

“AQUI É O LUGAR DO PROGRESSO”: PRODUZINDO ROUPAS E SIGNIFICADOS NA DISPUTA PELA MODERNIDADE DAS CONFECÇÕES DO AGRESTE

Alana Moraes de SOUZA¹

RESUMO: O presente trabalho pretende discutir algumas questões referentes às novas dinâmicas de transformação do trabalho e da economia no agreste pernambucano. A pesquisa apresentada trata do chamado “Polo de Confecções do Agreste Pernambucano”, uma região que está se destacando no cenário nacional por apresentar taxas bastante elevadas de crescimento baseado, sobretudo na produção doméstica familiar de roupas. Procuramos refletir sobre a configuração sócio-produtiva a partir das estratégias econômicas, valores e expectativas de dois grupos distintos que se encontram imersos no arranjo produtivo do semiárido pernambucano: os pequenos produtores familiares das confecções oriundos do mundo rural de um lado e, do outro, aqueles que constituem a elite econômica das confecções, os “filhos da terra”, cuja identidade é com a própria cidade de Santa Cruz e com a prática comercial. A partir da década de 1990 alguns atores, tais como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) junto à associação dos grandes empresários locais oriundos da produção de confecções vêm investindo em mecanismos de “modernização” desta economia familiar, apresentando narrativas a favor da organização do mercado local, através da “modernização” do processo produtivo e da formalização das unidades doméstica visando a “racionalidade da busca do lucro” e o aumento da competitividade. Abordaremos aqui os contatos e conflitos entre estas duas experiências econômicas, quais sejam, aquela típica da produção familiar e a outra própria dos empresários das confecções.

PALAVRAS-CHAVE: Trabalho familiar. Mercado. Confecção. Nordeste.

Apresentação

O presente trabalho é parte da dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação de Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro e consiste na exposição de algumas reflexões à cerca do chamado “Pólo de Confecções do Agreste”², que se localiza na região do Agreste Pernambucano, abarcando três cidades centrais – Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru e Toritama – e ainda outros pequenos municípios da região. Este estudo, entretanto, se atém às dinâmicas da economia de produção e comercialização de roupas no município de Santa Cruz do Capibaribe, que é reconhecido regionalmente como “A capital da Sulanca”, designação muito popular e permeada de significados referentes à

¹ Mestre em Antropologia e Sociologia. UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Rio de Janeiro – RJ – Brasil. 20051-070 – alana.ufrj@gmail.com

² A denominação “Polo de Confecções” por si só já se apresenta um objeto importante de reflexão porque revela um conjunto de interesses de agentes específicos, interessados, sobretudo pela substituição do termo “sulanca” pelo termo “confecção”.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

confecção de roupas produzida localmente, desde a década de 1950, na qual voltaremos posteriormente.

Em 2007 o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) constatou que Santa Cruz do Capibaribe foi o município cuja economia e população mais cresceram em Pernambuco nos últimos vinte anos. Se em 1991, Santa Cruz do Capibaribe apresentava 38.332 habitantes, em 2007 já contava com 73.680 pessoas - quase o dobro. No último censo do IBGE (2010), a cidade já possuía com uma população de 87.538 pessoas.

A configuração do Polo de Confecções vem atraindo a atenção de muitos pesquisadores, analistas e empresários porque se trata de uma das regiões mais dinâmicas do país do ponto de vista econômico, e isso sem estar vinculada a nenhuma política de investimento ou geração de emprego e renda por parte do Estado, seja na esfera estadual seja em âmbito federal, nem tampouco investimento do grande capital (OLIVEIRA, 2011). Ainda assim, o Produto Interno Bruto (PIB) de Santa Cruz do Capibaribe – a cidade percursora da produção de confecções – entre 1999 e 2008 cresceu 237% segundo os dados da Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado de Pernambuco. Todo este crescimento se concentra no perímetro urbano do município, que apresenta uma taxa de urbanização de 97% segundo o IBGE (2010).

A economia que está se desenvolvendo no agreste pernambucano é baseada na produção de roupas e artigos de vestuário e tem como um de seus pilares o trabalho familiar a partir de unidades de produção domésticas: em 83,3% das empresas pesquisadas trabalham pelo menos mais uma pessoa da família (RAPOSO; GOMES, 2003). Hoje já existem também as maiores empresas e algