negócio no segmento de moda, integrando clientes e condôminos, consolidando-se como agente de desenvolvimento econômico e social, com excelência na prestação de serviços e infraestrutura” (MODA CENTER, missão). Sua visão proclamada é “ser reconhecido como o maior e melhor centro atacadista de moda da América Latina”.

O parque disponibiliza seis praças de alimentação com restaurantes e lanchonetes, estacionamento gratuito para seis mil veículos incluindo ônibus e carros, rede de hotéis e dormitórios. O Moda Center ainda oferece posto ambulatorial, farmácia, caixas eletrônicos, banheiros, carrinhos de compras, sistema de som, rádio e TV internos, circuito de segurança, balcão de informações e muito mais.

O Moda Center é visto como o polo de confecções mais recente em relação ao Parque das Feiras de Toritama e a feira de Caruaru, por ter sido inaugurado no ano de 2006, construído por sistema de condomínios que pagam pelo que compram e se tornam sócios do empreendimento (SÁ 2015).

Como o Moda Center Santa Cruz é um sistema de condôminos, existe um valor para cada empreendimento. Todos pagam, sem nenhuma exceção. É uma taxa mensal que pagando até o dia quinze de cada mês, existem os respectivos descontos, conforme o quadro 3 abaixo:

Empreendimento	Valor normal	Valor com desconto
Boxes	R\$ 127,50	R\$ 107,00
Lojas laterais	R\$ 415,00	R\$ 348,00
Lojas internas/externas	R\$ 428,00	R\$ 374,00
Restaurantes	R\$ 428,00	R\$ 374,00
Hotéis	R\$ 602,00	R\$ 535,00

Quadro 3: Notas de campo
Fonte: Material Empírico, 2017

O Moda Center tem seu organograma composto por síndico se subsíndicos, dois tesoureiros e dois secretários, três titulares do conselho fiscal, três titulares do conselho consultivo e seis suplentes do conselho consultivo. Além desses, em relação a sua administração, o organograma é composto por gerentes, que são eles: geral interno, financeiro, de comunicação e marketing, recursos humanos, operações e seguranças e logística.

Comerciantes que vendiam na feira da sulanca no centro da cidade e não obtiveram boxes ou lojas no Moda Center, por motivos diversos, se estabeleceram no local atrás do moda center que já foi chamado de Poeirão e hoje denominou-se como o calçadão Miguel Arraes (Sá 2015).

Na literatura não foram encontrados estudos sobre o calçadão Miguel Arraes. Neste sentido, este tema será explorado na análise desta pesquisa.

A seguir, visualizamos alguns pontos do Moda Center através de imagens.



Figura 2: Box do Moda Center
Fonte: Material Empírico, 2017

Como podemos observar nesta imagem, este é o um dos setores existentes no Moda Center na parte dos boxes. Podemos observar que cada condômino, dono de negócios, cada um cria o seu próprio modelo de exposição dos modelos de acordo com os padrões estabelecidos do Moda Center, em relação ao tamanho, altura e o que pode ser utilizado ou não. Para que esses eles estejam com padrões certos, é necessário uma autorização. Também é possível observar a movimentação de clientes em torno dos boxes. Esses padrões estão relacionados com o limite de altura que se pode colocar os manequins, placas e alguns objetos, e sobre alguma reforma que os donos de boxes queriam fazer. Além disso, para que essas mudanças sejam feitas, a autorização tem que ser pega na administração do Moda Center. Tais padrões nos remetem à noção de modernização, por racionalizar a ação dos comerciantes que atuam no local, conforme discutiremos mais adiante.



Figura 3: Coberta da divisão dos setores

Fonte: Material Empírico, 2017

A figura 2 retrata a cobertura que divide os setores do estabelecimento, podendo ser observados o setor verde e o vermelho. Podemos observar os sacos cheios de mercadorias, que geralmente as pessoas deixam sob responsabilidade de algum amigo ou familiar que vai junto, ou com as pessoas da empresa de ônibus. Geralmente eles deixam nesta parte para não carregarem junto consigo, ou para o pessoal das empresas de ônibus levarem até o transporte. A cobertura é alta para evitar desconforto de condições climáticas e os boxes expõem mais mercadorias de vários modelos e segmentos.



Figura 4: Praça de alimentação
Fonte: Material Empírico, 2017

Nesta foto, observamos a praça de alimentação, cada praça de cada setor, possui nove lanchonetes ou restaurantes. É possível observar uma parte da praça de alimentação do setor vermelho e a continuidade no setor azul. A pessoa que está de fardamento laranja e azul é uma das funcionárias do Moda Center, responsável pela limpeza. Os restaurantes são self-service em sua maioria, e o cliente pode escolher qualquer mesa para se acomodar.



Figura 5: Corredor entre lojas externas e boxes

Fonte: Material Empírico, 2017

Ao observarmos esta imagem, vemos do lado direito as lojas externas do setor amarelo e do lado esquerdo, os boxes. Existem vários boxes juntos e modernizados em relação as necessidades do vendedor e do comprador, com um pequeno projeto de adaptação para as mercadorias na questão dos manequins, para que caibam vários em pequenos espaços. A coberta também se faz presente nesse espaço e em todos os setores.

4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.2.1 Perfil dos entrevistados

Nesta seção estão descritos os dados gerais das entrevistadas dessa pesquisa. Os dados no quadro 4 a seguir se referem a idade, grau de escolaridade, estado civil, e idade que começou a trabalhar a confeccionar.

Idade	Formação escolar	Formação familiar	Sexo	Idade que começou a confeccionar
65 anos	Ensino médio completo	Casada, com filhos	Feminino	+ ou – 17 anos
70 anos	Ensino fundamental incompleto	Casado, com filhos	Masculino	+ ou - aos 22 anos
46 anos	Ensino médio completo	Casado, com filhos	Masculino	18 anos
35 anos	Ensino médio completo	Casado, com filhos	Masculino	Entre 13 e 14 anos
58 anos	Ensino médio completo	Casado, com filhos	Masculino	+ ou – 16 anos
57 anos	Ensino médio completo	Casada, com filhos	Feminino	24 anos
46 anos	Ensino médio completo	Casada, com filhos	Feminino	+ ou – 20 anos
33 anos	1º ano do ensino médio	Casado, com filhos	Masculino	10 anos
45 anos	Ensino médio completo	Casada, com filhos	Feminino	23 anos
24 anos	Ensino médio completo	Solteiro	Masculino	É consignado
26 anos	Ensino médio completo	Casado, com filhos	Masculino	É consignado

Quadro 4: Dados dos entrevistados

Fonte: Material Empírico, 2017

Com relação aos entrevistados, existem tanto homens, 5 (cinco), quanto mulheres, 4 (quatro), que possuem idade entre 33 (trinta e três) e 70 (setenta) anos. Já com relação à idade que começaram a confeccionar, variaram entre 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 sabia, como é possível observar nas falas a seguir:

“Como eu era um pouco curiosa em relação a 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 começo a despertar em mim esse interesse de trabalhar” (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” (Entrevistada 9).

Nessas falas, já é possível perceber que a inserção no trabalho de confecções pode se dar a partir da necessidade, e que se aprende com familiares, conforme será discutido mais adiante.

No que se refere ao nível do grau de escolaridade, 7 (sete) 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 vêem 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)

Quanto ao estado civil dos entrevistados dessa pesquisa, todos são casados e possuem filhos. Em relação ao seu perfil profissional, quatro (4) se consideraram faccionistas, dois (2) consideraram ser confeccionistas e dois (2) consignados. Os que se apresentaram como faccionistas explicaram suas principais atividades:

“Você corta a mercadoria, faz uns pacotes, conta e bota na casa da costureira, você dá o material e tem muita facção que também faz com o material dele, mas no meu caso eu boto a costura, as peças e dou todo o material e ela me entrega as peças prontas e eu pago X de cada peça tá entendendo? Ai na minha casa eu mando a mercadoria e vem somente pra eu embolsar e levar pra feira” (Entrevistado 1).

“Hoje eu tenho facção e costureira. As duas opções porque hoje nós temos um problema de mão de obra na região na fábrica e tem muitas facções porque o pessoal hoje trabalha em casa fica mais um negócio [pausa] ela reúne as famílias em casa e faz esse fechamento, mas todo o final é feito na minha empresa. Elas fecham a camisa e todo o resto do procedimento é feito na empresa” (Entrevistado 5, 11/04/2017).

“Eu deixo na casa de duas costureiras e dou o acabamento que é pra mim ver a qualidade, ai quem embolsa é a gente porque se vim com defeito pra gente tirar”

É possível perceber, através dessas falas, 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 ganhar por dia de trabalho ou por peça produzida (LIRA,2011). Trabalham costurando peças completas ou produzem partes ou componentes das confecções.

O trabalho dos faccionistas pode acontecer nos domicílios e geralmente não possui qualquer exigência de qualificação certificada para o exercício das atividades de costura

(COSTA,2012). Também é possível analisar a questão do trabalho entre suas próprias casas e possivelmente pode existir a ajuda de algum familiar.

Alguns faccionistas entregam a mercadoria pronta para a pessoa que pediu para fabricar suas peças, ou então fazem a parte da costura e tiram as pontas de linha da peça e da parte do acabamento. Para ver a qualidade das peças, os confeccionistas trazem de volta para suas casas e/ou fábricas e juntos com as pessoas que trabalham consigo, fazem a parte da avaliação de peças. Caso haja um defeito ou problema, a peça volta pra facção para que seja consertado o erro. É por isso que a parte de finalização, como dobrar, embolsar e etiquetar são feitos pelos confeccionistas.

Em relação aos confeccionistas, os que se denominaram assim mostram que seu trabalho envolve as principais atividades:

“Primeiro é comprar o tecido, cortar, costurar, embalar e ir pra feira” (Entrevistado 3).

“Hoje eu trabalho com confecção, trabalho com camisaria na fábrica. Fabricar camisa primeiramente nós compramos a malha, quando chega nossa malha nós passamos a fazer o corte, depois de fazer o corte da camisa e os enfeitos, a camisa vai ser bordada ou estampada então se parte para o bordado nós mandamos aquela ficha para o bordado, e ela pode ser também estampada e bordada. Feito esse processo nós mandamos para área da costura que faz todo fechamento da camisa, passa pela uma revisão pra saber se ficou tudo pronto e tudo perfeito e depois vai pra o setor de embalagem quando embala todas as camisas e depois ainda vai pra o estoque que é onde a gente tira para as vendas. Do estoque nos selecionamos para lojas no moda center, Toritama, caruaru e tem todo esse procedimento. Tem o banco da feira que vende minha mercadoria” (Entrevistado 5).

Podemos perceber, tomando como base Lira (2011), que os confeccionistas são pessoas que já possuem algum poder de propriedade, sendo as confecções produzidas em suas residências, fabricos, facções ou fábricas, ou seja, qualquer lugar que seja de acordo com a denominação dos fabricantes. No caso do entrevistado 5, ele possui sua fábrica com vários funcionários que, por meio de divisão de tarefas como a compra do tecido, a costura, corte e embalagem, segmentou a confecção dos produtos em setores como o de estoque, produção, acabamento e vendas, que no caso ele destina para suas respectivas lojas.

Os confeccionistas podem atuar em diferentes aspectos da produção e podem escolher qual público de clientes deseja atender, como também a forma de vendas, se será varejo ou atacado, e/ou os dois. Os faccionistas não tem esse poder, porque são subcontratados apenas para produzirem partes e/ou toda mercadoria. No caso do entrevistado 3, por exemplo, ele menciona as atividades de corte, costura e embalagem como as suas principais enquanto confeccionista, atividades estas mencionados por Lira (2011).

Nos casos dos confeccionistas tanto pode haver a informalidade como a formalidade (LIRA, 2011). 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, elaborar o corte, a produção e o acabamento da mercadoria em questão. Na questão de confeccionistas que possuem fábricas, existe a divisão de tarefas dentro dos setores até o final da embalagem, que é quando a mercadoria é separada para as feiras e se levam para os boxes para colocar nos manequins e guardar o restante, no caso do Moda Center Santa Cruz.

É importante destacar que a maioria dos entrevistados nesta pesquisa são confeccionistas e donos de negócios, ou seja, eles possuem uma compreensão muito específica sobre o Moda Center Santa Cruz, que se diferencia da percepção de outros atores que também trabalham com confecção.

Foram identificadas no perfil dos atores locais, a partir das entrevistas, pessoas que trabalham como consignado, como podemos ver nas falas abaixo.

“Algum 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 começar com uma quantidade pequena de mercadoria e quem pegar prestar 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, eu acho que é mais ou menos assim” (Entrevistado 10).

“Consignado é quando no meu comércio eu uso um tipo de negociação que o meu cliente pega a mercadoria por um tempo sem ele me pagar nada. Leva e o que ele vendeu, ele tira seu dinheiro pra lá e o que ele não me vendeu ele me devolve e eu fico com aquilo, e isso faz com que eu fique com o comércio fique sempre girando a mercadoria e também não prejudica muito ele, e ele pode levar muita mercadoria e não se dar mal. Nessa parte dos saldos eu não tenho me prejudicado porque geralmente ele leva numa semana e trás na outra, então ele não passa muito tempo com a mercadoria lá e quando volta dá pra mim vender como uma mercadoria que tá na moda. Entrego no mesmo preço porque também ele tá tendo uma vantagem pra ele, eu só faço isso também depois que eu conheço meu cliente” (Entrevistado 11).

Nesse caso, na teoria não encontramos nenhum autor que falasse sobre o perfil consignado. Porém elas são existentes no Moda Center Santa Cruz, como evidenciado em campo. Podem ser pessoas que trabalham nos boxes ou em lojas que vendem em varejo ou atacado e apenas pagam no final da feira, quando recebem o dinheiro dos clientes e acabam acertando com quem forneceu a mercadoria. O valor que eles colocam em cima da mercadoria vai de acordo com cada um e pode variar de R\$1,00 até R\$10,00. O fornecedor que entrega a mercadoria, possivelmente é o seu concorrente, pois quando o consignado devolve a mercadoria

ele ainda tem como vender as peças que foram consignadas já que na semana que termina a feira tem a prestação de contas e enfatiza que não prejudica a pessoa com quem pegou as peças, ou seja, ela não perde vendas.

Em relação ao consignado, não foi possível encontrar pessoas que antes trabalhassem na feira de rua, pois o ganho na antiga feira de rua era muito pouco, e essa atividade existia em menor número. Depois do Moda Center, que funciona só um dia ou dois da semana, as pessoas não tem trabalho de confeccionar as peças, apenas precisam ir à feira, o que aumentou a quantidade de consignados. Geralmente, essa atividade é uma renda extra.

Na questão da relação de negócios entre consignados e confeccionistas, é possível perceber que a confiança é a base para esta relação, pois eles acreditam na palavra um do outro. Ou seja, existe uma crença na lealdade e no caráter da outra pessoa tanto com quem está fornecendo, quanto quem está pegando as mercadorias para a venda, e que só pagará ao fornecedor depois da venda.

As atividades e perfis relatadas até o momento estão sintetizadas no quadro a seguir:

FACCIONISTA	CONFECCIONISTA	CONSIGNADO
• COSTURA • DEVOLVE PARA O COFECCIONISTA	• COMPRA DE TECIDO • MODELAGEM DAS PEÇAS • CORTE DO TECIDO • COSTURA • ACABAMENTO DAS PEÇAS • EMBALAGEM • ESTOQUE • SEPARAÇÃO DOS PRODUTOS PARA DESTINAR AOS SEUS RESPECTIVOS PONTOS DE VENDA • ARRUMAR BOXES E/OU LOJAS • COMERCIALIZAR OS PRODUTOS NOS DIAS DE FEIRA	• SEPARAÇÃO DOS PRODUTOS PARA DESTINAR AOS SEUS RESPECTIVOS PONTOS DE VENDA • ARRUMAR BOXES E/OU LOJAS • COMERCIALIZAR OS PRODUTOS NOS DIAS DE FEIRA

Quadro 5: Atividades e perfis do entrevistados
Fonte: Material Empírico, 2017

De acordo com as entrevistas, podemos observar as várias atividades realizadas e identificadas por esses atores que mostram a caracterização do trabalho dos mesmos, até chegar a comercialização no Moda Center Santa Cruz. Essas atividades se aproximam da descrição da organização do trabalho na confecção em Almeida Pereira (2017) sobre os processos de trabalho da confecção do jeans. É possível perceber que os entrevistados mencionaram algumas atividades já mostradas por Almeida como o corte do tecido para realização do corte a partir da criação da modelagem feita a partir de uma peça piloto, a costura independente do ator que irá construir, a questão do acabamento das peças com a retirada de pontas de linhas, observar as linhas de costuras sobre as peças e a dobra e embalagem dos produtos. Porém, alguns processos que Almeida Pereira (2017) mostra em sua figura não foram mencionados pelos entrevistados, como a questão da criação, seja ela uma cópia ou criada a partir de um *design*.

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 9, ele diz gostar do que faz e se sentir bem no seu ambiente de trabalho e frisa a questão do amor ao trabalho com confecção, ou seja, ele trabalha com amor e gosta de manter boas relações com os seus clientes:

“Eu acho que tem que ser persistente, gostar do que faz, eu gosto muito o que eu faço, eu adoro vendas, se eu pudesse eu passava a semana lá todinha vendendo, porque só é 2 dias de feira e não tem clientes para isso, mas tudo que for fazer tem que fazer com amor pelo que você faz né, e assim eu adoro receber meus clientes bem, se eles me compram 100 peças eu atendo bem se me comprarem 1 é do mesmo jeito, eu não tenho esse problema” (Entrevistado 9).

No caso do entrevistado 3, ele mostra que teve toda oportunidade de obter estudos, mas a sua escolha foi estudar pouco e hoje se arrepende de não ter estudado e menciona o trabalho da feira como uma “sobra” para quem não concluiu os estudos, mostrando assim que a feira seria a única opção para quem não tivesse 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” (Entrevistado 3).

A partir da fala dessa entrevistada, 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 que a existência da feira são os próprios feirantes e a atividade é passada de pais para filhos:

“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” (Entrevistado 8).

Conforme já mencionado por Sá (2011), os costumes e a troca de aprendizados entre as gerações proporciona que a atividade comercial perdure por décadas na região, como o caso do entrevistado 9, que enfatiza que sempre foi criado nesse meio desde criança. Além disso, como as pessoas começaram a ter contato muito cedo com a confecção, como citado logo acima, as crianças acabam crescendo neste contexto das confecções, vendo seus pais trabalhando nos negócios e, em consequência disso, acabam obtendo incentivos com o negócio da família ou sendo induzidas a abrir seu próprio negócio ainda adolescente (COSTA, 2012).

Este fato fica claro também na fala da entrevistada 7:

“[...]Jeu 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 bastantes 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” (Entrevistado 7).

Nessa fala, é possível observar o fato de as pessoas estarem inseridas nessa atividade desde crianças, morando nos sítios, o que está associada à discussão sobre a origem rural da feira, realizada por Burnett (2004). Esta autora retrata a história da origem rural na atividade de confecção onde um mãe passava seus ensinamentos para suas filhas ainda pequenas para ajudá-la. Algumas mulheres tinham que costurar para os filhos com a sobra de retalhos e também costurar algumas para seus maridos venderem nas feiras.

Xavier (2006) também se refere a essa origem rural quando fala que Santa Cruz do Capibaribe, em meados da década de sessenta, possuía um pequeno centro comercial com atividades diferenciadas e advindas do meio rural onde as pequenas oficinas de roupas já trabalhavam com máquinas de costura de pedal.

Na fala da entrevistada 5, é possível perceber observar como se deu a origem da sulanca, em termos dos produtos elaborados:

“Depois eu entrei na confecção que fui começar como propriamente se diz sulanca que é nossa confecção fazendo as milongas que eram os calçãozinho imendado [risos]” (Entrevistado 5).

Burnett (2004) denomina sulanca como um produto genérico que se fabricava nas regiões, o que no caso da entrevistada era as famosas “milongas” ou seja, shorts que eram costurados com a junção de vários pedaços de retalhos para serem vendidos nas feiras de rua. A partir dessa dominação, foi se modificando com o intuito de formalizar essas atividades desenvolvidas neste contexto. Também é notório que em dos seus estudos Burnett (2004) enfatiza a feira de rua como um lugar popular e improvisado onde se concentram diversas atividades ligadas ao comércio, a produção e ao consumo.

Na próxima seção, discutiremos melhor como se forma a dinâmica de feira de rua e a transição da feira para o Moda Center Santa Cruz.

4.2.2 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, antes da existência desse empreendimento em Santa Cruz do Capibaribe. Os confeccionistas, faccionistas e consignados entrevistados, de forma geral, caracterizaram a antiga feira de rua em relação à infraestrutura, às condições físicas, ao ambiente, à alimentação, de forma negativa. De acordo com as entrevistas, podemos ver que:

“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 [aumento do tom de voz] você não tinha um banheiro, é [pausa] 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” (Entrevistado 4).

“Quem quer usar um banheiro, não tinha. Aquele mal cheiro porque tem boas e pessoas ruins em feira né?, incompetente digamos assim, porque tem pessoas chega em feira de rua e fazer xixi no meio da rua é péssima né? Assim aquele mal cheiro já atraía um coisa muito ruim pra gente nera? Assim pra os clientes também que não tinha como acomodar nenhum cliente, as carroças batiam nas pessoas desesperadamente aquela mal educação triste. E assim a diferença do moda center hoje é que assim a gente tem praticamente um shopping, um shopping né filha?” (Entrevistado 6).

“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 vêm 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” (Entrevistado 8).

Nas falas, o descontentamento com a feira de rua é comum entre todos os entrevistados, mas o entrevistado 4 não esquece de mencionar as suas origens, frisando a importância da feira para seu desenvolvimento enquanto comerciante. 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 se tornado melhor para população, algum dia, os atores locais passaram pela experiência da feira de rua.

No caso do entrevistado 8, além dele ter box no Moda Center Santa Cruz, ele ainda faz a feira de Caruaru, mencionando a desorganização da mesma comparado com a de Santa Cruz atualmente. 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 que a feira não tinha, nem para os feirantes nem para os compradores. A questão das condições climáticas, fosse chuva ou sol, os atrapalhava, seja molhando a mercadoria e danificando com a chuva ou o sol quente demais e as pessoas debaixo das lonas. A questão da segurança é outro fator mencionado, pois havia muito furto e as pessoas não tinham a quem recorrer. A questão dos carroceiros que não respeitavam as pessoas e batiam nelas podendo até machucar, além de não haver cadastramento dos mesmos para o controle da quantidade de carroceiros existentes. Sem esse cadastramento, se fosse necessário reclamar de algum, não havia como pois não tinha identificação. A questão do estacionamento também era vista como um problema, pois como tudo era no centro da cidade, era necessário espaço para colocar os banco de feira, ônibus, carros e motos, tudo misturado.

Em relação ao Moda Center Santa Cruz, podemos observar a percepção dos atores locais em seus depoimentos. A princípio, antes mesmo do empreendimento ser aberto, uns acreditaram e outros não no Moda Center, como pode ser observado nas falas a seguir:

“Na época não comprei, me arrependi porque foi um grande investimento, mas eu não confiei quando aquilo ali começou, me faltou confiança e quando pensei, me faltou

dinheiro, quando criei coragem me faltou dinheiro. Não se acreditava porque era uma história que era muito dinheiro, levou muito tempo, assim, era um projeto que já tinha antigo, que se falava e assim não tinha tido sabe? E como a gente era bem localizado aqui no centro que a gente tinha loja no centro, tinha banco, eu até torci pra não dar certo, mas hoje eu vejo que foi a coisa melhor que Santa Cruz podia ter, foi esse parque” (Entrevistada 2).

“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” (Entrevistado 3).

“Eu acreditei no moda center, comprei alguns boxes, loja não, comprei box na planta ainda fui um dos primeiros a comprar por eu já [...], já acreditava nessa ideia que hoje aí é sucesso. Graças á Deus deu certo” (Entrevistado 4).

Como indicado na entrevista 2, algumas pessoas não acreditavam muito no Moda Center Santa Cruz, por entenderem que a infraestrutura que era muito melhor em relação à feira de rua, e por isso eles achavam que fosse necessário mais tempo para se inaugurar. Desse modo, por ter boxes e/ou lojas bem localizados na feira de rua, a entrevistada 2 não se sentiu incentivado a investir no Moda Center Santa Cruz.

O entrevistado 3, por sua vez, menciona que ia todos os dias ao moda center e visualizava poucas pessoas trabalhando naquele local, o que gerava desconfiança sobre o mesmo. Enquanto o entrevistado 4 mostra a total confiança do empreendimento e menciona a compra de alguns boxes antes do Moda Center inaugurar.

Logo, percebe-se que não existiam certezas sobre o Moda Center Santa Cruz, e que investir naquele local era um risco para os feirantes. Por isso que não existia a confiança em comprar algum box ou loja ali, e alguns só compraram quando tiveram que mudar de toda forma para o empreendimento.

Em relação à transição da feira de rua para o Moda Center Santa Cruz, obtivemos alguns relatos nas falas dos entrevistados:

“Esse processo de transição eu lembro mais ou menos. Mas esse processo de transição foi assim: quem tinha o alvará na feira tinha direito a comprar um box barato financiado pelo Banco do Brasil, que eu sei de toda essa história e muitos não acreditaram no início, não foram lá procurar, que era o pequeno que não tinha entendeu? Isso passou lá no banco que eu sei tudinho passei lá no banco e ninguém nem ia nem atrás. Foi passando, foi passando, depois eles liberaram para nós, eu mesmo comprei, na época eu comprei duas lojas e na época eu comprei parece que foi dois boxes na época. Mas eu acreditei, fui e comprei, como teve também uns que ficaram com um pé na frente e outro atrás, não vai mudar, vai mudar mas nos tinha que mudar porque senão hoje como era que nós ia tá aqui em Santa Cruz Capibaribe? Como era que tava essa feira? Foi uma revolução para todos, tudo que ninguém acreditava, mas hoje como se diz é o maior polo que tem na região e tem toda a organização. Quando mudou, mudou mesmo a feira, não pode ficar na cidade, por isso

que se tem aqueles que não tinha, não compraram os boxes que ficaram e foram pra o poeirão que foi todo mundo junto. Quem não comprou, não ficou, foi pra poeirão. Foi uma data certa, fechou a rua, não vai mais ter feira na rua” (Entrevistado 5).

“Quando lançaram a planta e o projeto, tinha sim, três anos pra pagar. Mas o povo não acreditava. No começo era R\$500 um box lá. Hoje em dia um ponto bom fica numa média de 100mil reais. Pra você ver o quanto evoluiu. Até nisso evoluiu, porque quando a gente vendia na feira de rua, o banco num ponto bom era em torno de 5mil, 10mil reais. Hoje não existe mais isso, nem no Calçadão tem mais banco desse preço, imagina dentro do Moda Center. Meu pai veio comprar dois boxes pra ele faltando 15 dias pra começarem as feiras. Quando ele comprou primeiro, comprou por 3mil reais, se soubesse naquela época, tinha comprado 10 boxes, mas não apostava no Moda Center, tinha medo.

Há quatro anos atrás fui comprar dois boxes pra mim e comprei por 90mil reais” (Entrevistado 8).

Como informado pelo entrevistado 5, houveram facilidades para a compra dos boxes e lojas pelo Banco do Brasil a partir de financiamentos. Quem possuía o alvará de funcionamento dos bancos de feiras tinha o direito de comprar um box. Como existiu aquela questão das pessoas não acreditarem no funcionamento do Moda Center Santa Cruz, o banco abriu oportunidades para quem quisesse comprar mais de um box ou lojas. Mesmo aquelas pessoas que não adquiriram nenhum tipo de box ou lojas, tiveram que mudar-se para o antigo poeirão, atualmente chamado de calçadão Miguel Arraes, que ficava localizado atrás do Moda Center Santa Cruz, e tinha as mesmas condições de infra estrutura que a feira de rua proporcionava. Na mesma perspectiva, o entrevistado 8 menciona a valorização dos boxes, lojas e restaurantes do Moda Center Santa Cruz, com o passar do tempo. Enquanto na época do lançamento, um box custava quinhentos reais (R\$500,00), no ano de dois mil e catorze (2014) o valor aumentou para quase duzentas vezes mais (200) chegando a custar noventa mil reais (R\$90.000,00). Podemos, com isso, perceber a valorização que vem aumentando cada dia mais do Moda Center Santa Cruz.

Para caracterizar a dinâmica do Moda Center, selecionamos vários fatores, mencionados pelos entrevistados, que nos ajudam a compreender esse espaço.

Em primeiro lugar, os condôminos do Moda Center Santa Cruz, ou seja, todos aqueles que possuem algum empreendimento dentro do empreendimento, pagam taxas por ele e precisam participar das reuniões e opinar sobre o assuntos tratados nas mesmas.

“Quando eu digo nós é os condôminos que tá em reunião pra fazer isso tudo. As reuniões de condomínio que tem, porque o moda center é um condomínio onde todo mundo é dono. 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” (Entrevistado 5).

O entrevistado 5 fala que todos são donos do Moda Center, uma vez que este empreendimento funciona como um condomínio, e que as pessoas deveriam participar mais das reuniões coletivas, para tomar decisões sobre o espaço que ocupam e cuidar do que é deles. Por isso, ele acredita que se as pessoas participassem mais, o Moda Center poderia melhorar ainda mais. Portanto, ainda existe esta falta de associação entre as pessoas para a busca de melhoria. Um dos pontos recorrentemente mencionados pelos condôminos do Moda Center Santa Cruz é a confiança entre os feirante e a existência da aprendizagem oral entre gerações. Em relação à confiança entre os feirantes, 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 box de volta, então você não acha mais. Ai o dono do box vai lá anuncia, a freguesa que comprou tantas peças, diz o tipo da peça, por favor compareça aqui na rua tal, setor tal [ênfatisa bem a cores que tem lá] 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?” (Entrevistado 1)

“A honestidade de cada dono de banco, que a gente escuta muito isso: cliente fulano de tal, você comprou tal mercadoria e deixou no meu bancou ou então você vinha com um pacote e deixou no meu banco, tá entendendo? (Entrevistada 2)

Com isso, podemos perceber a importância do elemento confiança entre as pessoas nesse determinado negócio, uma vez que alguém esquece e/ou deixa propositalmente mercadorias e as pessoas vão em busca do feirante para entregá-la. Além disso, tem os casos em que os donos de boxes guardam a mercadoria comprada pelos clientes, e este só passa pra juntar e pegar tudo no final do dia. O Moda Center dispõe ainda de uma rádio que anuncia os produtos que as pessoas esqueceram em boxes e lojas.

Sobre a confiança entre os atores, podemos observar as falas abaixo;

“[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. [ficou pensando] Hoje eu encontrei com cliente em caruaru de Nazaré da mata. Eles eram clientes de mamãe desde dos anos 80 e comprava no caderno, era o pessoal de Nazaré da mata muito certo e hoje encontro elas em caruaru (entrevistado 3).

Não, 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 tinha confiança e era mais sérias” Entrevistado 3)

Apesar de existir essa confiança ainda no Moda Center em relação a quem compra e quem vende, nas falas é possível perceber que essa confiança antigamente era mais forte na relação entre eles, e que hoje se dá mais valor ao documento, que no caso é o cheque, do que aquelas simples anotação em um caderno. Na questão do entrevistado 3, ele já vendeu no caderno a pessoas que moravam em outros lugares diferentes e sempre tinha a confiança de que eles voltariam e pagaria suas contas, ou seja, palavra dada era palavra cumprida, pois menciona que eram pessoas certas. E que não precisava de tantas informações pessoais sobre essas pessoas como um cheque precisa.

Na atualidade, isso muda um pouco, pois, além de existirem algumas vendas vinda dessa confiança, existem também as compras feitas através dos cheques e que mesmo assim existe alguns problemas a serem enfrentados por esses confeccionistas, pois algumas pessoas acabam não cumprindo com o pagamento.

Em relação à aprendizagem relacionada à atividade de comércio, alguns autores mencionam a importância dos antecedentes que ajudaram as novas gerações a seguirem o mesmo caminho das gerações passadas Costa (2012) nos traz a questão das pessoas convivem com as atividades de confecção muito cedo e por isso as crianças acabam crescendo nesse meio de confecções olhando a forma como seus trabalham no negócios e a partir disso, acaba obtendo incentivos com os negócios da família ou criando seu próprio negócios muitas vezes ainda adolescentes.. Como é possível observar na fala a seguir:

“Santa Cruz é assim, é uma coisa que vem assim, passando de mãe, de pais pra filhos, de filhos para os netos né?” (entrevistada 2)

Além disso Sá(2011) enfatiza a questão dos costumes e a troca de aprendizados entre as gerações, fazendo com que a atividade comercial passe por décadas, onde os filhos de feirantes e de novos feirantes façam os mesmo que seus pais, imitando ou obtendo novas oportunidades de negócios.

As vendas que acontecem no Moda Center podem ser em atacado ou varejo. Existem pessoas que vem comprar de outras cidades ou estados, como também existem pessoas da própria cidade que compram para próprio consumo. As pessoas que compram no atacado destinam as mercadorias às suas respectivas lojas em outros estados como também existem pessoas da própria cidade de Santa Cruz do Capibaribe que compra em atacado a diversos confeccionistas para levarem as suas lojas de varejo em outras cidades. As pessoas que vem de outros estados, geralmente vem de ônibus e alguns dormem nos hotéis ou, quando existem a

feiras de final de ano que são chamadas de “bate volta”, o ônibus chega em um dia e no mesmo dia ele sai com o horário marcado e estabelecido. Por isso que um dos entrevistados menciona a rapidez na hora do atendimento quando vai chegando a hora do cliente ter que ir embora. É possível observar nesta fala:

“O freguês que vem comprar ali, ele vem naquela correria pra terminar, que o ônibus vai sair ali mais cedo, então você vai ter que atender o freguês o mais rápido possível e vai ter que agradar” (entrevistado 1)

Com relação à percepção dos atores locais sobre o Moda Center Santa Cruz, atualmente ele é visto 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 mais 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” (Entrevistado 4).

“É, eu acredito que nós começamos a crescer com a empresa a partir do Moda Center, eu acho, eu considero que o Moda Center foi algo, foi um dos melhores projetos implantados em Santa Cruz porque eu vejo na minha visão, ele beneficia do pequeno ao grande eu acho que todos são beneficiados, até pessoas que vem de outras cidades, de outras regiões vender aqui nós sabemos que tem muitas pessoas que vem, que montam lojas, que tem box, que vem trabalhar aqui, que não é daqui. Eu hoje entendo que o Moda Center foi algo do coração de Deus para abençoar essa cidade entendeu?” (Entrevistado 7).

“Eu achava desconfortante e de certa forma humilhante porque eu sentia um desprezo, uma falta de respeito e consideração da classe política para com no 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 caia na lama e depois não prestava mais. Foi mais ou menos isso a minha experiência eu considero isso” (Entrevistado 7).

Como observado, o entrevistado 4, reforça como positivas as questões de infra estrutura como banheiros, estacionamentos, área cobertas que não causam incomodo no sol e na chuva, a questão da visibilidade para os clientes que ali comprem como também para as marcas que ali são trabalhadas. A questão do reconhecimento do Moda Center no território brasileiro e a sua proporção, considerada maior que outros polos de compras em outras cidades reconhecidas

como São Paulo e Fortaleza, também se apresenta nas falas dos entrevistados. Além disso, os atores locais se sentem orgulhosos e parecem ter satisfação de trabalhar no Moda Center com a sua marca, dadas essas vantagens que o local oferece.

O entrevistado 7 reconhece que sua marca começou a ganhar visibilidade a partir da criação do Moda Center Santa Cruz, em que várias pessoas começaram a conhecer o espaço e visitá-lo. Além disso, ele enfatiza que todas as classes sociais foram beneficiadas com o moda center, seja do pequeno ao grande que ali trabalha.

Um elemento que chama a atenção é o fato de pessoas de várias cidades vizinhas alugarem ou possuírem boxes no Moda Center Santa Cruz, fornecendo trabalho para a população da cidade, e também de outras localidades. Em relação à fala da entrevistada 7, é interessante notar que ela utiliza a palavra humilhante para as pessoas que trabalhavam na antiga feira de rua porque 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.

Os entrevistados também mencionam como um dos pontos positivos do Moda Center a valorização dos produtos ali comercializados, o que não acontecia na feira de rua, como pode ser observado nas falas a seguir:

“Porque quem vai pra esse Moda Center daqui se sente assim, sem contar com a qualidade de hoje de mercadorias que as pessoas hoje fazem, porque é como eu disse, eu comecei com coisinhas bem popular, hoje graças a Deus vendo pra São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, assim já abrangiu muitas coisas pra mim sabe? Na feira de rua as pessoas não acreditam naquelas peças que você faz. Por exemplo eles não dão valor que a peça merece, certo? Então a experiência é essa certo? As vezes chega um cliente e vê aquelas suas pecinhas lá e ele tem mais você como uma pessoa sofrido, tá entendendo como é? Ele não dá o real valor da sua peça, então ai eles botam o valor de suas peças lá embaixo, se ela for por exemplo: 3 reais 4 reais ele bota 2 , 1,50 por que não valoriza o local. E hoje no Moda Center, pra mim não tem isso, lá hoje a gente pode dizer essa peça é tanto e negociar, não baixar, porque ela tem um preço, ela tem um nível, ele não baixa, foi muito bom. Um local bom tem tudo aver e ajuda muito o comerciante, por isso que esse empreendimento foi muito importante para Santa Cruz, esse Moda Center. Ele abriu as portas de uma maneira especial pra cada um cidadão dentro de Santa Cruz” (Entrevistado 6).

“É porque assim, antes, quando a gente vivia aqui na feira de rua o povo só queria comprar coisa barata. Tem aquilo na cabeça: feira de rua é coisa barata. E no Moda Center tem como você explorar melhor a questão de preço. Na rua o povo não via qualidade, só via quantidade. Já no Moda Center, tá totalmente diferente, o povo quer qualidade e não quantidade. Ai por conta dessa qualidade você consegue botar a margem de lucro melhor aí foi onde meu negócio fluiu mais” (Entrevistado 8).

Por meio dessas falas, 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 Veras de Oliveira (2016), desenvolvendo uma dinâmica formal-informal sem precedentes no Agreste das Confecções. Para este autor, no plano discursivo, essas investidas modernas na lógica comercial local podem ser observadas na própria renomeação da feira da sulanca para “Polo de Confecções do Agreste”.

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” (Entrevistado 4).

O entrevistado 4 fala da questão da falta de reconhecimento dos produtos da cidade de Santa Cruz do Capibaribe. Para o entrevistado, as pessoas ainda não conseguem desconstruir o preconceito sobre as peças dessa cidade, bem como das outras cidades que compõem o polo de confecções. Por isso, mesmo com a inserção de novas marcas e da ideia de qualidade dos produtos, existem pessoas de outros estados do país que ainda tem uma visão negativa sobre os produtos do Moda Center, dada a origem desses produtos, que vieram da sulanca, ou seja, de retalhos descartados.

Portanto, compreendemos que mesmo que noções modernas estejam ganhando espaço na forma de comercialização dos produtos, graças ao Moda Center, essa modernização ainda é repleta de contradições, dada a origem social, histórica e cultural do comércio na região de

Santa Cruz e do Agreste de Pernambuco em geral (apesar de o foco dessa pesquisa ser somente a cidade de Santa Cruz). Este preconceito em relação aos produtos comercializados no Moda Center, um espaço aparentemente moderno, dada sua infraestrutura, são 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” (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 os princípios do marketing, como observado na fala a seguir:

“A casa tá arrumada como se diz, só que agente tem que divulgar pá conquistar novos clientes, até porque hoje, a ferramenta, o celular ao 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” (Entrevistado 4, 29/03/2017).

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.

Em relação ao reconhecimento proporcionado pelo Moda Center, alguns dos entrevistados mencionam os seguintes pontos:

“Eu estive na Bolívia duas vezes com carro de placa de santa cruz do Capibaribe e o pessoal perguntava; você é de santa cruz? Sou. Terra das confecções né? Terra que não tem desemprego, duas vezes eu tive na Bolívia em cubirra não foi em outro canto não e tive em guajaramirim também. Onde você chegar com uma placa e santa cruz é reconhecido, é mesmo que a seleção brasileira, todo mundo pergunta. Eu passei, eu fui no dia vinte e oito de dezembro, eu fui pra vista alegre dividindo com Acre, depois de porto velho e vi confecção daqui lá. Vi confecção que aqui custa trinta reais, lá custa cento e trinta reais uma peça, uma calça jeans, vi confecção da rota do mar lá. E nós temos freguês de Porto Velho que vem de ônibus”. (Entrevistado 1)

“O que eu tenho de importante a dizer é que hoje vários países já conhecem o moda center, né? ele já tá bastante divulgado, teria melhorar só Deus, que é a água faltando” (Entrevistado 3).

Nessa questão, o entrevistado 1 se refere ao conhecimento em outros lugares a respeito da confecção na cidade de Santa Cruz. Pode ser que o Moda Center tenha proporcionado uma maior visibilidade que pode ter acontecido pela questão da maior divulgação e de novos compradores a partir da criação do mesmo. A cidade é reconhecida como um lugar que todo mundo que chega consegue encontrar algum emprego devido a atividade de confecção aqui realizada, como dizem os entrevistados.

Em relação à falta de água, mencionada pelo entrevistado 3, e elemento característico o agreste, a população enfrenta problemas com o racionamento de águas e algumas vezes precisam comprar caminhões pipa para abastecimento. Essa falta de água pode prejudicar também a entrada e/ou o fechamento de alguns fabricos ou fábricas nesse meio das confecções.

Em relação aos pontos a serem melhorados, observados pelos condôminos do Moda Center nas entrevistas, destacam-se a falta de transparências em relação ao destino dado ao dinheiro pago pelos condôminos a administração (Entrevistado 3). Em relação ao marketing do Moda Center, alguns condôminos acham que este é um aspecto que precisa ser melhorado podendo ser bem melhor divulgado, não faltando estrutura para a acomodação dos novos clientes que podem ser atraídos com uma boa mídia (entrevistado 4 e 7).

Também foi possível ver que em uma das falas dos entrevistados os condôminos não participam ativamente das assembleias e reuniões, o que dificulta a tomada de decisão para a administração do Moda Center. Para o Entrevistado 5, se cada uma fizesse a sua parte participando mais e mencionando suas opiniões acerca das aprovações dos projetos, as coisas do moda center poderiam melhorar cada dia mais (Entrevistado 5).

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

4.2.3 O Moderno, o Tradicional e o híbrido no Moda Center

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 no caderno, e o reconhecimento proporcionado pelo Moda Center em outros estados e países.

De acordo com a discussão teórica empreendida na primeira parte deste trabalho, entendemos por elementos modernos aquilo que é realizado visando fins e objetivos, conforme o conceito de Max Weber sobre ação racional com base em fins.

Os entrevistados, em sua maioria são os próprios donos de negócios e já incorporaram esse *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, como pode ser observado nas falas a seguir:

“Santa cruz é assim, é uma coisa que vem assim, passando de mãe, de pais pra filhos, de filhos para os netos né?” (Entrevistada 2)

“na semana que eu não vou o pessoal fica preocupado porque eu não to lá, não é nem os é o pessoal do box vizinho do meu” (entrevistados 1 e 2)

Nas falas dos entrevistados, é possível perceber que os aprendizados das pessoas se dá a partir de conhecimentos tradicionais vindos de pessoas próximas ou de familiares, aprendidos por meio de observação e tentativas e erros, mantendo e reproduzindo costumes e crenças locais, conforme abordado por Sá (2011).

Compreendemos os elementos tradicionais a partir do conceito de Max Weber de ação social tradicional, que são costumes arraigados e repassados por transições entre gerações. Estes costumes tem como pressuposto as relações comunitárias, familiares e afetivas, que permitem a manutenção desses costumes. Nesse caso, em relação aos laços de amizade entre os donos do 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, pelos teóricos da modernização, com a perda da importância das características passadas da família, e de origem social, prevalecendo 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 aí estabelecida, como é o caso da confiança entre confeccionistas e consignados, e entre comerciantes e clientes.

A desvinculação existente entre educação formal e as atividades de confecções também são um exemplo de como a modernização se dá de forma diferenciada nesse contexto, mantendo

costumes e tradições, visto que num contexto plenamente moderno, a capacitação formal é primordial para o desenvolvimento profissional.

Portanto, em relação a esses elementos tradicionais existentes, mantidos mesmo em meio à ascensão dos elementos modernos observados, podemos entender como se produzem as hibridações. Elas ocorrem por meio de condições sociais específicas, que no caso do Moda Center se dá pela manutenção de certos costumes em meio a modernidade.

Assim, percebendo que elementos tradicionais ainda existem em um espaço aparentemente moderno como é o Moda Center Santa Cruz, podemos caracterizá-lo como um espaço híbrido, utilizando o termo de Canclini (2013), com uma junção desses elementos em um espaço só, promovendo processos singulares. Para Canclini (2013), questões como diferenças culturais, identidades, desigualdades, são elementos que relacionam processos modernos e o tradicionais, ou seja, são híbridos, e só a partir desse conceito que podemos compreender de forma particular os conflitos gerados a partir da interculturalidade recente em meio a modernização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse capítulo, serão apresentadas nas seções abaixo: as conclusões fruto da pesquisa; as limitações da pesquisa e as recomendações para pesquisas futuras decorrentes do estudo.

Este trabalho se desenvolveu com o objetivo de compreender a percepção dos atores locais de confecções sobre a transição da feira de Santa Cruz do Capibaribe para o espaço híbrido denominado Moda Center Santa Cruz. Foram entrevistados atores locais que tenham trabalho na antiga feira de rua e que hoje possuem e comercializam seus produtos no Moda Center Santa Cruz. Estabeleceram-se 4 (quatro) objetivos específicos.

O primeiro objetivo foi traçar o perfil dos atores locais do Moda Center entrevistados. De acordo com as análises, foram homens e mulheres casados, com segundo grau completo e que tiveram experiência com feira na sua adolescência e perduram neste ramo até hoje. Foi possível perceber a diferenciação dos perfis dos entrevistados, em relação às atividades realizadas, através do que eles se consideravam ser, ou seja, confeccionistas, faccionistas e consignados. Dentre eles, apenas os confeccionistas e consignados trabalham diretamente com a comercialização de produtos e os faccionistas com a fabricação terceirizada de etapas para a confecção dos produtos. Foi possível perceber os diversos motivos que fizeram as pessoas escolherem esse negócio, dentre eles a falta de estudos, fazer o que gosta e por amor, e a falta de opção, como se a feira sobrasse de todos os trabalhos existentes. Também foi observada forte presença dos costumes e a troca de aprendizados entre as gerações familiares.

Em relação ao segundo objetivo específico, o mesmo diz respeito à compreensão das principais atividades realizadas pelos atores atuantes do Moda Center entrevistados. Considerando os dados em análise, os confeccionistas passam por etapas de fabricação para o final da peça. Começando pela compra de produto, seguido pelo corte do tecido, modelagem, costura, acabamento, embalagem, estoque, vendas. Fora a peça piloto que tem que ser criada em todo esse processo, mas que não foi uma etapa detalhada pelos entrevistados. Em relação aos faccionistas, os entrevistados mencionaram que os confeccionistas levam a parte da costura para os faccionistas e depois pegam de volta para fazer todo o restante do procedimento de finalização do produto. Já em relação ao consignado, ele não passa por nenhuma dessas etapas, já que ele pega o produto totalmente pronto para a venda. Além disso, nos dias de feira vai aos seus boxes e/ou lojas efetuar vendas.

No terceiro objetivo o entendimento é sobre a percepção dos atores locais do Moda Center Santa Cruz sobre o estabelecimento e seus impactos na comercialização em Santa Cruz do Capibaribe. Enquanto existia a feira de rua, as pessoas eram acostumadas com o tipo de estrutura que a mesma fornecia, porém houve um descontentamento entre os entrevistados sobre as condições que o local proporcionava. Mesmo com esse descontentamento, alguns reconhecem a importância da feira de rua para seu desenvolvimento enquanto comerciante. Foram mencionadas as condições de higiene negativas que a feira proporcionava, a questão das condições climáticas que de uma forma ou de outra afetava e atrapalhava os comerciantes dali, além da questão da segurança mencionado pelos entrevistados em relação aos roubos e furtos.

Em relação ao Moda Center Santa Cruz, podemos observar a percepção dos atores locais em seus depoimentos sobre o empreendimento de forma positiva. A princípio, antes mesmo do empreendimento ser aberto, uns acreditaram e outros não no Moda Center por questões de incertezas sobre o tamanho do empreendimento, era uma coisa melhor em relação a feira de rua e alguns não se sentiram incentivados a investirem, porém hoje todos os entrevistados o veem como uma oportunidade, tanto para a cidade quanto para os atores que ali trabalham e mencionaram muitas coisas positivas com sua criação. Foi possível perceber a oportunidade que cada um obteve a partir do Moda Center. Sendo assim, mesmo que o Moda Center Santa Cruz tenha se tornado melhor para população, algum dia, os atores locais passaram pela experiência da feira de rua.

Os condôminos do Moda Center Santa Cruz, ou seja, todos aqueles que possuem algum empreendimento dentro do empreendimento, pagam taxas por ele e precisam participar das reuniões e opinar sobre os assuntos tratados nas mesmas, apesar de nem todos participarem, conforme foi observado no levantamento do material empírico. Também foi possível perceber a importância do elemento confiança entre as pessoas nesse determinado negócio, uma vez que alguém esquece e/ou deixa propositalmente mercadorias e as pessoas vão em busca do feirante para entregá-la.

No quarto e último objetivo, onde tinha a questão da análise do Moda Center Santa Cruz como um espaço híbrido, foi possível perceber os elementos tradicionais e modernos existentes naquele espaço. [Fale aqui quais os elementos modernos observados: 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 no caderno, e o reconhecimento proporcionado pelo Moda Center em outros estados e países...]. 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, mesmo com os elementos modernos encontrado no Moda Center mencionado pelos entrevistados. Também foi possível observar a existência de alguns preconceitos em relação às peças do empreendimento em questão, o que nos leva a crer que a modernização na comercialização das confecções, advinda com o Moda Center, ainda é repleta de contradições, dada a origem social, histórica e cultural do comércio na região de Santa Cruz.

Como principais elementos tradicionais identificados, percebemos também a aprendizagem oral entre gerações e os laços de amizade existentes entre os donos e boxes. Portanto, compreendemos que mesmo que noções modernas estejam ganhando espaço na forma de comercialização dos produtos, graças ao Moda Center, os elementos tradicionais ainda se fazem presentes.

Por fim, fica evidente que, a partir das análises realizadas com as respostas das entrevistas dos sujeitos da pesquisa, o espaço Moda Center é visto com um espaço híbrido e que segue o termo de Canclini (2013), com uma junção desses elementos modernos e tradicionais em um espaço só, promovendo processos singulares. Para Canclini (2013), é só a partir do conceito de hibridismo que podemos compreender de forma particular os conflitos gerados a partir da interculturalidade recente em meio a modernização, o que no caso aconteceu com o moda Center Santa Cruz a partir da transição da feira de rua.

Propõem-se ainda algumas sugestões para pesquisas futuras, como adentrar nas questões dos consignados, já que na literatura não foi encontrada literatura que mencionasse esse tipo de ator, como também realização de estudos relacionados ao novo empreendimento calçadão Miguel Arraes, uma vez que também não foram encontrados estudos sobre este fenômeno.

A partir da pesquisa empírica evidenciamos alguns problemas percebidos pelos condôminos do Moda Center Santa Cruz, que carecem de atenção como a necessidade de transparência em relação a destinação dos recursos, o compromisso em relação ao comparecimento dos condôminos, para que participem mais ativamente da administração do Moda Center, e a necessidade de investimento e desenvolvimento de um plano de marketing mais efetivo.

Em relação ao conhecimento produzido neste trabalho de conclusão de curso, a autora pretende levar para a administração do Moda Center Santa Cruz e apresentá-lo. Pretende-se também construir um relatório executivo com ênfase nos resultados desse trabalho para entregar

aos gestores do empreendimento, para que possam pensar possibilidades de intervenção a partir dos achados desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

PEREIRA, Ana Márcia Almeida. 2017, Armazém da criatividade. **Informalidade do Trabalho em Lavanderias de Jeans do Agreste Pernambucano**. 25.05.2017

ARAÚJO, Júlio Ferreira. **A História de Santa Cruz do Capibaribe**. 3ª edição (s/d

A ASCAP. Atualizado pelo jornalista Elinaldo Ventura. Acesso em: 25/03/2017 disponível em:<http://ascapsantacruz.blogspot.com.br/p/a-ascap.html>

BAUER, M.W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Gaureschi. 7ed. Petrópolis, RJ: Voxes, 2008.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Edições 70, 2011, p. 123-198.

BETANIA, Maciel; NETTO, Nelson V.N. **Comunicação e representações sociais nas relações de trabalho do pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco, Brasil**. São Paulo, v.34, n.2, p. 117-135, jul./dez. 2011

BURNETT, Annahid. **O “ponto de mutação” da Sulanca no Agreste de Pernambuco**. História oral, v.17, n.2, p. 153-171, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://revista.historiaoral.org.br/index.php?journal=rho&page=article&op=view&path%5B%5D=408&path%5B%5D=pdf>

CAMPELLO, Glauce M. C. **A atividade de confecções e a produção do espaço em Santa Cruz do Capibaribe**. Dissertação (apresentada ao departamento de ciências geográficas para obtenção do título de mestre 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.

COSTA, Fabiana Maria. **Trabalho e qualificação profissional no arranjo produtivo local de confecções do Agreste de Pernambuco: a experiência de Toritama**. Recife: O Autor, 2012.

CRESWELL, J. W. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996

HELAL, Diogo Henrique. **Mérito, Reprodução Social e Estratificação Social: apontamentos e contribuições para os estudos organizacionais.** Salvador, p. 251-267 - Abr./Jun. – 2015.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GEOGRÁFOS. **Cidades de Pernambuco.** Disponível em: <http://www.geografos.com.br/cidades-pernambuco/santa-cruz-do-capibaribe.php> Acesso em 16.10.2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002

LIRA, Sônia Maria. **Muito além das feiras da sulanca.** A produção de confecções no agreste/PE. Ed. Universitária da UFPE. Recife, 2011.

MACEDO, Mariano de Matos. **Empreendedorismo no Brasil : 2015** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; [et al] Curitiba: IBQP, 2014.

MACHADO, V.L. 2005. **A feira de confecções como fator de integração e dinamismo regional:** o eixo Caruaru/Toritama/ Santa Cruz do Capibaribe-Pernambuco. Salvador, UFBA, Dissertação em Geografia.

MODA CENTER. **O parque.** Disponível em: <http://www.modacentersantacruz.com.br/o-parque.php>. Acesso em 16.10.2016.

MODA CENTER. **Serviços.** Disponível em: <http://www.modacentersantacruz.com.br/servicos.php>. Acesso em 16.10.2016

MODA CENTER..**Diretoria** . Disponível em:<http://www.modacentersantacruz.com.br/diretoria.php>. Acesso: 29.04.2017

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa.** 6 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

OLIVEIRA, Renato V. **Trabalho no nordeste em perspectiva histórica.** Estudos avançados. João Pessoa. Paraíba, 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE. Disponível em: <http://www.santacruzdocapibaribe.pe.gov.br/internas.php?id=21> Acesso em: 05/12/2016

SÁ, Márcio G. **Feirantes.** Quem são e como administram seus negócios. Ed. Universitária da UFPE. Recife, 2011.

SÁ, Márcio G. **Os filhos da feira e o campo de negócios agreste**. Tese (doutoramento em Sociologia) – Universidade do Minho. Portugal, 2015.

SANTOS, Elisabeth Cavalcante dos. **Práticas e relações de trabalho da cultura popular no agreste pernambucano: entre o moderno e tradicional**. Tese – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2016

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>

SEBRAE. **Estudo de caracterização econômica do polo de confecções do agreste pernambucano**. Relatório final apresentado ao SEBRAE –PE. Recife, 2003.

SEBRAE. O que é Ser Mei. Sebrae nacional – 15/02/2017. Acesso em: 21.03.2017 disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-ser-mei,e0ba13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

SEBRAE. **Quem somos**. Sebrae nacional – 15/02/2017. Acesso em: 21/03/2017. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/quem_somos?codUf=18

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, AGRICULTURA E MEIO AMBIENTE DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE-PE. Pesquisa: As Fronteiras da Atividade Empreendedora Baseada no Moda Center Santa Cruz, CD-ROM, Maio de 2013

SENAI. **Quem somos**. Acesso em 22/03/2017. Disponível em: <http://www.pe.senai.br/o-senai/quem-somos/>

SOUZA, J. **A modernização seletiva: uma reinterpretação do dilema brasileiro**. Brasília. Editora Universidade de Brasília, 2000.

SOUZA, D. M. **Estudo da viabilidade econômica de investimento em um box no Moda Center Santa Cruz. Campina Grande**: UEPB Universidade Estadual da Paraíba, 2010. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/1130/1/PDF%20-%20Danyelle%20Mestre%20de%20Souza.pdf>. Acesso em: 02/12/2016.

VÉRAS DE OLIVEIRA, R; BRAGA, B.M. **Território comercial de Toritama**: persistências e metamorfoses da informalidade. Revista de Ciências Sociais, n. 41, Outubro de 2014, pp. 193-225

XAVIER, Maria G. P. **O processo de produção do espaço urbano em economia retardatária**: a aglomeração produtiva de Santa Cruz do Capibaribe. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Urbano) - Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2006.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Trad. de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa; rev. téc. de Gabriel Cohn, 4ª ed. 4ª reimpressão – Brasília – Editora Universidade de Brasília, 2014.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Idade: _____

Formação escolar: _____

Formação Familiar: _____

Idade que começou a confeccionar: _____

Data da Entrevista: ____/____/____

- 1) Qual a sua profissão atualmente?**
- 2) Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?**
- 3) Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?**
- 4) Possui outras lojas em outros locais?**
- 5) Na sua concepção, quais são os pontos fortes e fracos do moda center?**
- 6) Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?**
- 7) Porque trabalha como (Profissão) atualmente?**
- 8) Trabalhou durante quanto tempo na feira?**
- 9) O que você considera essencial para conseguir estar todo esse tempo no ramo de confecções?**
- 10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua**
- 11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center**
- 12) Quais os aspectos positivos em trabalhar no Moda Center em relação a antiga feira de rua?**
- 13) Existe alguma melhoria a se fazer no Moda Center?**
- 14) Com a criação do Moda Center, seu negócio cresceu? Ou estabilizou?**
- 15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes? [Buscar a diferença entre calçadão e moda center]**

APÊNDICE B –TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS

Entrevistados 1 e 2 **Idade:**

Mulher: 65 anos

Homem:70 anos

Formação escolar:

Mulher: 2º ano que na época era admissão do colegial

Homem: 5ª série do ensino fundamental

Formação Familiar: casado, com filhos

Idade que começou a confeccionar: no ano de 1971, fazem uns 48 anos

Qual a sua profissão atualmente?

Nós somos aposentado, mas ainda trabalho com confecção, vou pra feira...

Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Comprar a matéria-prima, tem que desenrolar o tecido, enfiar, tem que riscar, o cortador tem que cortar, separar as cores, vai pra costureira, depois volta pra gente embolsar e levar pra feira é todo um procedimento [os dois falaram juntos]

Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?

Trabalham desde de quando abriu o moda center

Possui outras lojas em outros locais?

Não possuem lojas, só aqui em santa cruz mesmo.

Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?

Já, eu era militar, eu entrei na polícia com uns 20 anos de idade e fazia feira em caruaru e aqui. Eu entrei na polícia em 68. [Mulher]Mas quando flaviana nasceu ele saiu ai [homem]quando flaviana nasceu a gente casou e eu dei baixa na polícia e a gente foi enfrentar a sulanca, a confecção. A gente trabalha hoje pra ajudar o custo de vida, ai tem que se mexer de um lado e de outro porque se for só do salário da aposentadoria não dá pá eu comer pipoca não [risos]. Eu gosto de trabalhar na feira, me sinto bem vendendo na feira e na semana que eu não vou o pessoal fica preocupado porque eu não to lá. [Mulher] não é nem os freguês [homem] é o pessoal do box vizinho do meu.

Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua

Entrevistado: [homem] a gente foi fundador da feira de Santa cruz do Capibaribe da sulanca e também fomos o fundador da feira de c-a-r-u-a-r-u [mulher] a gente participou daquela feira muitos anos, eles criaram a feira de rua, que foi na rua da matriz, depois ela mudou e depois foi pra trás da rodoviária pra ajeitar ela. A daqui a gente começou e ficava na rua de frente a margarida monteiro, [homem] na rua cabo otávio e de frente a loja da gente entre a loja da makital e makipeças. Tinha dois bancos e tinha a loja no centro. A feira de rua naquela época era um sofrimento, era uns bancos de tábua, cobertos com uma lona. Quando esquentava o sol, nos ficava derretendo debaixo da lona com a quentura, quando chovia molhava a mercadoria e foi prosseguindo e hoje a gente tá num canto daquele ali que é um maravilha né? Tem banheiro, tem tudo ali dentro, tem restaurante, tem lanchonete [mulher] é um luxo pra gente ai hoje em dia e hoje se comparando com a feira de trinta anos atrás né? Porque era muito sofrido a feira de rua, tanto aqui como a de caruaru que a gente fazia e hoje a gente vive ali com sombra e agua fresca como se diz, agora só que se ganhava dinheiro naquela época, mas isso a gente não pode nem se queixar por questão que foi pra ali, foi a crise, o país, cada dia as coisas vem se tornando mais difíceis. Agora que na época que ela era nessa bagunça doida que ele tá que ele tá dizendo a gente ganhava dinheiro, por que o problema não é o moda center é os tempos de hoje em dia.

[homem] a experiência que a gente tem é porque a cada dia que se passa a gente vai se modernizando, no tipo de roupa que você tem, que você faz ta entendendo? Outra experiência que a gente tem que pouca gente tem é saber atender o freguês, porque o freguês que vem comprar ali, ele vem naquela correria pra terminar, que o ônibus vai sair ali mais cedo, então você vai ter que atender o freguês o mais rápido possível e vai ter que agradar, pedir muito obrigado, as vezes paga ate um carroceiro pra ir levar a mercadoria nos hotéis ou onde o ônibus ta porque é pra gente fazendo ta cativando o freguês, ele tem que se sentir bem sendo bem atendido e isso é muito importante pra gente que ta feira né? Vendendo

[mulher] da minha parte a expectativa que eu tenho é a seguinte: que Santa cruz é assim, é uma coisa que vem assim, passando de mãe, de pais pra filhos, de filhos para os netos né? E quem puder estudar, estude e quem não, vá pra feira de santa cruz, arrume um banco e vá pra feira.

[homem] 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 box de volta, então você não acha mais. Ai o dono do box vai lá anuncia, a freguesa que comprou tantas peças, diz o tipo da peça, por favor compareça aqui na rua tal, setor tal [ênfatisa bem a cores que tem lá] 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? [mulher] e a honestidade de cada dono de banco, que a gente escuta muito isso: cliente fulano de tal, você comprou tal mercadoria e deixou no meu bancou ou então você vinha com um pacote e deixou no meu banco, tá entendendo? Hoje a gente tá só se entretendo, a gente já trabalhou com 25 pessoas, com 20, com 15 e hoje a gente só trabalha com uma facçãozinha, uma menina que trabalha na casa dela e a gente faz só casaco, nesse sol quente. O que é que acha? [risos] e faço blusa de senhora. Eu só faltei costurar e fabricar mosquiteiro e vestido de noiva [risos] o resto eu fiz tudo.

Sobre a facção...

Entrevistado: [mulher] você corta a mercadoria, faz uns pacotes, conta e bota na casa da costureira, você dá o material e tem muita facção que também faz com o material dele, mas no meu caso eu boto a costura, as peças e dou todo o material e ela me entrega as peças prontas e eu pago X de cada peça ta entendendo? Ai na minha casa eu mando a mercadoria e vem somente pra eu embolsar e levar pra feira. [som de forró vindo de dentro da casa deles]

Quais os aspectos positivos em trabalhar no Moda Center em relação a antiga feira de rua?

[mulher]Tudo, a organização, você hoje é dono de uma coisa, na época de rua você não era dono dele, era um banco de feira, hoje você é um patrimônio que tem, ou loja ou box o que você tem ali no moda center é um patrimônio seu.

[homem]Você pode ir pra casa quando termina feira na segunda e na terça e sua mercadoria fica guardada. [mulher]Tem muita vantagem,[homem] segurança, né? O tempo todinho, que tenha feira ou não, tem segurança lá. [mulher] tem as vantagens que eu falo de lá voltando atrás assim na questão que se ganhou dinheiro naquela época porque era menos gente a trabalhar na confecção, era, como é que se diz: as coisas era mais fácil e hoje se tornou mais difícil porque não é uma população só de santa cruz , abrangendo todo esse[pausa] toda essa cidade aqui por peto. Vem gente confeccionista que tem banco, box e loja, caruaru, Toritama, Taquaritinga, Vertentes, Jataúba, Caraúbas, Pará, Poço Fundo. Aonde você imaginar aqui por perto. [homem] casinhas que é depois dojucazinho, então tem essa região todinha e tem mais um coisa importante que pouca gente sabe, que é muito importante isso que eu vou dizer a você é a quantidade de pessoas que não vem pra feira e sobrevive de Santa Cruz do Capibaribe. [mulher] e faz em casa. [homem] cada uma tem suas máquinas em casa, em são domingos da paraíba pra chegar aqui em congo, Jataúba, Caraúbas, onde você chegar vai ver nesses sítios que tem duas, três máquinas, é a mulher costurando e o homem tirando ponta de linha e tudo sobrevive da feira.

[mulher] A questão é o tempo, e hoje assim você vê, eu não lembro quantos bancos aqui embaixo tinha, a diferença mostro pra o que tem hoje lá, que todo mundo faz negócio, é preciso ter muita gente comprando lá, pra ser uma coisa de vou vender muito, é difícil né, por causa do tempo. [homem] o pessoal que vem de fora, do Belém, da Bahia, todo mundo é so elogiando o quanto a organização, a limpeza, tudo asfaltado, bem direitinho, todo mundo sai elogiando. Mas tem pessoas da própria cidade de santa cruz que ainda bota gosto ruim, bota defeito pra isso e pra aquilo, acham que devia ter um ar condicionado, um ventilador.[mulher] eu acho muito organizado, muito organizado hoje [fala com segurança]. [homem] dormitórios bons.

Entrevistado: [homem] Eu estive na Bolívia duas vezes com carro de placa de santa cruz do Capibaribe e o pessoal perguntava; você é de santa cruz? Sou. Terra das confecções né? Terra que não tem desemprego, duas vezes eu tive na Bolívia em cubirra não foi em outro canto não e tive em guajaramirim também. Onde você chegar com uma placa e santa cruz é reconhecido, é mesmo que a seleção brasileira, todo mundo pergunta. Eu passei, eu fui no dia vinte e oito de dezembro, eu fui pra vista alegre dividindo com Acre, depois de porto velho e vi confecção daqui lá. Vi confecção que aqui custa trinta reais, lá custa cento e trinta reais uma peça, uma calça jeans, vi confecção da rota do mar lá. E nós temos freguês de Porto Velho que vem de ônibus

13) Quais os aspectos negativos em trabalhar no Moda Center?

Entrevistado: [mulher]Sobre o moda center em si, eu não tenho queixa nenhuma a fazer, não, pra mim foi uma oportunidade, tenho 3 boxes só, não tenho loja, na época não comprei, me arrependi porque foi um grande investimento, mas eu não confiei quando aquilo ali começou, me faltou confiança e quando pensei, me faltou dinheiro, quando criei coragem me faltou

dinheiro. Não se acreditava porque era uma história que era muito dinheiro, levou muito tempo, assim, era um projeto que já tinha antigo, que se falava e assim não tinha tido sabe? E como a gente era bem localizado aqui no centro que a gente tinha loja no centro, tinha banco, eu até torci pra não dar certo, mas hoje eu vejo que foi a coisa melhor que santa Cruz podia ter, foi esse parque.

[Mulher]Não, se eu tivesse de e queixar de alguém ou de alguma coisa eu me queixaria dos governantes que vem governando o país que vem cada dia como a gente vê aí, muito roubo, safadeza, muita coisa e cada vez mais o país afundando e agente afundando junto, mas sobre o moda center em si eu não tenho queixa nenhuma, pra mim foi uma oportunidade.

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes? [Buscar a diferença entre calçadão e moda center]

[mulher]Eu acho que não tem nada haver, porque a gente tem box lá no moda center e tem o restaurante de flaviana lá no calçadão, que quem tinha banco de feira lá em embaixo, teve direito a um banco no calçadão, na terra, na chuva, no sol, na lama e pagava como nos mesmo pagava os direitos, a gente pagava, não fomos uma, dois, três, quatro, cinco vezes mas nos tinha o alvará de lá e deixamos pra lá e foi crescendo a feira lá, crescendo, crescendo e chegou ao ponto de outra benças, por que ali deu muita oportunidade a quem não pode comprar no moda center. Quem tinha já um alvará de lá foi fácil e conseguiu e hoje se existe uma negociação quem ganhou, precisou e tá repassando de um para o outro sabe? Os que tem lá foram ganhados pra quem tinha negócio lá. [homem] do jeito que é bom no moda center, já no poeirão, que hoje é o calçadão é do mesmo jeito todo mundo faz bom negócio, todo mundo faz negócio ali. Da pra todo mundo, é a mesma coisa as confecções. [mulher] tem gente que tem loja lá e tem banco cá. Tem loja no moda center e banco no calçadão tá entendendo? E quando a época tá melhorzinha todo mundo faz negócio, chega época de gente dizer: pronto, hoje eu não fiquei com nada, nos dois canto e é tudo uma besteira de quem diz que lá atrapalha o num sei o que, não. Eu acho que todos são iguais. Eu até ignorei um pouco quando fizeram um portão dividindo, que só é aberto nos dias de feira, mas depois, analisando pelo outro lado, lá tem [pausa] é mais perto, é mais fácil de entrar alguém, gangue que queria roubar alguma coisa, então de qualquer maneira foi bom esse portão durante a semana viver fechado e só abrir nos dias de feira, mas que não existe diferença, tem muita gente que tem negócio lá e negócio cá também, entendeu? Foi mais uma oportunidade de quem não pode comprar lá dentro, ganhou lá. Lá paga sim, toda semana você paga um condomínio, doze reais de cada box e quem tem lanchonete, paga trinta reais. [homem] é pago a prefeitura.[mulher] isso aí se chama o condomínio porque ali tem despesa de tudo, tem os banheiros, tem os vigias, do jeito que fica box com mercadoria lá no moda center, fica cá também e não podia ficar no realém né? Tem que ter vigia, tem que ter material de limpeza, você sai no dia de feira como eu sai hoje, você vê um mundo de nojeira, de sujo, você chega na outra semana, tá tudo limpo. E no moda center aí sim, lá porque quando se diz prefeitura aí é que o povo suja com gosto sabe? Aí a sujeira é maior e tudo sabe? Mas quando você chega na outra feira, digamos que você tá sujo, de hoje a oito quando você chega, tá limpo. Ali quando a gente era só na poeira, muito tempo que eu deixei de ir, você tinha que ir no banheiro no moda center, não era distante, mas aí você incomodava lá e hoje lá tem tudo isso, do mesmo jeito. Restaurante, lanchonete, do mesmo jeito, tudo o que você precisar lá tem. [mulher] hoje o moda center tá de parabéns, que eu lhe digo, o moda center tá de parabéns, seria muito bom que a prefeitura arrumasse um dia o que, uma pessoa nos pés desse menino que eu não sei nem o nome dele, porque no calçadão ainda não acertaram um síndico pra tomar conta mesmo. Já faz dias que tem duas luz atrás da lanchonete que tá no escuro e uma três ou quatro na frente, a gente não tem a quem reclamar,

porque reclama e essas luzes não aparece, que coisa de prefeitura você sabe como é, a gente vai lá no rapaz que diz que é o síndico, mas não resolve e enquanto isso no moda center um negócio desse é resolvido na hora né?

Idade: 46 anos

Formação escolar 2º ano médio

Formação Familiar casado

Idade que começou a confeccionar 18 anos

Qual a sua profissão atualmente?

Entrevistado: feirante

Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Entrevistado: primeiro é comprar o tecido, cortar, costurar, embalar e ir pra feira.

Trabalha com facção? Explique como

Entrevistado: Sim, eu corto, terceirizo a mercadoria e levo na casa das costureiras

Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?

Entrevistado: 10 anos

Possui outras lojas em outros boxes em outros locais?

Entrevistado: só banco na feira de caruaru

Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?

Entrevistado: agricultura, porque trabalhava com meus pais e deixei de fazer isso por falta de inverno.

Assim que deixou a agricultura, começou a confecção?

Entrevistado : Eu trabalhava na agricultura e também na confecção, ao mesmo tempo. Como so fazia cortar e levar pra casa das costureiras, final de semana eu colhia, aprontava e a partir da segunda, terça eu tava na feira. Os outros dia da semana eu voltava a rotina da agricultura

7) Porque trabalha como (Profissão) atualmente ?

Entrevistado: atualmente 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.

8) Trabalhou durante quanto tempo na feira?

Entrevistado :desde dos 18 anos de idade

10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua

Entrevistado: Não tinha conforto, la não tinha conforto nenhum, era banco, sol e chuva, os bancos todo de madeira, hoje tem uma estrutura de trabalhar que é melhor, mas la embaixo tinha mais dificuldade para se trabalhar. Hoje, no caso é mais distante , a dificuldade no tempo da chuva, muitas vezes a mercadoria tava enxutinha ali e batia um pé de agua, molhava tudo. Não tinha banheiro, tudo era dificuldade.

[...]

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. [ficou pensando] Hoje eu encontrei com cliente em caruaru de nazaré da mata. Eles eram clientes de mamãe desde dos anos 80 e comprava no caderno, era o pessoal de nazare da mata muito certo e hoje encontro elas em caruaru.

Em relação a cadernetinha, hoje em dia ainda tem isoo?

Entrevistado: Não, porque eu te dou um documento, que um cheque é documento, né? E ele volta. Na cadernetinha quem vai cumprir? Se no cheque ta 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 tinha confiança e era mais serias.

11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center

Entrevistado: Com uma estrutura, todo mundo que vem gosta, você não leva sol, vão não leva chuva, banheiro suficiente, praça de alimentação suficiente coisa que não tinha la embaixo antigamente e hoje tem. Hoje sou satisfeito com o moda center. Eu não creditava no moda center, porque todos os dias eu passava por la e só via uma pessoa só trabalhando, então como era que ia se construir o moda center com um um funcionário. Por isso que não comprei no inicio que custava se eu não me engano mil e quinhentos reais ai eu não comprei, comprei mais caro por cinco mil reais. Hoje se eu pudesse, eu invistiria la.

12) Quais os aspectos positivos em trabalhar no Moda Center em relação a antiga feira de rua?

Entrevistado: [pensou...] conforto que agente não tinha lá embaixo como a gente tem, principalmente segurança que ali hoje no moda center tem segurança, em relação a roubo que na feira de rua tinha muito roubo

13) Quais os aspectos negativos em trabalhar no Moda Center?

Entrevistado: Se as coisas la fossem transparente, se a transparência fosse como eles demonstram ser, com o dinheiro dos condomínio. Assim, se a gente for colocar em relação a

feira e caruaru uma despesa é melhor o moda center pra pagar do jeito que tá, por no moda center hoje você gasta cento e cinco reais por condomínio, e com uma despesa em caruaru que você sai você hoje tem um espessa de duzentos reais. Em caruaru não tem segurança, nao tem banheiro não tem nada a oferecer, só ladrão é o que tem.

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes ? [buscar a diferença entre calçadão e moda center]

Entrevistado :Pra mim é tudo igual, mas so que pra o cliente não, pro cliente a mercadoria do calçadão é mais barata de que a do moda center, o cliente tem isso na cabeça. Na verdade umas é outras não.

16) Sente falta das feiras de rua? Existe alguma coisa ou observação que gostaria de fazer para complementação deste trabalho em relação a antiga feira de rua?

Entrevistado: Eu não sinto falta de nada não[...], porque o moda center melhorou todo, o transito era uma tremenda bagunça, o transito melhorou, a sujeira era enorme, no moda center não, terminou a feira ficou la e a rua continua limpa.

O senhor tem alguma coisa que ache importante informar para acrescentar nesta entrevista?

O que eu tenho de importante a dizer é que hoje vários países já conhecem o moda center, né? ele já tá bastante divulgado, teria melhorar só Deus, que é a agua faltando. [...] Um feirante hoje, ele tem dois dias para arrumar o dinheiro dos compromissos da semana, e se ele não vender nesses dois dias? O que é que ele vai fazer para pagar suas contas toda semana? Tecido, alimento, custureira e suas necessidades do dia a dia ? [pausa] Santa cruz se não for a feira, eu te pergunto? O que vai ser de santa cruz ? [aumento da voz] porque todo canto se abre coisa de confecção e ninguém se preocupa, porque a agricultura não pode porque não tem agua, e é uma cidade de cento e poucos mil habitante, tu já imaginasse se santa cruz tivesse água o tanto de indústria que tinha em santa cruz? Hoje não tem e as que tem, os pequenos fabricos estão fechando.

Idade: 35 anos

Formação escolar: ensino meio completo

Formação Familiar: casado, com filhos

Idade que começou a confeccionar: eu comecei na realidade cum [...] 13 a 14 anos.

Trabalhava numa empresa de minha tia, ela tinha uma pequena fabrica e eu trabalhava com ela

Data da Entrevista:

1) Qual a sua profissão atualmente?

Entrevistado: Hoje eu sou empresário,

Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Entrevistado: No geral na parte de gerenciamento da empresa mesmo. A gente fica [pausa] eu fico a frente, como agente tem lojas no moda center e lojas aqui no centro eu fico responsável por toda a administração da empresa.

O que o senhor acha mais difícil de lidar no dia a dia com essas lojas?

Entrevistado: É[pausa] eu acho um pouco complicado a parte principalmente de compra e venda. Porque hoje agente [...pensou] não adianta agente ter um ponto bom, você ter funcionários treinados, capacitados se você não tiver um produto bom e eu sou responsável por essa parte de compra de produtos e é bem complicada, bem trabalhoso. Porque a nossa empresa hoje a gente não confecciona, a gente terceiriza, compra e vende. E quando a gente faz uma compra errada você sabe que vai ficar com saldo e hoje acho que isso é o mais importante e mais difícil. E frisar também que oitenta por cento da minha mercadoria que eu compro é daqui da região, daqui da cidade, ta entendendo? Vinte por cento é importada, é de são Paulo, mas oitenta por cento eu compro aos pequenos fabricantes daqui da cidade, ta entendendo? Porque acredito na qualidade do produto local, ta entendendo? Oitenta por cento do que eu vendo, do que eu compro é daqui de Santa Cruz e a minha camisaria masculina é feita aqui em Santa Cruz, eu não tenho a fábrica hoje, a gente fechou a fábrica faz cerca de cinco anos, mas é uma facção que faz pra mim ta entendendo? Eu compro o tecido, compra a etiqueta, dou a modelagem e ele me entrega a peça pronta. É uma facção, é um rapaz que trabalha há mais de dez anos no ramo de camisaria e proporciona a fábrica com, não sei, em torno de quarenta a cinquenta funcionários em torno dessa fábrica e ele terceiriza pra mim o produto, eu não não faço em pequenas, várias facções não, é tudo concentrado lá, só esse rapaz que confecciona pra mim até porque ele tem uma estrutura que quando fui começar eu procurei uma pessoa que tivesse estrutura pra suprir minha demanda aí encontrei nele, ele quem faz cem por cento da minha camisaria, mas ele fabrica pra várias pessoas porque a estrutura deles é muito grande

Há quantos anos tem loja no Moda Center ?

Entrevistado: Desde de que abriu o moda center que a gente trabalhava na feira aqui, quando abriu o moda center agente já foi pra lá e já butei uma loja já formalizado, tudo. O meu primeiro CNPJ. Acho que é 10 anos, o moda center completou 10 anos agora né?

Possui outras lojas em outros locais?

Entrevistado: não, atualmente só em Santa Cruz, no moda center e essa aqui, do centro.

Pretende expandir seu negócio?

Pretendo sim, agora a curto prazo não, a médio a longo prazo

6) Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?

Entrevistado: Já trabalhei sim, já trabalhei na [pausa] já fui agente de saúde, já trabalhei na prefeitura. Era paralelo né?, a gente já tinha, tava começando a fabricar, mais era aquela coisa informal né? E já tinha esse emprego na prefeitura, tinha feito concurso público e passei, mas foi breve, trabalhei durante um ano só, porque a confecção foi pedindo tempo e eu tive que sair

desse emprego da prefeitura pra se dedicar somente a confecção. Agente de saúde não era o dia todo, só meio turno, aí trabalhava até meio dia e a tarde somente na confecção[pausa]. Comecei a trabalhar com minha tia desde dos 13 anos numa pequena fábrica que ele tinha em serviços gerais e eu vinha pra feira com ela também, ela tinha uma banca e eu vinha com ela entre treze quatorze anos

10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua

Entrevistado: 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 [aumento do tom de voz] você não tinha um banheiro, é [pausa] 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.

11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center

Entrevistado: Na realidade foi quando deu uma virada na história, na minha história, na história da empresa, porque a gente[...] quando mudou pra o moda center a gente trabalhava informal, a gente não tinha CNPJ e quando mudamos pra lá eu já procurei um contador, já legalizei minha empresa e agente abriu inscrição, CNPJ, tudo direitinho e foi onde mudou, foi onde deu aquela “guinada” na empresa.[...] busca de conhecimento, isso é muito importante, é primordial, comecei a fazer cursos, busquei o senai, fiz empretec, cursos e depois meus funcionários, eu comecei a levar eles também, fazer treinamento, especialização em vendas, esse tipo de coisa[suspiro] E sempre buscando conhecimento, sempre aumentando essa gama de conhecimentos. Quando comecei no moda center eu não trabalhava com minha tia, era minha, foi ela que me incentivou e comecei a fabricar ainda trabalhando pra ela, fazia algumas poucas coisas mas assim logo eu sempre fui bem visionário, e logo a empresa cresceu e eu tive[...] eu sair e comecei com minha esposa, primeiro funcionário, segundo e graças a deus cresceu rápido e quando o moda center abriu, a gente já tinha minha empresa constituída. Eu acreditei no moda center, comprei alguns boxes, loja não, comprei box na planta ainda fui um dos primeiros a comprar por eu já [...], já acreditava nessa ideia que hoje aí é sucesso. Graças á Deus deu certo

12) Quais os aspectos positivos em trabalhar no Moda Center em relação a antiga feira de rua?

Entrevistado: 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 mais 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. Então [pausa] o moda center é um sucesso que a gente tem que cuidar e cada vez mais divulgar, que apesar de ser muito conhecido ele precisa ser mais divulgado. Muitas vezes eu converso com alguns amigos, alguns colegas que eu encontro em outras regiões e eles ainda não conhecem o moda center, mas acredito que quem vem a primeira vez ao moda center, o cliente que vem a primeira vez comprar no centro de compras moda center, ele não deixa de vim mais, porque aqui ele encontra tudo que não tem em nenhum outro local, isso que eu já lhe

falei: segurança, estacionamento, área coberta, banheiro, praça de alimentação, é uma estrutura completa ne? [pausa] tem os dormitórios, os hotel, bons hotéis por sinal ao redor do moda center, então quer dizer que ele não encontra isso em canto nenhum do brasil. São Paulo é o maior polo, mas você chega em são Paulo hoje não tem uma estrutura dessa, tem aquelas galerias, aqueles mini shoppings, mas não tem um espaço igual ao moda center

Sempre trabalhou com essa marca?

Entrevistado: Sempre foi essa marca, antes a gente era voltado mais para o publico feminino, meu foco era o público feminino. Recentemente, cerca de 9 meses, 10 meses atrás e comecei a fazer camisaria masculina e hoje a camisaria representa em torno de quarenta por cento das vendas.

13) Quais os aspectos negativos em trabalhar no Moda Center?

Entrevistado: Hoje eu acho isso é que eu já lhe falei com relação a divulgação, eu acho que poderia, inclusive eu já frisei em algumas reuniões da diretoria do moda center que a gente poderia divulgar mais o moda center, expandir a divulgação, porque hoje tá pronto, o moda center tá pronto, ele tem toda estrutura que o cliente necessita pra vim e passar dois, três dias e fazer suas compra na cidade. A casa tá arrumada como se diz, só que a gente tem que divulgar pá conquistar novos clientes, até porque hoje, a ferramenta, o celular ao 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. Falar nisso, foi bom, a questão da segurança na estrada. No moda center tem segurança, mas precisa de mais segurança para essas excursões que vem da bahia que vem do brasil inteiro. Eu acho que os governantes precisariam [pausa] da uma forma, um escolta, alguma coisa ou um policiamento mais ostensivo mesmo, policia rodoviária federal, alguma coisa para garantir a segurança nessa viagem, nesse trajeto, isso é fator negativo pra o moda center.

Sente falta de algum aspecto da feira de rua ou tem alguma experiência ou história que possa acrescentar a essa entrevista?

Entrevistado: Eu acho que aquele contato era mais como se diz, mais popular, eu gostava daquele aspecto de feira de rua mesmo, aquela gritaiada tá entendendo? Eu gostava porque eu fui criado nesse ambiente, ai hoje é uma coisa mais fria no moda center, até porque o cara não vai da loja, butar a cabeça do lado de fora e sair gritando: é 3 por dez! ninguém vai fazer isso ne? mas aqui, o que eu achava era interessante essa maneira, esse jeito do nosso povo de vender, aquela alegria e de conquistar o cliente.

Rapaz, uma história hilária e até engraçada, era aqui, quando a feira era aqui no centro, era uma dificuldade muito grande pra comer e agente almoçava nessas barracas, era pouco os restaurantes que tinha, e os poucos que tinha era lotado ai a gente muitas vezes, eu comia nessas barracas que era no mei da feira, mas toda semana era uma dor de barriga [risos altos] toda semana eu adoecia, eu não sei o que era isso não. Ai onde tá o problema, e banheiro que não tinha? Ai tinha que sair pedindo emprestado um banheiro num conhecido, numa farmácia ou numa loja porque não tinha essa estrutura [risos]. Meu maior trauma que eu tenho daqui dessa feira era isso mesmo, era a hora da comida e a hora de usar o sanitário.

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes ? [buscar a diferença entre calçadão e moda center]

Entrevistado: Eu acho que não atrapalhou não, eu acho que só vem a agregar mais valor ao moda center, porque era até feio você chegava ali na frente e tinha aquela estrutura bonita, grandiosa, ali e quando ia lá pra trás, do moda center, tá aquela bagunça igual a feira daqui né? Lama, chuva, sol e poeira e hoje basicamente o Calçadão Miguel Arraes é a mesma estrutura do moda center, acho que só veio a engrandecer mesmo o parque e dar mais qualidade pás pessoas e comerciantes que lá trabalham. A diferença eu vejo conversando com alguns clientes, eles tem aquela noção que lá no calçadão eles vão encontrar produtos mais baratos. Acredito que sim, acredito que tenha esse produto mais barato, mas muita gente que tem comercio ali a mercadoria é basicamente a mesma, não vejo muita diferença,[pausa] só que por conta de ser uma feira mais popular os clientes tem aquilo na cabeça que e mais em conta[risos] ai primeiro eles vão lá e compra. Mas assim, o cliente que compra lá, compra no moda center também e eu não vejo de uma forma eu atrapalha o moda center não.

Sulanqueiros: o que é para você?

Entrevistado: Sulanqueiro eu acho que **são** aquelas mulheres que, somos nós é logico que trabalhamos até hoje com confecção, mas principalmente aquelas mulheres que deram início a tudo isso, vejo algumas fotos antigas em alguns livros, aquele pessoal antigo que pegava os retalhos e fazia as cobertas e foi onde tudo começou né? E eu acho que hoje santa cruz, o pessoal quer tirar esse rotulo de sulanqueiros, porque era a capital da sulanca, hoje é a capital da moda. Mais uma jogada de marketing né? Que eu acredito que pra mim eu vejo com bons olhos o termo sulanquerio, mas pra quem é de fora pensa que e algo pejorativo ou que e algo mais fraco ou alguma coisa desse tipo ta entendendo? Por isso que as mídias hoje tão tentando mudar esse rotulo de capital da sulanca por capital da moda. Mas eu não vejo [...] por mim era capital da sulanca [risos].

Eu acho que você deve levantar essa bandeira mesmo do moda center, dessa região, e mostrar realmente o que é o moda center hoje, porque existe muito assim: 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 agente 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.

Idade: 58 anos

Formação escolar: segundo grau completo

Formação Familiar: casado, há 31 anos

Idade que começou a confeccionar: entre os 16 anos

Data da Entrevista: ____/____/____

Qual a sua profissão atualmente?

ah minha profissão atualmente hoje eu sou empresários, tenho empresa

2) Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Hoje eu trabalho com confecção, trabalho com camisaria na fábrica. Fabricar camisa primeiramente nós compramos a malha, quando chega nossa malha nós passamos a fazer o corte, depois de fazer o corte da camisa e os enfeitos, a camisa vai ser bordada ou estampada então se parte para o bordado nós mandamos aquela ficha para o bordado, e ela pode ser também estampada e bordada. Feito esse processo nós mandamos para área da costura que faz todo fechamento da camisa, passa pela uma revisão pra saber se ficou tudo pronto e tudo perfeito e depois vai pra o setor de embalagem quando embala todas as camisas e depois ainda vai pra o estoque que é onde a gente tira para as vendas. Do estoque nos selecionamos para lojas no moda center, Toritama, caruaru e tem todo esse procedimento. Tem o banco da feira que vende minha mercadoria.

O senhor tem facção ou só costureira?

Hoje eu tenho facção e costureira. As duas opções porque hoje nós temos um problema de mão de obra na região na fábrica e tem muitas facções porque o pessoal hoje trabalha em casa fica mais um negócio [pausa] ela reúne as famílias em a casa e faz esse fechamento, mas todo o final é feito na minha empresa. Elas fecham a camisa e todo o resto do procedimento é feito na empresa.

2) Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?

Desde de quando abriu

4) Possui outras lojas em outros locais?

tenho sim, como já falei

6) Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?

Já trabalhei de calçado, logo no inicio meu pai fabricava calçado as fabriquei calçado. Na época era tamanco, depois fui fazer a sandália mesmo e depois trabalhei na área de construção civil com meu pai. Na época meu pai, papai parou e começou a trabalhar na construção e então eu fui dar uma ajuda a ele na construção civil, mas foi só pouco tempo. E depois eu entrei na confecção que fui começar como propriamente se diz sulanca que é nossa confecção fazendo as milongas que eram os calçãozinhos imendado [risos].

7) Porque trabalha como (Profissão) atualmente ?

Ah minha filha essa é a profissão que eu descobri, que era coisa aqui da nossa região, que é o nosso foco que nós temos aqui que é a confecção. Quando fui descobrindo eu fui aumentando minha empresa, me dedicando, que é o mais importante na nossa vida é dedicar a nossa empresa, esse primeiro passo aí como eu sei de tudo que se passa na minha empresa, isso é o que é importante. Comecei devagarinho, comecei na feira vendendo nos bancos, dormia lá no chão, que dormia dentro dos bancos pra poder vender tudo se tem um começo. Então foi isso, eu comecei a gostar do trabalho como ainda hoje faço essa parte. Eu tomo conta do setor e

produção da minha empresa. Eu me sinto realizado na profissão, eu até tô pensando em colocar outra fábrica aí [risos alto]

8) Trabalhou durante quanto tempo na feira?

Quando eu comecei na feira[pausa] deixa eu ver, o moda center foi em 2006, então antes de 90 eu já vendia na feira em santa cruz, caruaru entendeu?

10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua

As, em santa cruz nos vendia no mei a rua, a experiência...[pausa] é pra tudo no começo é bom mas depois foi uma coisa que era muito agitada, a gente não tinha banheiro, não tinha nada, era aquela agitação, nos tinha que ir de madrugada, não tinha local certo da gente estacionar e depois que abriu o moda center nós tivemos a melhor coisa, tivemos essa mudança que foi a melhor coisa para nossa região, que foi nosso polo de confecções e para os nossos compradores, que nossos compradores tem todo apoio como nós temos lá no moda center hoje desde de quando foi fundado tem banheiros, tem coberta, se vinher a chuva tá tudo lá debaixo, é outra história.

11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center

O que eu tenho pra falar sobre o moda center que é hoje o maior polo da américa latina e isso nós temos porque tem todo apoio pra nosso comprador e isso e o principal para toda empresa e a empresa tem que dar o conforto pra o comprador chegar e se sentir-se bem. Então é isso que o moda center fez pra nós e pra todos que vem pra cá. Então é isso que tá crescendo. Hoje se diz que tá diminuindo tá certo nos estamos na crise, mas ainda é crescendo um pouco. Com todo isso ele tá crescendo. Hoje sou muito, muito, muito mesmo satisfeito.

12) Quais os aspectos positivos em trabalhar no Moda Center em relação a antiga feira de rua?

O aspecto hoje é que o cliente já vem e sabe onde nós estamos tudo direito. Tá lá, nós temos nossa loja, temos os boxes, ele já vem diretamente para aquele lugar e vem, temos horário certo de trabalhar e isso é uma coisa certa. Já na feira, a gente não tinha, mudava muito, e hoje a gente tem tudo correto, tinha vez que dependendo mudava o local

13)existe alguma melhoria para se fazer no Moda Center?

Não, a melhoria de haver lá no moda center, nós estamos procurando ver la tudinho, porque eu sou condômino, de toso nós e a maioria a não pensa dentro de si que aquilo é dele, e lá e nosso, cada um temos que fazer a parte nossa. Então estamos fazendo várias coisas, um projeto para ver se amos aumentar o estacionamento,temos a saída da agua que fizemos agora lá o tubo todo mundo junto que os condôminos todos aprovaram e nós fizemos tudo juntos quer dizer, são coisas que agente prevê só melhorar cada dia mais.

14) Com a criação do Moda Center, seu negócio cresceu? Ou estabilizou?

Não, meu negócio cresceu, e como cresceu, cresceu mais da metade, na época quando ele abriu cresceu muito mais da metade, ele cresceu[pensou] 100%.

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes ? [buscar a diferença entre calçadão e moda center]

Não eu vejo o poeirão como foi a melhor coisa que teve para os pequenos que não chegaram a ter um box lá um loja, tudinho e ficaram lá no poeirão e depois passou a ser o Miguel Arraes né? E isso aí pra mim mesmo é uma coisa muito importante para aqueles feirantes que ganharam aqueles seus boxes que ganharam suas lojas e isso foi muito importante para aquela comunidade que tava trabalhando ali. Fico muito feliz com isso e vai se melhorar ainda mais lá. O calçadão não atrapalhou, o calçadão, na minha opinião, cada um tem a sua opinião. Tem que se ter o pequeno para os compradores comprar como temos os boxes que tem que comprar no pequeno para depois se comprar nas lojas e boxes que já tem outras coisas. Nós temos que ter toda a mercadoria aqui junto. Por isso que nossa santa cruz cresceu junto. Temos que ter o pequeno, aquele que tá lá no calçadão aquele que vende aquela confecção bem baratinha que não podemos tirar, tem que tá todo mundo junto isso é o que fez nossa santa cruz crescer nosso moda center é o que faz crescer todo dia

Sobre a transição da feira

Esse processo de transição eu lembro mais ou menos. Mas esse processo de transição foi assim: quem tinha o alvará na feira tinha direito a comprar um box barato financiado pelo banco do Brasil, que eu sei de toda essa história e muitos não acreditaram no início, não foram lá procurar, que era o pequeno que não tinha entendeu? Isso passou lá no banco que eu sei tudinho passei lá no banco e ninguém nem ia nem atrás. Foi passando, foi passando, depois eles liberaram para nós, eu mesmo comprei, na época eu comprei duas lojas e na época eu comprei parece que foi dois boxes na época. Mas eu acreditei, fui e comprei, como teve também uns que ficaram com um pé na frente e outro atrás, não vai mudar, vai mudar mas nós tínhamos que mudar porque senão hoje como era que nós ia tá aqui em Santa Cruz Capibaribe? Como era que tava essa feira? Foi uma revolução para todos, tudo que ninguém acreditava, mas hoje como se diz é o maior polo que tem na região e tem toda a organização. Quando mudou, mudou mesmo a feira, não pode ficar na cidade, por isso que se tem aqueles que não tinham, não compraram os boxes que ficaram e foram pra o poeirão que foi todo mundo junto. Quem não comprou, não ficou, foi pra poeirão. Foi uma data certa, fechou a rua, não vai mais ter feira na rua

O que o senhor considera essência está todo esse tempo no ramo de confecções?

Ô minha filha o que eu considero foi, eu fui vendo que cada dia eu fui trabalhando mais, fui crescendo mais um pouco, fui vendo também e pra gente crescer um pouco que vim, a gente temos que fazer pesquisa, temos que ir as feiras fora como eu fui várias feiras, fiz um curso de seis meses de administração, isso é tudo que faz a gente ir crescendo na nossa vida tudinho e sempre tô fazendo, sempre tô junto entendeu? [Pausa] e eu acredito que vai melhorar bem mais aí na frente ainda. Hoje a maior dificuldade são os colaboradores, que são muito difícil hoje, e isso é a parte mais difícil de uma empresa hoje os colaboradores porque hoje eles não querem trabalhar, eles querem emprego, muito difícil. Eu tenho numa equipe que é muito boa, tenho também, mas não todos, o problema é esse. Não tô acreditando, mesmo numa época dessas eles não querem trabalhar, não todos. Tô pra abrir outra loja e não tem quem tome conta, tô sem

saber o que fazer com uns boxes e uma loja lá no moda center que tenho lá, porque o problema é quem tome conta, infelizmente é isso.

Olha minha filha se eu for dizer a verdade, a feira de rua foi muita boa, pra mim tudo é bom, só que a gente não vai sentir falta das coisas que a gente não tinha nenhuma mormodimia[risos] dormis debaixo dos bancos, pelo chão, não tinha aquele horário, era horário tudo doido entendeu? Hoje não, hoje é outra história, saudade eu sinto que a gente conta essas histórias mas ai saudade não, temos que melhorar mais [risos]

A experiência da feira de rua, era uma que tenho assim é que tinha feira que eu vendia toda mercadoria, chegava um cliente e comprava também a nossa produção era pouquinha também [risos] e isso quando era na outra semana a gente voltava e tinha feira que a gente ia e não vendia nada, como também no moda center hoje não vende nada, nós vendemos e naquele tempo tinha feira que a gente colava mesmo e hoje nós vendemos, não chega a vender tudo. Mas na feira de rua tinha vez que a gente chegava e com dez minutos de feira não tinha nada que a gente vendia.

Pra mim é uma alegria falar da nossa região, porque falta muita gente ainda conhecer, como nós mandamos fazer agora me Petrolina uma pesquisa lá da região e muitos não conhecia nosso moda center. Mas vamos entrar a televisão e vamos botar isso pra vim pra cá que se reuniu um grupo de empresários e nós fazemos isso pra vim um pessoal conhecerem melhor, como todo norte e nordeste, mas tem região que ainda não vem e vamos chegar a trazer mais pessoas pra cá, vamos crescer mais. Quando eu digo nos é os condôminos que tá em reunião pra fazer isso tudo. As reuniões de condomínio que tem, porque o moda center é um condomínio onde todo mundo é dono. 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 ta melhor ainda, se todo mundo unisse mesmo, o moda center hoje estaria melhor do que é, porque ele já e muito bom, as estaria melhor do que é.

Idade: 46 anos

Formação escolar: segundo grau completo

Formação Familiar: casado

Idade que começou a confeccionar: 20 anos

1) Qual a sua profissão atualmente?

Comerciante

2) Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Costura, [risos] primeiro compra o tecido, corte, depois a costura, finalizando as costureiras faz.

Eu tenho uma fábrica e não trabalho com facção, com dois funcionários (A

ENTREVISTADA NÃO QUIS FALAR DOS FUNCIONARIOS INFORMAIS COM MEDO, DEPOIS FOI QUE ELA FALOU QUE NO TOTAL ERAM 7)

Assim, você perguntou se eu trabalhava com facção, assim, eu faço umas coisinhas fora, tem duas facçãozinhas, eu deixo n casa de duas costureiras e dou o acabamento que é pra mim ver a qualidade, ai quem embolsa é a gente porque se vim com defeito pra gente tirar

3) Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?

Desde que foi proposto, de início. Na época eu acreditei, tenho loja e box

4) Possui outras lojas em outros locais?

Não, possuo não

6) Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?

Não, só na confecção

7) Porque trabalha como (Profissão) atualmente ?

Foi assim que eu me casei, me casei com vinte anos e assim aqui demanda daqui é costura. Então como eu não sabia fazer outra coisa, eu comecei com uns shortinho bem fraquinho, bem popular ai vendia na feira que era ainda na feira de rua ai comecei pronto, de lá pra cá não deixei mais de confeccionar

8) Trabalhou durante quanto tempo na feira?

Desde dos vinte anos de idade

9) O que você considera essencial para conseguir estar todo esse tempo no ramo de confecções?

é [pausa] é você saber eu dinheiro de empresa é dinheiro de empresa, ele não é seu, você ter essa experiência, assim e ter aquele cuidado de comprar suas coisas não confiando em cheque, assim, você pode vender até no cheque mas voce não deve confiar que isso é dinheiro porque muitas pessoas se atrapalham aqui dentro de santa cruz porque ele confundem, dinheiro com cheque, dinheiro de empresa como é seu, dinheiro de empresa é dinheiro de empresa, você tem que saber separar , tirar um salário pra você e o resto deixar la, não é pra se manter ? seus funcionários, 2,3,4 voce tem que deixar aquele dinheiro separado, nunca misturar empresa com casa com problema familiar.

10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua

Péssima, porque por exemplo, o lado bom assim, a gente tem que trabalhar de todo jeito e agradecer a Deus assim por ainda ter a feira de rua, mas assim, ter qualidade, porque assim quem quer usar um banheiro, não tinha. Aquele mal cheiro porque tem boas e pessoas ruins em feira né?, incompetente digamos assim, porque tem pessoas chega em feira de rua e fazer xixi no meio da rua é péssima né? Assim aquele mal cheiro já atraia um coisa muito ruim pra gente nera? Assim pra os clientes também que não tinha como acomodar nenhum cliente, as carroças batiam nas pessoas desesperadamente aquela mal educação triste. E assim a diferença do moda center hoje é que assim a gente tem praticamente um shopping, um shopping né filha? Porque quem vai pra esse moda center daqui se sente assim, sem contar com a qualidade de hoje de mercadorias que as pessoas hoje fazem, porque é como eu disse,

eu comecei com coisinhas bem popular, hoje graças a Deus vendo pra São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, assim já abrangiu muitas coisas pra mim sabe?

11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center

Muito boa, gosto demais, porque eu como eu disse, assim a gente se sente a vontade no moda center, ele é muito bom porque ele tem os banheiros, tem água, ele tem comida, as pessoas se alimentam bem, assim restaurantes muito bom, não é verdade? Acomoda os clientes, assim os cliente não passa nenhum tipo de constrangimento aí no moda center é bastante bom, muito bom. Pago satisfeita a taxa de condomínio porque assim sem pagar a gente não tem nada de bom, então temos que ter essa consciência.

12) Quais os aspectos positivos em trabalhar no Moda Center em relação a antiga feira de rua?

13) ainda existe alguma melhoria para se fazer no Moda Center?

ah com certeza, assim, precisamos cada vez mais de coisas melhores né? Assim, eu acho assim que o moda center ainda tem muitas coisinhas a desejar por exemplo é de chegar um cliente de fora e pegar um carro e guinchar, assim isso é coisas que eles poderiam melhorar, nesse sentido assim, só assim nossas coisinhas, coisas do dia a dia que acontece também, tá entendendo? Às vezes é um freguês folgado que bota onde não pode colocar e muitas vezes assim, para ter umas placas maiores no moda center para a gente puder identificar aqui pode, aqui não pode pra assim num gerar só real, tá em primeiro lugar o real, certo? do estacionamento, nesse sentido assim enquanto as outras coisas do moda center é excelente, assim não tenho que questionar. Não vejo como um aspecto negativo de trabalhar ali, so como positivo.

É pouco os dias de feira?

Eu vou responder por mim, assim por mim não, porque a gente gerencia funcionários e a gente não pode tá assim, tá entendendo como é? pra mim tá bom. Pra gente tá ali na segunda e na terça a gente tem que trabalhar a semana toda, pra produzir, essas coisas assim

14) Com a criação do Moda Center, seu negócio cresceu? Ou estabilizou?

Com certeza, de 10 eu daria 70%. De 10 da rua eu daria 70% pro moda center

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes? [Buscar a diferença entre calçadão e moda center]

Assim, pra mim [ofegante] não atrapalhou não, porque precisava de um canto mais organizado e melhorou, tudo o que você ajeta, você melhora e não atrapalha, aquilo que é bom e serve para a população tá ajudando. É um oportunidade boa, as vezes as pessoas não tem condição de comprar e ali foi doado né? Então foi bom para as pessoas que precisam, foi muito bom. Tem que dá graças a deus por ali tem um box quem não comprou, foi uma benção.

Sente falta das feiras de rua? Teve alguma experiência ou coisa

De jeito nenhum, nunca, nunca [risos]. Assim a experiência é que na feira de rua as pessoas não acreditam naquelas peças que você faz. Por exemplo eles não um dão valor que a peça merece, certo? Então a experiência é essa certo? As vezes chega um cliente e vê aquelas suas pecinhas lá e ele tem mais você como uma pessoa sofrido, ta entendendo como é? Ele não dá o real valor da sua peça, então ai eles botam o valor de suas peças lá embaixo [faz o gesto], se ela for por exemplo: 3 reais 4 reais ele bota 2 , 1,50 por que não valoriza o local. E hoje no moda center, pra mim não tem isso, la hoje a gente pode dizer essa peça é tanto e negociar, não baixar, porque ela tem um preço, ela tem um nível, ele não baixa, foi muito bom. Um local bom tem tudo haver e ajuda muito o comerciante, por isso que esse empreendimento foi muito importante para Santa Cruz, esse moda center. Ele abriu as portas de uma maneira especial pra cada um cidadão dentro de Santa Cruz. Porque por exemplo, lá no moda center quando as clientes chegavam eles sempre falavam de Fortaleza, dizendo que era mais barato, eu fui em Fortaleza pra conhecer que assim a pessoa chega e tem qualidade tá entendendo? Bem, eu vou conhece Fortaleza, ai eu fui, cheguei lá fui pra a feira da facada eu é pior do que ai, um feira do beco que te dá, minha filha pense numa feira triste, eu procurei as coisas ai tem aquelas coisinhas sem modelo sabe? Quanto é? Tá certo. Não era caro, mas não tinha qualidade, porque aquilo que não tem qualidade não pode ser caro. Ai tudo bem, eu cheguei, pronto fiquei caladinha ai quando chegaram e falaram que era melhor comprar em Fortaleza ai eu perguntei: você acha? Acho, então pronto né? você fica vontade porque eu dei uma olhadinha nos biquínis lá e assim não achei, era uns modelim pouquinho ai você foi? eu disse: fui. Ai acabou essa história de chegar la na loja e dizer que Fortaleza era melhor que procurava um preço melhor, só que tem coisa que não dá pra você baixar. Porque o povo faz comparação sem conhecer a qualidade então é necessário que a pessoa que ta vendendo tenha essa coragem de chegar e diga. Assim se eu não quero comprar, tudo, mas não se expressar desse jeito, não é verdade? Porque aqui em Santa Cruz tem peça boa mesmo. A China perto de Santa Cruz ela é nada, em termo de qualidade

Idade: 57 anos

Formação escolar: segundo grau completo

Formação Familiar: casada

Idade que começou a confeccionar: 24 anos

Data da Entrevista: ____/____/____

Quando eu casei eu fui morar em Recife, mas depois de cinco anos eu voltei e comecei a trabalhar com calcinhas. Nossos setores de venda era a feira livre que seria Caruaru e Santa Cruz e assim nos tínhamos uma dificuldade muito grande, pra gente era muito grande pelo fato de ter uma feira muito desorganizada e assim ficava setores isolados. Tinha aqueles setores que tinham melhor beneficiado pela localização e o acesso e o nosso setor não era um setor tão beneficiado e tinha também a dificuldade de todo dia você chegar la cobrir aquela banca com aquele plástico, montar, organizar toda tua mercadoria, ficar aguardando o cliente vir que as vezes vinha, as vezes não, entendeu? Ou vinha bem menos, a gente não tinha assim uma sustentabilidade, não tinha aquele conforto de saber que o teu cliente vinha, que ele vinha sempre, que surgia novos. É, eu acredito que nos começamos a crescer com empresa a partir do moda center, eu acho, eu considero que o moda center foi algo, foi um dos melhores projetos implantados em Santa Cruz porque eu vejo na minha visão, ele beneficia do pequeno ao grande eu acho que todos são beneficiados, ate pessoas que vem de outras cidades, de outras regiões vender aqui nos sabemos que tem muitas pessoas que vem, que montam lojas, que tem box, que vem trabalhar aqui, que não é daqui. Eu hoje entendo que o moda center foi algo do coração de

Deus para abençoar essa cidade entendeu? Eu considero assim, e considero também que precisaria ser melhorado a divulgação. Em meio a essa crise todos estão sofrendo, a gente entende a administração atual hoje eu considero boa, comparada a primeira porque a primeira era uma administração voltada para fins políticos. Eles não tinham a preocupação como nós, como a gente que somos as pessoas que investimos nosso dinheiro, lutamos para honrar nossos compromissos e assim, todos os projetos que vinham pra ali era para beneficiar grupos políticos, entendeu? Ai depois que foi passado para ser gerido por pessoas que tem seus empreendimentos ali, eu vi que houve melhorias muito boas, houve grandes melhorias, so que eu ainda acho que deveria haver uma mídia que divulgasse melhor o potencial que é esse moda center. Ele poderia ser melhor divulgando, nós poderíamos atrair muito mais compradores se ele tivesse uma mídia bem feita, entende?

1) Qual a sua profissão atualmente?

comercio, a gente produz evende

2) Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Minha filha, Bombril [altos risos] é difícil porque nos trabalhamos no polo prostituido, onde as pessoas não se dispõe a investir, criar suas coleções, ter o custo de um desenvolvimento de uma coleção, um marketing, de um catalogo, de tudo isso. De desenvolver uma peça, criar, muitas pessoas aqui não querem ter esse trabalho ai você investe, tudo tem um custo, ai você investia, vai uma pessoa la pega uma peça sua copia e faz uma cópia mais ou menos parecida usa produtos de segunda e muitas vezes vai atrás do seu próprio cliente para oferecer um preço menos, entendeu? Eu tenho muitas decepções em relação a isso. E produzir, o fato de produzir mesmo pra mim é gratificante, porque eu comecei já a ter interesse pela costura quando criança ainda morando no sitio, minha tia começou aqui comprando retalhos para fazer coberta, ela ia para o sul com o esposo e vendia la, então eu comecei emendando tirinha de tecidos e fazendo cobertas. Com o passar do tempo ela comprou retalhos maiores, e começou a fazer shortzinho comemenda já pra fazer pra vender porque era uma situação muito diferente do contexto que se vive hoje, eram pessoas bastantes 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. Como eu era um pouco curiosa em relação a costura ai minha mae 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 começo a despertar em mim esse interesse de trabalhar. Hoje eu tenho uma satisfação grande de criar meu produto, de ter uma equipe que contribui com esse trabalho e nós temos a satisfação de lançar o produto e ter uma aceitação boa. Apesar dos pesares tem seus pós e contras, mas olhando assim pelo lado positivo é satisfatório, é bastante satisfatório, você vê alguém usando teu produto e satisfeito, fazendo elogio que o teu produto é bom, que teu produto tem uma qualidade tão boa quanto algumas marcas famosas entendeu? Isso tras uma grande satisfação pra gente.

3) Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?

Desde da abertura, olhe nos temos lojas e boxes. No começo nos trabalhávamos com outro produto, trabalhávamos com a calcinha aqui so que com o passar do tempo ficou difícil se manter nesse segmento porque não tínhamos encargos tributários, trabalhistas onde isso teria que ser passado para o produto. Então eu não tinha como concorrer com grupos familiares que se reúnem em casa e produz sem nenhum encargo pra concorrer com essas pessoas, então foi

quando a gente começou migrar para esse segmento de sleep wear e então, mas você sabe que se leva um tempo para se conquistar uma fatia no mercado então acredito que nós temos uns oito anos que a gente começou migrar até ter sustentabilidade para deixar a calcinha e fica só com esse segmento. Sim, nos trabalhávamos com os boxes, mas com o passar do tempo nos percebemos eu quando no levávamos o produto para o box, o mesmo produto que era vendido na loja quando nos vendíamos no box as pessoas desvalorizava o produto, aí o que fizemos: alugamos os boxes e começamos a trabalhar só com a loja.

4) Possui outras lojas em outros locais?

Nós temos uma loja no pólo comercial de Caruaru e tentamos trabalhar com ela por um bom tempo, ou melhor, a primeira loja que nós tivemos foi lá, porque o parque das feiras de lá foi feito antes do que o daqui. Nós trabalhávamos lá e também em Toritama, só que com box. Na época que a gente trabalhava em Toritama, nós trabalhávamos com calcinha, e calcinha pra vender num box é fácil pra expor e acomodar, tudo. Só que quando nós passamos a trabalhar com esse seguimento de sleep wear, nós precisamos de espaço para expor, guardar, atender o cliente. Então nós saímos de Toritama por causa disso. Até cogitamos a ideia de alugar uma loja, mas achamos inviável por funcionar só um dia.

Em Caruaru nós não trabalhamos mais na loja, a loja hoje está fechada porque falta muito incentivo pela administração superior, e eles cobram um condomínio muito alto e oferecem condições péssimas. Nós tentamos, não conseguimos, colocamos pra alugar algumas vezes, tivemos alguns problemas, então hoje ela está fechada.

Nós trabalhamos em Caruaru na feira livre, no Parque 13 de Maio. Nós tínhamos apenas um box, mas o vizinho não quis mais trabalhar lá então ele me vendeu os dois boxes dele, então nós pegamos os três boxes e fizemos estilo loja, com porta de esteira, com local para guardar mercadoria, com exposição dos manequins e dos produtos, aí é uma pequena loja dentro do parque. Foi a forma que nós achamos viável para trabalhar lá.

6) Já trabalhou em outro ramo/área? Porque?

olhe, minha vida foi muito voltada para confecção, ate mesmo quando eu sai do sitio que fui morar em caruaru eu precisei trabalhar, eu fui trabalhar em uma loja que vendia aviamentos e esse tipo de trabalho. Tive um tempo de experiência, mas não foi muito, eu não me encaixei muito bem com essa atividade. Ai então eu passei a trabalhar com um rapaz que fazia vestidos de noiva, ai eu trabalhei com esse rapaz uns dois anos, assessorando ele no trabalho com os vestidos de noiva. Quando eu vim morar aqui em santa cruz também eu trabalhei uns doisou três anos na eliandra, que era uma loja de jeans que era de seu Caitano e também trabalhei um tempo no escritório da joped. Nessa época eu era solteira, ai eu vim morara e trabalhar aqui com minha tia. Ai eu fiquei aqui muito tempo morando com minha tia e trabalhando. Quando ela saia, eu assumia a responsabilidade d comercio dela entendeu? Ai depois eu passei a morar com minha mãe que ela veio morar aqui, me desvinculei disso ai e quis fazer experiências em outras áreas que eu vim primeiro pra joped e depois pra eliandra.

7) Porque trabalha como (Profissão) atualmente ?

Porque é algo que eu gosto. É porque assim, eu sempre gostei e vi como uma oportunidade de crescimento depois das empresas. Porque até então eu só tinha a experiência da confecção, mas era a confecção de um nível baixo, era coisa popular, bem popular, ai eu falei assim: acho que se eu crescer nisso aqui vai ser difícil porque o mercado aqui não oferecia as condições que se oferecem hoje. Pra comprar uma máquina foi tão difícil, que eu tive que vender um

terreno que se eu tivesse hoje valia uma fortuna, pra comprar a minha primeira máquina eu tinha um terreno e não tinha o recurso de comprar a máquina, então eu vendi ele pra comprar a máquina e fazer meus produtos. E por sinal essa máquina ainda tá lá na fábrica, foi onde começou a história

9) O que você considera essencial para conseguir estar todo esse tempo no ramo de confecções?

Muita garra. Você tem que ter muita garra e um desejo muito forte pra permanecer, porque os obstáculos são muitos. Se você não tiver mesmo algo assim, eu vou dizer, Deus, que é o nosso ser supremo, nos fortalecendo, nos direcionando, eu não estaria mais. Por diversas vezes eu tive vontade de desistir, por muitas e muitas vezes, e até de sair da cidade e procurar, não fora dessa atividade, mas colocar uma loja e sair daqui, porque as dificuldades são muitas. E principalmente com esse novo governo estadual e com essa crise econômica agravante, ficou muito mais difícil pra gente se manter no mercado. Nós nos mantemos a duras penas, mas se olhar no contexto geral a gente não tem muita opção. Não é fácil, mas até aqui o senhor nos ajudou.

10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua

A pior possível, a pior possível. Eu achava assim até um pouco humilhante pelo potencial quetinha a cidade de pessoas desbravadoras, pessoas lutadoras, pessoas que não mede esforço, você sabe, você conhece as características do povo dessa cidade. E teve até um dia desses que eu tava conversando com uma pessoa de fora e ele disse que admira as mulheres de Santa Cruz. Que as mulheres de Santa Cruz são diferentes de todas as mulheres de qualquer lugar, me retratou, me fez esse comentário. 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.

11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center

É maravilhosa, eu amo o Moda Center. Pra mim, eu tenho uma paixão pelo Moda Center porque nós podemos chegar lá organizar nossa loja, deixar todo o produto ali organizado da forma que a gente precisa, pode fazer uma vitrine, você pode fazer um trabalho de panfletagem, você tem N formas de tá apresentando teu produto e o conforto de você tá sentada, com o ar condicionado ligado, a gente oferece para o colaborador entendeu? 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. Eu tenho uma grande satisfação, não deixando de ver a parte que precisa ser melhorada. Uma ideia muito boa que eu vi agora foi aquela forma deles estarem cobrindo aqueles lados –rua laterais do Moda Center–, que antes não era coberto e agora foi colocado em pauta que vai ser obrigatório cobrir todas aquelas

laterais. Isso é muito bom, tá valorizando mais e dando melhor conforto pra quem trabalha naquelas laterais e pro cliente também.

Você paga satisfeita a taxa de condomínio? Pelo serviço que é prestado no Moda Center?

Olhe, eu tenho algumas queixas, principalmente em relação à internet. Porque esse ano nós deixamos de vender muitos produtos porque a internet foi embora. A gente não consegue tirar uma nota fiscal, o cliente às vezes deixa de levar o produto porque não quer ir sem a nota fiscal. Outros saem muito insatisfeitos, mas por precisarem do produto acabam levando – sem a nota fiscal -. Quinze dias atrás eu estava lá, e enquanto eu estava lá vieram dois clientes muito insatisfeitos, um estava muito irritado e chamou até uns palavrões, em parte eu entendo a insatisfação dele. Porque ele tinha passado mais cedo e feito a compra, já tinha sido faturado mas ele queria a nota fiscal pra viajar, e pra gente isso também traz implicância, porque automaticamente se ele for autuado, nossa empresa será autuada também, e ele não queria mais levar a mercadoria.

Depois também chegou outro casal, na mesma situação, e já não era mais a primeira vez que isso acontecia com eles. E há algumas semanas nós deixamos de vender, numa época dessas, em que nós vivemos um momento crítico, e deixamos de vender em função da internet. Porque o serviço oferecido lá não é satisfatório. E aí quem perde é o cliente.

Mas o serviço da internet, as reclamações são só na sua loja ou em várias?

Várias. A gente já fez uma pesquisa e a insatisfação é geral. Tem pessoas que pagam duas internet.

Essa semana que passou, eu muito preocupada com o cliente e também precisando vender, pedi para comprarem um modem e colocar lá – na loja -. E ele comprou o modem mas não servia de nada pois não tinha o sinal.

Mas a internet é de responsabilidade do Moda Center?

Tem uma que é de responsabilidade do Moda Center, e tem a que não é de responsabilidade do Moda Center mas que também ela não tem autonomia de fazer melhorias lá, por fatores entre eles que eu desconheço. Aí a gente fica de mãos atadas, sem saber o que fazer. Então o que precisa é, se o Moda Center quer oferecer uma internet, ele tem que ter uma internet de boa qualidade. Porque nós pagamos um condomínio alto. E isso aí não é um serviço que tá incluído no condomínio, é um serviço pago a parte. E hoje a gente sai daqui, procurando o cliente pra vender, tem um custo, um desgaste físico, e aí o cliente vem pra tua loja e tu não pode vender. Que absurdo! Aí o cliente se desloca de uma cidade distante, com um custo, quer teu produto e não leva porque a internet não funciona. Ele quer passar num cartão, aí o cartão não passa, porque não tem o sinal. Quer a nota fiscal, aí a empresa não fornece porque não tem o sinal. Isso é muito desgastante.

Mas já houve alguma assembleia ou a direção do Moda Center já se posicionou sobre isso, ou não?

Essa semana nós recebemos a visita da equipe da internet que não é fornecida pelo Moda Center. Então eles citaram as dificuldades que tinham para fazer as melhorias lá e aí foram falar com a pessoa responsável pelo Moda Center, e ele explicou as razões pelas quais não dava essa abertura – para as melhorias-. Só que eles precisam de alguma forma oferecer uma internet boa. Se houve algum problema com algum fornecedor e nós que mantemos aquele

pólo funcionando, nós temos que ter meios para que isso venha realmente a acontecer. Porque se eu não tenho como vender como é que eu vou pagar o condomínio? Como que eu vou manter minha equipe trabalhando? Aí ele – o responsável pelo Moda Center- nos ofereceu 40 dias de internet gratuita, para fazermos uma experiência com a internet fornecida por eles. E a partir dessa semana nós vamos estar fazendo essa experiência.

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes ? [buscar a diferença entre calçadão e moda center]Em relação ao Calçadão Miguel Arraes, a senhora acha que ele foi um ponto positivo ou negativo?

Eu acho positivo. Acho que todos são dignos de uma condição de trabalho boa. O que eu não acho correto é que os oportunistas junto com grupinhos políticos, comprem, tirando o direito da pessoa que tá ali precisando, comprar, que foi o que aconteceu. Hoje tem pessoas que alugam, e se essa pessoa aluga, então ela não precisava. Era pra ser realmente direcionado às pessoas que trabalham ali. Como tudo no nosso país, é sempre a questão política. Tudo funciona bem, quando entra a política, destrói tudo. O que poderia ser produtivo, torna-se problema, porque a política só quer sugar. Porque primeiro teria que ter sido feito um levantamento, eu não sei bem como se procedeu, então todas essas pessoas teriam que ser cadastradas para receber seu local de trabalho. E alguns que não tivessem – conseguido box-, deveriam continuar com o Moda Center, quando surgisse a oportunidade e uma pessoa tivesse a necessidade de trabalhar ali, o Moda Center venderia pra essa pessoa. Ou alugar a alguém que precisasse até chegar a pessoa certa. Porque não era direcionado aos menos favorecidos? E se era direcionado aos menos favorecidos, porque entra um grupinho e compra pra se beneficiar com aluguéis? São essas coisas que eu não concordo. Porque se é direcionado para este tipo de pessoas que precisam, tinha que ser feito da maneira correta.

Você acha que o Calçadão atrapalhou o Moda Center?

Não. Eu não acho, porque ele já existia.

Mas em relação às melhorias com a estrutura, na sua visão ele atrapalha o Moda Center ou não?

Pra pessoas que vendem – no Moda Center - um produto semelhante ao que é vendido lá – no Calçadão -, eu acredito que sim. Nós não tivemos nenhum problema porque o nosso produto é muito diferenciado do produto que é vendido lá. Nós não fomos de alguma forma atingidos, por causa do produto que a gente trabalha, porque nós temos um produto diferenciado. Mas as pessoas as quais trabalham com produto similar, eu acredito que sim.

Idade: 33 anos

Formação escolar: Estudei só até o 1º ano

Formação Familiar: casado

Idade que começou a confeccionar: Minha vida toda trabalhei junto com meu pai – em confecção-, comecei aos 10 anos de idade. Mas fabricando para mim mesmo comecei fazer nove anos.

Qual a sua profissão atualmente?

Comerciante.

Quais as principais atividades que a sua profissão demanda no dia a dia?

Comprar o tecido, leva-lo para corte, leva-lo para facções, e após o produto pronto, comercializa-lo na feira.

Você tem alguma loja ou box no Moda Center?

Tenho.

Há quantos anos?

Quando inaugurou o Moda Center eu trabalhava junto com meu pai, e ele tem box lá desde que inaugurou. Box meu tenho há quatro anos.

Hoje você tem lojas ou box em outros locais que não seja no Moda Center?

Tenho em Caruaru. Banco de feira.

Já trabalhou em outro ramo ou área, que não fosse confecção?

Não.

Tem vontade?

Não. Já tive, mas hoje não, pois não me acho capacitado para outra área. Não entendo muito, então nem arrisco.

Você se sente satisfeito com sua profissão?

Me sinto.

Porque você trabalha com essa profissão atualmente?

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.

Como era a sua experiência trabalhando na feira de rua?

Em feira de rua tudo é o momento. Quando a gente trabalhava na feira de rua o momento era aquele e era muito bom. Depois que veio para o Moda Center melhorou em tudo, mas em questão de feira mesmo, do apurado, na rua era melhor do que lá –Moda Center-.

Tinha algum ponto positivo ou negativo? O senhor falou que de positivo era que vendia melhor. Tinha algum negativo?

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 vêm 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.

E se fosse para escolher entre a feira de rua e o Moda Center?

O Moda Center. Não tem nem como pensar em voltar pra feira de rua.

E a sua experiência no Moda Center?

Eu acho que ali tá tudo bem. A equipe de síndico do Moda Center, a equipe em geral, é uma equipe muito atuante. Porque eles vêm trabalhando muito no conforto pro cliente e pro vendedor também.

Não tem nenhuma melhoria que você acha que deveria ter?

No meu ponto de vista está ótimo.

Porque você gosta de trabalhar no Moda Center? O que é que tem de bom que faz você gostar de lá?

Um ponto positivo que eu acho é a sinalização. Em Caruaru, por exemplo, se você comprar hoje na minha banca e não frequentar aquela feira rotineiramente, a coisa mais difícil é achar a banca novamente porque não tem numeração de rua, nem de box, e aqui em Santa Cruz tem. Como eu falei, a questão dos banheiros aqui é ótimo, segurança. Na minha opinião o Moda Center é bom em tudo.

Em relação ao condomínio, você paga satisfeito pelo serviço que é prestado?

Sim. Em Caruaru eu pago R\$30,00 pelos dois boxes que eu tenho lá, mas não tem estrutura de nada. Aqui eu pago R\$107,00 mas tem todo o comodismo, é tudo coberto, tem os banheiros, a limpeza, tudo. Eu pago satisfeito.

Em relação ao Calçadão Miguel Arraes, você vê alguma diferença em relação ao Moda Center?

Nunca entrei no Calçadão. Só ouço o povo falar dele mas nunca entrei.

Mas você acha que o Calçadão Miguel Arraes foi uma oportunidade?

Foi sim, para aqueles que têm menos condição. Mas também foi uma oportunidade para os espertos, porque muita gente usou ali para se aproveitar, pois tem gente que tem condição de ter um box no Moda Center mas por conhecer algum político ou algo do tipo, conseguiu um box lá também e eu acho isso errado.

Você acha que o Calçadão, por estar com essa estrutura nova, atrapalhou o Moda Center, ou não?

Não. Na minha opinião, não.

Acha o Calçadão como um ponto positivo?

Sim.

Qual a criação do Moda Center? O negócio? Tanto em relação ao do seu pai, que você trabalhou, como o seu. Ele cresceu, estabilizou?

Cresceu. Cresceu e a porcentagem foi grande. Não foi 20, nem 30 nem 50%. Foi uns 300% de melhorias.

Antes você disse que as feiras de rua eram melhores porque se vendia mais e agora no Moda Center melhorou 300%, como você explica essa questão?

É porque assim, antes, quando a gente vivia aqui na feira de rua o povo só queria comprar coisa barata. Tem aquilo na cabeça: feira de rua é coisa barata. E no Moda Center tem como você explorar melhor a questão de preço. Na rua o povo não via qualidade, só via quantidade. Já no Moda Center, tá totalmente diferente, o povo quer qualidade e não quantidade. Ai por conta dessa qualidade você consegue botar a margem de lucro melhor aí foi onde meu negócio fluiu mais.

E porque você deixou de trabalhar com seu pai?

Porque fui fazendo minha família e cada um tem que ir cuidando do seu negócio.

Você fabrica o que?

Modinha.

O que você considera essencial para conseguir estar todo esse tempo no ramo de confecções e se dando bem?

O controle financeiro. Hoje aqui em Santa Cruz tem gente que é controlado, mas a maioria é “desmantelada”. Desmantelada que eu digo assim, se você não tem conhecimento e vai começar um fabrico, você começa com uma margem de “x” pequeno, aí você começa a comprar, depois ganha um crédito em uma loja, começa a ganhar prazo, aí quando você apura 10-20mil, você pensa logo em comprar um carro, comprar tal coisa, mas aí quando chega mais na frente uma época mais fraca, aí volta tudo pra trás. Acho que tudo é o controle, se você tiver controle você vai fluindo. Devagarinho mas vai fluindo.

Você sente falta das feiras de rua?

Não. Pelo menos a daqui de Santa Cruz não.

Tem alguma observação ou informação que você queira adicionar, que acha importante?

No Moda Center o que é muito bom hoje em dia é ter o horário da feira, que antes não tinha. Antes a feira daqui era segunda e terça, depois era terça e quarta... até na quinta eu já fiz feira aqui. Aí se comesse, por exemplo, na terça-feira, cada semana o pessoal ia adiantando, adiantando –o horário de início da feira-, e quando menos esperava tinha gente vindo no domingo, na segunda de madrugada, isso a feira sendo pra começar na terça. Se você quiser deixar vestido hoje até a próxima semana, a coisa mais difícil é roubarem alguma coisa, sempre tá lá. Quando era na feira de rua não se podia fazer isso. Os manequins hoje ficam todos nos boxes, quando a feira era lá em baixo tinha que ficar com eles “pra lá e pra cá”, porque não tinha como deixar.

O Moda Center beneficiou demais a população. Demais.
Eu só acho muito caro os boxes no Moda Center. Têm um valor muito alto hoje.

Tem alguma coisa sobre a feira de rua que você queira acrescentar?

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.

Pra você, qual a sua dificuldade como feirante e comerciante?

Hoje minha dificuldade maior tá sendo a falta de segurança pra sair de casa pra ir pras feiras. A gente sai com medo, volta com medo.

Na época da inauguração, vocês acreditavam no Moda Center?

Não. Meu pai veio comprar dois boxes pra ele faltando 15 dias pra começarem as feiras. Quando ele comprou primeiro, comprou por 3mil reais, se soubesse naquela época, tinha comprado 10 boxes, mas não apostava no Moda Center, tinha medo. Há quatro anos atrás fui comprar dois boxes pra mim e comprei por 90mil reais.

Na época tinha algum financiamento para a compra?

Tinha sim. Quando lançaram a planta e o projeto, tinha sim, três anos pra pagar. Mas o povo não acreditava. No começo era R\$500 um box lá. Hoje em dia um ponto bom fica numa média de 100mil reais. Pra você ver o quanto evoluiu. Até nisso evoluiu, porque quando a gente vendia na feira de rua, o banco num ponto bom era em torno de 5mil, 10mil reais. Hoje não existe mais isso, nem no Calçadão tem mais banco desse preço, imagina dentro do Moda Center.

Idade: 45 anos

Formação escolar: Ensino médio completo

Formação Familiar: Casada

Idade que começou a confeccionar: 23 anos

Data da Entrevista: 17/04/2017

1) Qual a sua profissão atualmente?

Sou autônoma né, eu compro pronto, já compro a mercadoria pronta pra vende-la, pronta, não fabrico mais, mas vivo na confecção, no comercio de roupas.

2) Quais as principais atividades que sua profissão demanda no dia a dia? Como é a sua rotina?

Costuro, eu faço a embalagem da confecção, empacoto ela, deixo tudo arrumado.

3) Há quantos anos tem loja no Moda Center hoje?

Desde que fundou o Moda Center, entre 9 e 10 anos, na inauguração eu já tinha comprado meu box.

4) Possui outras lojas em outros locais?

Não, só no Moda Center

Já trabalhou em outro ramo ou área que não fosse a confecção?

No início quando eu casei eu trabalhei na farmácia, mas foi por um ano e oito meses. Quando eu sai da farmácia, ai eu engravidei, ai tive o meu primeiro filho, ai depois que ele nasceu eu comecei na confecção.

O que foi que despertou o seu interesse pela confecção?

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

Trabalhou durante quanto tempo na feira?

Eu comecei na feira no ano de 1994 e fiquei até ela sair dali, quando ela saiu do centro e foi pra o moda center, eu acompanhei.

Como foi a transição da feira de rua para o moda center?

Teve o aviso né, até quando nós poderíamos ficar no centro, nos bancos, e quando foi determinado a data pra todo mundo mudar pra o moda center, naquela semana já não teve mais feira la no centro, já foi direto pra o Moda Center.

Acreditou no moda center?

Não acreditei de inicio, e tanto que era pra mim ter um box em um lugar melhor, o meu é muito bom, mas por eu não acreditar, eu terminei, esperando, empurrando com a barriga, pra vê se a coisa não ia acontecer, ai depois foi que comprei um no setor verde.

10) Conte-me sobre sua experiência trabalhando na feria de rua?

Era sofrido mais era muito bom, agente quando saiu da feira de rua e fomo para o moda center, eu creio que 50% dos confeccionista perderam muito freguês, muitas pessoas até chegaram a quebrar, como se diz o ditado, porque teve cliente que não achavam o box, era totalmente diferente, de você chegar, já acostumado a andarna feira ali, é muito bom no moda center , maravilho, assim agente está todo mundo acostumado, agora no inicio é, foi um ano mais o menos para todo mundo se acostumar.

O que tinha de bom da feira de rua era que agente vendia muito mais do que hoje , tudo que eu tenho graças a , ao que eu consegui financeiramente, de minha casa, meus bens, na maior parte deles foi quando a feira era na rua.

O que era ruim na feira de rua era só a questão da chuva , porque os bancos eram cobertos com lona né, e geralmente molhava, não tinha banheiro pra agente usar, mas assim o mais ruim , como agente não tinha proteção de telhado de brasilite, ai a lona com pouco tempo se furava, eu gostava demais, o meu banco era muito bom, que era na chamada rua do jeans, um banco de esquina no setor muito bom, pra mim eu perdi muito com isso.

11) Conte-me sobre sua experiência trabalhando no Moda Center?

O moda center é muito bom de trabalhar nele, é aconchegante, tem segurança, nós temos uma parte de limpeza muito boa, eu não tenho o que me queixar hoje não, acho muito bom trabalhar lá, tudo pra mim eu acho bom, eu não me vejo em outro lugar agora a não ser lá porque a gente já acostumou né, então pra mim tá ótimo.

No começo não foi difícil só pra mim, mas pra muita gente que eu conhecia ficou a vê navios .

13) Existe alguma melhoria a se fazer no Moda Center?

Sim, apesar que esse síndico que está agora eu acho ele um dos melhores, a gente vê uma inovação no moda center, uma limpeza, umas criatividade que eles fazem, o investimento que eles fazem no moda center, eu admiro muito o trabalho desse síndico agora, eu não tenho o que reclamar dele, questão de limpeza eu gosto, a segurança também eu gosto, eu acho que ele é um bom síndico.

Sempre tem o que melhorar, essa questão mesmo de luminárias do moda center, o tempo determinado de ficar com as luzes ligada, tem tempo que você quer arrumar o seu box, eles tem o tempo determinado para desligar, a questão do nosso espaço, eles estão querendo tirar os avanços que agente colocou na esquina do nosso box que bota os manequins em cima, eles agora estão querendo tirar isso, isso é uma coisa que agente tem de direito né, pra mostra mais a nossa mercadoria , ali não está prejudicando o cliente, ta pra ter uma visão melhor, eles agora estão querendo fazer um tipo de assembleia besta , isso é coisa besta que se resolve.

15) Como você vê o Calçadão Miguel Arraes ?

Atrapalhou não, eu acho perfeito aquele calçadão, não tenho box lá, mas eu tiro o chapéu para os enfrentantes daquilo ali, porque milhares de pessoas não tinham condições de ter um box com agente tem e eles hoje vivem na sombra, não molha mais porque ali era sofrimento para eles no calçadão, então porque eu vou dizer que eles me prejudicam se o mundo é de todo, não prejudica de forma alguma, pra mim foi o melhor investimento que fizeram para as pessoas que não tiveram condição foi aquilo ali.

Diferença entre o calçadão e o moda center?

Não, o povo acostumava que lá era o calçadão e que tinha mercadoria barata ai tem isso na mente, mas que é só impressão, tem pessoas que vende a mesma mercadoria que eu vendo que vende lá no calçadão no mesmo preço

Com a criação do Moda Center, seu negócio cresceu? Ou estabilizou?

Como estamos em um tempo de crise, esses 3 últimos anos tá uma crise muito grande, eu acredito, e tenho certeza que pra nós de santa cruz a gente não vive essa tão grande crise que o mundo tá nela, agente consegue ir pra feira, vender um pouco da nossa mercadoria, pessoas que tem supermercados o outro tipo de comercio, como eu fui esses dias para o sertão é diferente, ninguém não vê nem dinheiro e pra gente não, toda semana tem essa esperança eu vai vim esses compradores e que a venda e menos mais a crise mesmo pra gente forte o quanto é lá fora.

O que considera essência para está esse tempo todo no ramo de confecção?

Eu acho que tem que ser persistente, gostar do que faz, eu gosto muito o que eu faço, eu adoro vendas, se eu pudesse eu passava a semana lá todinha vendendo, porque so é 2 dias de feira e não tem clientes para isso, mas tudo que for fazer tem que fazer com amor pelo que você faz né, e assim eu adoro receber meus clientes bem, se eles me compram 100 peças eu atendo bem se me comprarem 1 é do mesmo jeito, eu não tenho esse problema.

O que foi importante na feira de rua?

O começo de tudo deixa uma grande saudade das amizades que você faz, dos clientes que você arrumou, do que você perdeu, da feira de rua eu tenho muita, foi um legado muito bom pra mim, eu conquistei muita coisa, muita mesmo, eu tive muita sorte no meu fabrico, eu fabricava muito, vendia muito , ai depois fui pra o moda center reduziu mais as vendas, mas depois comecei conquistando outros clientes que não me comprava que eu não conhecia, mas eu sinto saudade de um parte da outra eu acho bom e eu só tenho a agradecer pelo o que eu tenho, pelo o que eu sou.

Confeccionava o que?

Infantil, sai do infantil fui para o juvenil , modinhas.

APÊNDICE C – QUADRO TEMÁTICO DE ANÁLISE

Temas/ categoria	Subtemas	Trechos das entrevistas
Perfil	Faccionista	“Você corta a mercadoria, faz uns pacotes, conta e bota na casa da costureira, você dá o material e tem muita facção que também faz com o material dele, mas no meu caso eu boto a costura, as peças e dou todo o material e ela me entrega as peças prontas e eu pago X de cada peça tá entendendo? Ai na minha casa eu mando a mercadoria e vem somente pra eu embolsar e levar pra feira” (Entrevistado 1 [o homem], 28/03/2017). “Oitenta por cento do que eu vendo, do que eu compro é daqui de Santa Cruz e a minha camisaria masculina é feita aqui em santa cruz, eu não tenho a fábrica hoje, a gente fechou a fábrica faz cerca de cinco anos, mas é uma facção que faz pra mim ta entendendo? Eu compro o tecido, compra a etiqueta, dou a modelagem e ele me entrega a peça pronta. É uma facção, é um rapaz que trabalha há mais de dez anos no ramo de camisaria e proporciona a fábrica com, não sei, em torno de quarenta a cinquenta funcionários em torno dessa fábrica e ele terceiriza pra mim o produto, eu não não faço em pequenas, várias facções não, é tudo concentrado lá, só esse rapaz que confecciona pra mim até porque ele tem uma estrutura que quando fui começar eu procurei uma pessoa que tivesse estrutura pra suprir minha demanda aí encontrei nele, ele quem faz cem por cento da minha camisaria, mas ele fabrica pra várias pessoas porque a estrutura deles é muito grande” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “Hoje eu tenho facção e costureira. As duas opções porque hoje nós temos um problema de mão de obra na região na fábrica e tem muitas facções porque o pessoal hoje trabalha em casa fica mais um negócio [pausa] ela reúne as famílias em a casa e faz esse fechamento, mas todo o final é feito na minha empresa. Elas fecham a camisa e todo o resto do procedimento é feito na empresa” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “Assim, você perguntou se eu trabalhava com facção, assim, eu faço umas coisinhas fora, tem duas facçãozinhas, eu deixo na casa de duas costureiras e dou o acabamento que é pra mim ver a qualidade, aí quem embolsa é a gente porque se vim com defeito pra gente tirar” (Entrevistado 6, 15/04/2017).
	Confeccionista	“Primeiro é comprar o tecido, cortar, custurar, embalar e ir pra feira” (Entrevistado 3, 28/03/2017). “Hoje eu trabalho com confecção, trabalho com camisaria na fábrica. Fabricar camisa primeiramente nós compramos a malha, quando chega nossa malha nós passamos a fazer o corte, depois de fazer o corte da camisa e os enfeitos, a camisa vai ser bordada ou estampada então se parte para o bordado nós mandamos aquela ficha para o bordado, e ela pode ser também estampada e bordada. Feito esse processo nós mandamos para área da costura que faz todo fechamento da camisa, passa pela uma revisão pra saber se ficou tudo pronto e tudo perfeito e depois vai pra o setor de embalagem quando embala todas as camisas e depois ainda vai pra o estoque que e onde a gente tira para as vendas. Do estoque nos selecionamos para lojas no moda center, Toritama, caruaru e tem todo esse procedimento. Tem o banco da feira que vende minha mercadoria” (Entrevistado 5, 11/04/2017).
		“Algum 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

	Consignado	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 começar com uma quantidade pequena de mercadoria e quem pegar prestar 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, eu acho que é mais ou menos assim” (Entrevistado 10, 23/05/2017). “Consignado é quando no meu comércio eu uso um tipo de negociação que o meu cliente pega a mercadoria por um tempo sem ele me pagar nada. Levar e o que ele vendeu, ele tira seu dinheiro pra lá e o que ele não me vendeu ele me devolve e eu fico com com aquilo, e isso faz com que eu fique com o comércio fique sempre girando a mercadoria e também não prejudico muito ele, e ele pode levar muita mercadoria e não se dar mal. Nessa parte dos saldos eu não tenho me prejudicado porque geralmente ele leva numa semana e trás na outra, então ele não passa muito tempo com a mercadoria lá e quando volta dá pra mim vender como uma mercadoria que tá na moda. Entrego no mesmo preço porque também ele tá tendo uma vantagem pra ele, eu só faço isso também depois que eu conheço meu cliente” (Entrevistado 11, 22/05/2017).
	Motivos ou causas que fizeram trabalhar na feira	“Atualmente 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” (Entrevistado 3, 28/03/2017). “Essa é a profissão que eu descobri, que era coisa aqui da nossa região, que e o nosso foco que nós temos aqui que é a confecção. Quando fui descobrindo eu fui aumentando minha empresa, me dedicando, que é o mais importante na nossa vida é dedicar a nossa empresa, esse primeiro passo aí como eu sei de tudo que se passa na minha empresa, isso é o que é importante. Comecei devagarinho, comecei na feira vendendo nos bancos, dormia lá no chão, que dormia dentro dos bancos pra poder vender tudo se tem um começo. Então foi isso, eu comecei a gostar do trabalho como ainda hoje faço essa parte. Eu tomo conta do setor e produção da minha empresa” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “Foi assim que eu me casei, me casei com vinte anos e assim aqui a demanda daqui é costura. Então como eu não sabia fazer outra coisa, eu comecei com uns shortinho bem fraquinho, bem popular aí vendia na feira que era ainda na feira de rua aí comecei pronto, de lá pra cá não deixei mais de confeccionar” (Entrevistado 6, 15/04/2017) “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” (Entrevistado 8, 17/04/2017).
	Perfil do trabalhador do Moda Center	“Muita garra. Você tem que ter muita garra e um desejo muito forte pra permanecer, porque os obstáculos são muitos. Se você não tiver mesmo algo assim, eu vou dizer, Deus, que é o nosso ser supremo, nos fortalecendo, nos direcionando, eu não estaria mais. (Entrevistado 7, 15/04/2017).
Caracterização da antiga feira de rua	Em relação à infra-estrutura	“A feira de rua naquela época era um sofrimento, era uns bancos de tábua, cobertos com uma lona. Quando esquentava o sol, nos ficava derretendo debaixo da lona com a quentura, quando chovia molhava a mercadoria” (Entrevistado 1 [o homem], 28/03/2017).

		“Não tinha conforto, lá não tinha conforto nenhum, era banco, sol e chuva, os bancos todo de madeira, hoje tem uma estrutura de trabalhar que é melhor, mas lá embaixo tinha mais dificuldade para se trabalhar. Hoje, no caso é mais distante, a dificuldade no tempo da chuva, muitas vezes a mercadoria tava enxutinha ali e batia um pé de água, molhava tudo. Não tinha banheiro, tudo era dificuldade” Entrevistado 3, 28/03/2017) “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 [aumento do tom de voz] você não tinha um banheiro, é [pausa] era céu aberto você trabalhava com chuva e sol, tinha o risco de ser assaltado, resumindo era um caos, mas assim, foi aí onde eu comecei e acredito que foi como uma escola muito boa, pra mim como comerciante” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “Pra tudo no começo é bom mas depois foi uma coisa que era muito agitada, a gente não tinha banheiro, não tinha nada, era aquela agitação, nos tinha que ir de madrugada, não tinha local certo da gente estacionar e depois que abriu o moda center nós tivemos a melhor coisa” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “Quem quer usar um banheiro, não tinha. Aquele mal cheiro porque tem boas e pessoas ruins em feira né?, incompetente digamos assim, porque tem pessoas chega em feira de rua e fazer xixi no meio da rua é péssima né? Assim aquele mal cheiro já atraía um coisa muito ruim pra gente né? Assim pra os clientes também que não tinha como acomodar nenhum cliente, as carroças batiam nas pessoas desesperadamente aquela mal educação triste. E assim a diferença do moda center hoje é que assim a gente tem praticamente um shopping, um shopping né filha?” (Entrevistado 6, 15/04/2017). “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 vêm 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 pra cidade” (Entrevistado 8, 17/04/2017). “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” (Entrevistado 8, 17/04/2017).
	Em relação aos vínculos entre feirantes	“Eu acho que aquele contato era mais como se diz, mais popular, eu gostava daquele aspecto de feira de rua mesmo, aquela gritaiada tá entendendo? Eu gostava porque eu fui criado nesse ambiente, aí hoje é uma coisa mais fria no moda center, até porque o cara não vai da loja, butar a cabeça do lado de fora e sair gritando: é 3 pordez! ninguém vai fazer isso né? mas aqui, o que eu achava era interessante essa maneira, esse jeito do nosso povo de vender, aquela alegria e de conquistar o cliente” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “era uma dificuldade muito grande pra comer e agente almoçava nessas barracas, era pouco os restaurantes que tinha, e os poucos que tinha era lotado aí a gente muitas vezes, eu comia nessas barracas que era no meio da feira, mas toda semana era uma dor de barriga [risos altos] toda semana eu adoecia, eu não sei o que era isso não. Aí onde tá o problema, e banheiro que não tinha? Aí tinha que sair pedindo emprestado um banheiro num conhecido, numa farmácia ou numa loja porque não tinha essa estrutura [risos]” (Entrevistado 4, 29/03/2017).

		”O começo de tudo deixa uma grande saudade das amizades que você faz, dos clientes que você arrumou, do que você perdeu, da feira de rua eu tenho muita, foi um legado muito bom pra mim, eu conquistei muita coisa, muita mesmo, eu tive muita sorte no meu fabrico, eu fabricava muito, vendia muito , ai depois fui pra o moda center reduziu mais as vendas, mas depois comecei conquistando outros clientes que não me comprava que eu não conhecia, mas eu sinto saudade de um parte da outra eu acho bom e eu só tenho a agradecer pelo o que eu tenho, pelo o que eu sou” (Entrevistada 9, 17/04/2017).
	Em relação ao cliente	“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 pessoaltinha aquela confiança. [ficou pensando] Hoje eu encontrei com cliente em caruaru de nazaré da mata. Eles eram clientes de mamãe desde dos anos 80 e comprava no caderno, era o pessoal de nazaré da mata muito certo e hoje encontro elas em caruaru (entrevistado 3, 28/03/2017). “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” (Entrevistado 8, 17/04/2017).
	Início da antiga feira de rua	“Depois eu entrei na confecção que fui começar como propriamente se diz sulanca que é nossa confecção fazendo as milongas que eram os calçãozinho imendado [risos]” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “O fato de produzir mesmo pra mim é gratificante, porque 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 muitodiferente do contexto que se vive hoje, eram pessoas bastantes 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” (Entrevistado 7, 15/04/2017).
Caracterização da dinâmica do Moda Center	Transição da feira de rua para o moda center	“Esse processo de transição eu lembro mais ou menos. Mas esse processo de transição foi assim: quem tinha o alvará na feira tinha direito a comprar um box barato financiado pelo banco do brasil, que eu sei de toda essa história e muitos não acreditaram no início, não foram lá procurar, que era o pequeno que não tinha entendeu? Isso passou lá no banco que eu sei tudinho passei lá no banco e ninguém nem ia nem atrás. Foi passando, foi passando, depois eles liberaram para nós, eu mesmo comprei, na época eu comprei duas lojas e na época eu comprei parece que foi dois boxes na época. Mas eu acreditei, fui e comprei, como teve também uns que ficaram com um pé na frente e outro atrás, não vai mudar, vai mudar mas nos tinha que mudar porque senão hoje como era que nos ia ta aqui em santa cruz Capibaribe? Como era que tava essa feira ? Foi uma revolução para todos, tudo que ninguém acreditava, mas hoje como se diz é o maior polo que tem na região e tem toda a organização. Quando mudou, mudou mesmo a feira, não pode ficar na cidade, por isso que se tem aqueles que não tinha, não compraram os boxes que ficaram e foram pra o poeirão que oi todo mundo junto. Quem não comprou, não ficou, foi pra poeirão. Foi uma data

		certa, fechou a rua, não vai mais ter feira na rua” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “Quando lançaram a planta e o projeto, tinha sim, três anos pra pagar. Mas o povo não acreditava. No começo era R\$500 um box lá. Hoje em dia um ponto bom fica numa média de 100mil reais. Pra você ver o quanto evoluiu. Até nisso evoluiu, porque quando a gente vendia na feira de rua, o banco num ponto bom era em torno de 5mil, 10mil reais. Hoje não existe mais isso, nem no Calçadão tem mais banco desse preço, imagina dentro do Moda Center. Meu pai veio comprar dois boxes pra ele faltando 15 dias pra começarem as feiras. Quando ele comprou primeiro, comprou por 3mil reais, se soubesse naquela época, tinha comprado 10 boxes, mas não apostava no Moda Center, tinha medo. Há quatro anos atrás fui comprar dois boxes pra mim e comprei por 90mil reais” (Entrevistado 8, 17/04/2017). “Teve o aviso né, até quando nós poderíamos ficar no centro, nos bancos, e quando foi determinado a data pra todo mundo mudar pra o moda center, naquela semana já não teve mais feira lá no centro, já foi direto pra o Moda Center. Não acreditei de início, e tanto que era pra mim ter um box em um lugar melhor, o meu é muito bom, mas por eu não acreditar, eu terminei, esperando, empurrando com a barriga, pra vê se a coisa não ia acontecer, aí depois foi que comprei um no setor verde” (Entrevistado 9, 17/04/2017).
	Em relação ao Cliente	“o freguês que vem comprar ali, ele vem naquela correria pra terminar, que o ônibus vai sair ali mais cedo, então você vai ter que atender o freguês o mais rápido possível e vai ter que agradar” (entrevistado 1, 28/03/2017) “Não, 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 tinha confiança e era mais sérias” Entrevistado 3, 28/03/2017). “Ter aquele cuidado de comprar suas coisas não confiando em cheque, assim, você pode vender até no cheque mas voe não deve confiar que isso é dinheiro porque muitas pessoas se atrapalham aqui dentro de santa cruz porque ele confundem, dinheiro com cheque” (Entrevistado 6, 14/04/2017).
	Confiança do feirante	“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 box de volta, então você não acha mais. Ai o dono do box vai lá anuncia, a freguesa que comprou tantas peças, diz o tipo da peça, por favor compareça aqui na rua tal, setor tal [ênfatisa bem a cores que tem lá] 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?” (Entrevistado 1, 28/03/2017) “a honestidade de cada dono de banco, que a gente escuta muito isso: cliente fulano de tal, você comprou tal mercadoria e deixou no meu bancou ou então você vinha com um pacote e deixou no meu banco, tá entendendo? (Entrevistada 2, 28/03/2017)
	Aprendizagem oral entre gerações	“Santa cruz é assim, é uma coisa que vem assim, passando de mãe, de pais pra filhos, de filhos para os netos né?” (entrevistada 2 [mulher], 28/03/2017)
	Laços de amizade entre os donos dos boxes	“na semana que eu não vou o pessoal fica preocupado porque eu não tola. [mulher] não é nem os freguês [homem] é o pessoal do box vizinho do meu” (entrevistados 1 e 2, 28/03/2017)

	Não obrigatoriedade de formação escolar	“E quem puder estudar, estude e quem não, vá pra feira de santa cruz, arrume um banco e vá pra feira” (Entrevistada 2 [mulher], 28/03/2017)
	Sobre os condôminos do moda center	“Quando eu digo nos é os condôminos que tá em reunião pra fazer isso tudo. As reuniões de condomínio que tem, porque o moda center é um condomínio onde todo mundo é dono. 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 e muito bom, as estaria melhor do que é” (Entrevistado 5, 11/04/2017).
	Percepção sobre o calçado Miguel Arraes	“[homem] do jeito que é bom no moda center, já no poeirão, que hoje é o calçado é do mesmo jeito todo mundo faz bom negócio, todo mundo faz negócio ali. Da pra todo mundo, é a mesma coisa as confecções. [mulher] tem gente que tem loja lá e tem banco cá. Tem loja no moda center e banco no calçado tá entendendo? E quando a época tá melhorzinha todo mundo faz negócio, chega época de gente dizer: pronto, hoje eu não fiquei com nada, nos dois canto e é tudo uma besteira de quem diz que lá atrapalha o num sei o que, não. Eu acho que todos são iguais” (Entrevistado 1 e 2, 28/03/2017). “Pra mim é tudo igual, mas só que pra o cliente não, pro cliente a mercadoria do calçado é mais barata de que a do moda center, o cliente tem isso na cabeça. Na verdade umas é outras não” (Entrevistado 3, 28/03/2017). “Eu acho que não atrapalhou não, eu acho que só vem a agregar mais valor ao moda center, porque era até feio você chegava ali na frente e tinha aquela estrutura bonita, grandiosa, ali e quando ia lá pra trás, do moda center, tá aquela bagunça igual a feira daqui ne? Lama, chuva, sol e poeira e hoje basicamente o Calçado Miguel Arraes é a mesma estrutura do moda center, acho que só veio a engrandecer mesmo o parque e dar mais qualidade pás pessoas e comerciantes que lá trabalham... só que por conta de ser uma feira mais popular os clientes tem aquilo na cabeça que e mais em conta” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “Não eu vejo o poeirão como foi a melhor coisa que teve para os pequenos que não chegaram a ter um box lá um loja, tudinho e ficaram lá no poeirão e depois passou a ser o Miguel Arraes né? E isso ai pra mim mesmo é uma coisa muito importante para aqueles feirantes que ganharam aqueles seus boxes que ganharam suas lojas e isso foi muito importante para aquela comunidade que tava trabalhando ali. Fico muito feliz com isso e vai se melhorar ainda mais lá. O calçado não atrapalhou, o calçado, na minha opinião, cada um tem a sua opinião. Tem que se ter o pequeno para os compradores comprar como temos os boxes que tem que comprar no pequeno para depois se comprar nas lojas e boxes que já tem outras coisas” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “Assim, pra mim [ofegante] não atrapalhou não, porque precisava de um canto mais organizado e melhorou, tudo o que você ajeita, você melhora e não atrapalha, aquilo que é bom e serve para a população tá ajudando. É um oportunidade boa, as vezes as pessoas não tem condição de comprar e ali foi doado né? Então foi bom para as pessoas que precisam, foi muito bom. Tem que dá graças a deus por ali tem um box quem não comprou, foi uma benção” (Entrevistado 6, 15/04/2017). “Eu acho positivo. Acho que todos são dignos de uma condição de trabalho boa. Pra pessoas que vendem – no Moda Center - um produto semelhante ao que é vendido lá – no Calçado -, eu acredito que sim. Nós não tivemos nenhum problema porque o nosso produto é muito diferenciado do produto que é vendido lá. Nós não fomos de alguma forma atingidos, por causa do produto que a gente trabalha, porque nós temos um produto diferenciado. Mas as pessoas as quais trabalham com produto similar, eu acredito que sim” (Entrevistado 7, 15/04/2017).

Percepção sobre o Moda Center		“Foi sim, para aqueles que têm menos condição. Mas também foi uma oportunidade para os espertos, porque muita gente usou ali para se aproveitar, pois tem gente que tem condição de ter um box no Moda Center mas por conhecer algum político ou algo do tipo, conseguiu um box lá também e eu acho isso errado” (Entrevistado 8, 17/04/2017). “Atrapalhou não, eu acho perfeito aquele calçadão, não tenho box lá, mas eu tiro o chapéu para os enfrentantes daquilo ali, porque milhares de pessoas não tinham condições de ter um box com agente tem e eles hoje vivem na sombra, não molha mais porque ali era sofrimento para eles no calçadão, então porque eu vou dizer que eles me prejudicam se o mundo é de todo, não prejudica de forma alguma, pra mim foi o melhor investimento que fizeram para as pessoas que não tiveram condição foi aquilo ali” (Entrevistado 9, 17/04/2017).
	O que é essencial para conseguir sobreviver tantos anos na feira	“Dinheiro de empresa como é seu, dinheiro de empresa é dinheiro de empresa, você tem que saber separar, tirar um salário pra você e o resto deixar lá, não é pra se manter? Seus funcionários, 2,3,4 voe tem que deixar aquele dinheiro separado, nunca misturar empresa com casa com problema familiar” (Entrevistado 6, 15/04/2017). . Por diversas vezes eu tive vontade de desistir, por muitas e muitas vezes, e até de sair da cidade e procurar, não fora dessa atividade, mas colocar uma loja e sair daqui, porque as dificuldades são muitas. E principalmente com esse novo governo estadual e com essa crise econômica agravante, ficou muito mais difícil pra gente se manter no mercado. Nós nos mantemos a duras penas, mas se olhar no contexto geral a gente não tem muita opção. Não é fácil, mas até aqui o senhor nos ajudou” (Entrevistado 7, 15/04/2017). “O controle financeiro. Hoje aqui em Santa Cruz tem gente que é controlado, mas a maioria é “desmantelada”. Desmantelada que eu digo assim, se você não tem conhecimento e vai começar um fabrico, você começa com uma margem de “x” pequeno, aí você começa a comprar, depois ganha um crédito em uma loja, começa a ganhar prazo, aí quando você apura 10-20mil, você pensa logo em comprar um carro, comprar tal coisa, mas aí quando chega mais na frente uma época mais fraca, aí volta tudo pra trás. Acho que tudo é o controle, se você tiver controle você vai fluindo. Devagarinho mas vai fluindo” (Entrevistado 8, 17/04/2017).
	O que as pessoas achavam do moda center antes de inaugurar	“Na época não comprei, me arrependi porque foi um grande investimento, mas eu não confiei quando aquilo ali começou, me faltou confiança e quando pensei, me faltou dinheiro, quando criei coragem me faltou dinheiro. Não se acreditava porque era uma história que era muito dinheiro, levou muito tempo, assim, era um projeto que já tinha antigo, que se falava e assim não tinha tido sabe? E como a gente era bem localizado aqui no centro que a gente tinha loja no centro, tinha banco, eu até torci pra não dar certo, mas hoje eu vejo que foi a coisa melhor que santa Cruz podia ter, foi esse parque” (Entrevistada 2, 28/03/2017). “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 ai eu não comprei, comprei mais caro por cinco mil reais. Hoje se eu pudesse, eu investiria” (Entrevistado 3, 28/03/2017). “Eu acreditei no moda center, comprei alguns boxes, loja não, comprei box na planta ainda fui um do primeiros a comprar por eu já [...], já acreditava nessa ideia que hoje ai é sucesso. Graças á Deus deu certo” (Entrevistado 4, 29/03/2017).
		[mulher] A questão é o tempo, e hoje assim você vê, eu não lembro quantos bancos aqui embaixo tinha, a diferença monstro pra o que tem hoje lá, que todo mundo faz negócio, é preciso ter muita gente comprando

	Aspectos positivos	lá, pra ser uma coisa de vou vender muito, é difícil né, por causa do tempo. [homem] o pessoal que vem de fora, do Belém, da Bahia, todo mundo é so elogiando o quanto a organização, a limpeza, tudo asfaltado, bem direitinho, todo mundo sai elogiando (Entrevistado 1e 2, 28/03/2017). “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 mais 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” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “Depois que abriu o moda center nós tivemos a melhor coisa, tivemos essa mudança que foi a melhor coisa para nossa região, que foi nosso polo de confecções e para os nossos compradores, que nossos compradores tem todo apoio como nós temos lá no moda center hoje desde de quando foi fundado tem banheiros, tem coberta, se vinher a chuva tá tudo lá de baixo, é outra história” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “É, eu acredito que nós começamos a crescer com a empresa a partir do moda center, eu acho, eu considero que o moda center foi algo, foi um dos melhores projetos implantados em santa cruz porque eu vejo na minha visão, ele beneficia do pequeno ao grande eu acho que todos são beneficiados, até pessoas que vem de outras cidades, de outras regiões vender aqui nós sabemos que tem muitas pessoas que vem, que montam lojas, que tem box, que vem trabalhar aqui, que não é daqui. Eu hoje entendo que o moda center foi algo do coração de Deus para abençoar essa cidade entendeu?” (Entrevistado 7, 14/04/2017). “É maravilhosa, eu amo o moda center. Pra mim, eu tenho uma paixão pelo moda center porque nós podemos chegar lá organizar nossa loja, deixar todo o produto ali organizado da forma que a gente precisa, pode fazer uma vitrine, você pode fazer um trabalho de panfletagem, você tem N formas de tá apresentando teu produto e o conforto de você tá sentada, com ar condicionado ligado, a gente oferece para o colaborador entendeu?” (Entrevistado 7, 15/04/2017). “Um ponto positivo que eu acho é a sinalização. Em Caruaru, por exemplo, se você comprar hoje na minha banca e não frequentar aquela feira rotineiramente, a coisa mais difícil é achar a banca novamente porque não tem numeração de rua, nem de box, e aqui em Santa Cruz tem. Como eu falei, a questão dos banheiros aqui é ótimo, segurança. Na minha opinião o Moda Center é bom em tudo” (Entrevistado 8, 17/04/2017).
	Aspectos a Melhorar	“Se as coisas lá fossem transparente, se a transparência fosse como eles demonstram ser, com o dinheiro dos condomínio” (Entrevistado 3, 28/03/2017). “Com relação a divulgação, eu acho que poderia, inclusive eu já frisei em algumas reuniões da diretoria do moda center que a gente poderia divulgar mais o moda center, expandir a divulgação, porque hoje tá pronto, o moda center tá pronto, ele tem toda estrutura que o cliente necessita pra vime passar dois, três dias e fazer suas compra na cidade” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “A melhoria de haver lá no moda center, nós estamos procurando ver lá tudinho, porque eu sou condômino, de toso nós e a maioria a não pensa dentro de si que aquilo é dele, e lá e nosso, cada um temos que fazer a parte nossa. Então estamos fazendo várias coisas, um projeto para ver se amos aumentar o estacionamento, temos a saída da agua que fizemos agora lá o tubo todo mundo junto que os condôminos todos aprovaram e

		nós fizemos tudo juntos quer dizer, são coisas que agente prevê só melhorar cada dia mais” (Entrevistado 5, 11/04/2017). “Precisamos cada vez mais de coisas melhores ne? Assim, eu acho assim que o moda center ainda tem muitas coisinhas a desejar por exemplo é de chegar um cliente de fora e pegar um carro e guinchar, assim isso é coisas que eles poderiam melhorar, nesse sentido assim, só assim nossas coisinhas, coisas do dia a dia que acontece também, tá entendendo? Às vezes é um freguês folgado que bota onde não pode colocar e muitas vezes assim, para ter umas placas maiores no moda center para a gente puder identificar aqui pode, aqui não pode pra assim num gerar só real, tá em primeiro lugar o real, certo? do estacionamento, nesse sentido assim enquanto as outras coisas do moda center é excelente, assim não tenho que questionar. Não vejo como um aspecto negativo de trabalhar ali, só como positivo” (Entrevistado 6, 15/04/2017). “Só que eu ainda acho que deveria haver uma mídia que divulgasse melhor o potencial que é esse moda center. Ele poderia ser melhor divulgado, nós poderíamos atrair muito mais compradores se ele tivesse uma mídia bem feita, entende?” (Entrevistado 7, 15/04/2017). “Sempre tem o que melhorar, essa questão mesmo de luminárias do moda center, o tempo determinado de ficar com as luzes ligada, tem tempo que você quer arrumar o seu box, eles tem o tempo determinado para desligar, a questão do nosso espaço, eles estão querendo tirar os avanços que agente colocou na esquina do nosso box que bota os manequins em cima, eles agora estão querendo tirar isso, isso é uma coisa que agente tem de direito né, pra mostra mais a nossa mercadoria, ali não está prejudicando o cliente, ta pra ter uma visão melhor, eles agora estão querendo fazer um tipo de assembleia besta, isso é coisa besta que se resolve” (Entrevistado 9, 17/04/2017).
Modernização proporcionada pelo Moda Center	Qualidade dos produtos	“A cada dia que se passa a gente vai se modernizando, no tipo de roupa que você tem, que você faz ta entendendo?” (Entrevistado 1 [o homem], 28/03/2017) “Porque quem vai pra esse moda center daqui se sente assim, sem contar com a qualidade de hoje de mercadorias que as pessoas hoje fazem, porque é como eu disse, eu comecei com coisinhas bem popular, hoje graças a Deus vendo pra São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, assim já abrangiu muitas coisas pra mim sabe?” (Entrevistado 6, 15/04/2017). “Na feira de rua as pessoas não acreditam naquelas peças que você faz. Por exemplo eles não dão valor que a peça merece, certo? Então a experiência é essa certo? As vezes chega um cliente e vê aquelas suas pecinhas lá e ele tem mais você como uma pessoa sofrido, tá entendendo como é? Ele não dá o real valor da sua peça, então ai eles botam o valor de suas peças lá embaixo [faz o gesto], se ela for por exemplo: 3 reais 4 reais ele bota 2, 1,50 por que não valoriza o local. E hoje no moda center, pra mim não tem isso, la hoje a gente pode dizer essa peça é tanto e negociar, não baixar, porque ela tem um preço, ela tem um nível, ele não baixa, foi muito bom. Um local bom tem tudo haver e ajuda muito o comerciante, por isso que esse empreendimento foi muito importante para santa cruz, esse moda center. Ele abriu as portas de uma maneira especial pra cada um cidadão dentro de santa cruz” (Entrevistado 6, 15/04/2017). “É porque assim, antes, quando a gente vivia aqui na feira de rua o povo só queria comprar coisa barata. Tem aquilo na cabeça: feira de rua é coisa barata. E no Moda Center tem como você explorar melhor a questão de preço. Na rua o povo não via qualidade, só via quantidade. Já no Moda Center, tá totalmente diferente, o povo quer qualidade e não quantidade. Ai por conta dessa qualidade você consegue botar a margem de lucro melhor aí foi onde meu negócio fluiu mais” (Entrevistado 8, 17/04/2017).

	Atendimento ao cliente	“A casa tá arrumada como se diz, só que agente tem que divulgar pá conquistar novos clientes, até porque hoje, a ferramenta, o celular ao 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”(Entrevistado 4, 29/03/2017). “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” (Entrevistado 7, 15/04/2017).
	Reconhecimento em outros estados e/ou países	[homem] Eu estive na Bolívia duas vezes com carro de placa de santa cruz do Capibaribe e o pessoal perguntava; você é de santa cruz? Sou. Terra das confecções ne? Terra que não tem desemprego, duas vezes eu tive na Bolívia em cubirra não foi em outro canto não e tive em guajaramirim também. Onde você chegar com uma placa e santa cruz é reconhecido, é mesmo que a seleção brasileira, todo mundo pergunta. Eu passei, eu fui no dia vinte e oito de dezembro, eu fui pra vista alegre dividindo com Acre, depois de porto velho e vi confecção daqui lá. Vi confecção que aqui custa trinta reais, lá custa cento e trinta reais uma peça, uma calça jeans, vi confecção da rota do mar lá. E nós temos freguês de Porto Velho que vem de ônibus (Entrevistado 1,28/03/2017) “O que eu tenho de importante a dizer é que hoje vários países já conhecem o moda center, né? ele já ta bastante divulgado, teria melhorar só Deus, que é a agua faltando” (Entrevistado 3, 28/03/2017). “São Paulo é o maior polo, mas você chega em são Paulo hoje não tem uma estrutura dessa, tem aquelas galerias, aqueles mini shoppings, mas não tem um espaço igual ao moda center” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “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 agente 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” (Entrevistado 4, 29/03/2017). “Eu achava assim até um pouco humilhante pelo potencial que tinha a cidade de pessoas desbravadoras, pessoas lutadoras, pessoas que não mede esforço, você sabe, você conhece s características do povo dessa cidade. E teve até um dia desses que eu tava conversando com uma pessoa de fora e ele disse que admira as mulheres de santa cruz. Que as mulheres de santa cruz são diferentes de todas as mulheres de qualquer lugar, me retratou, me fez esse comentário” (Entrevista 7, 15/04/2017). “Como estamos em um tempo de crise, esses 3 últimos anos tá uma crise muito grande, eu acredito, e tenho certeza que pra nós de santa cruz a gente não vive essa tão grande crise que o mundo tá nela, agente consegue ir pra feira, vender um pouco da nossa mercadoria, pessoas que tem supermercados o outro tipo de comercio, como eu fui esses dias para o sertão é diferente, ninguém não vê nem dinheiro e pra gente não, toda semana tem essa esperança eu vai vim esses compradores e que a venda e menos mais a crise mesmo pra gente forte o quanto é lá fora” (Entrevistada 9, 17/04/2017).
	Contradições da modernização	“E eu acho que hoje santa cruz, o pessoal quer tirar esse rotulo de sulanqueiros, porque era a capital da sulanca, hoje é a capital da moda. Mais uma jogada de marketing né? Que eu acredito que pra mim eu vejo com bons olhos o termo sulanquerio, mas pra quem é de fora pensa que e algo pejorativo ou que e algo mais fraco ou alguma coisa desse tipo ta entendendo? Por isso que as mídias hoje tão tentando mudar esse rotulo

		de capital da sulanca por capital da moda. Mas eu não vejo [...] por mim era capital da sulanca” (Entrevistado4, 29/03/2017). “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 agente 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” (Entrevistado 4, 29/03/2017).
Elementos tradicionais presentes no comércio	Aprendizagem oral entre gerações (repeti este subtema que também está no tema “dinâmica do Moda Center”)	“Santa cruz é assim, é uma coisa que vem assim, passando de mãe, de pais pra filhos, de filhos para os netos ne?” (Entrevistada 2 [mulher], 28/03/2017) “Como eu era um pouco curiosa em relação a 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 começo a despertar em mim esse interesse de trabalhar” (Entrevistado 7, 15/04 2017). “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” (Entrevistada 9, 17/04/2017).
	Laços de amizade entre os donos dos boxes (idem)	“na semana que eu não vou o pessoal fica preocupado porque eu não tola. [mulher] não é nem os freguês [homem] é o Pessoal do box vizinho do meu” (entrevistados 1 e 2, 28/03/2017)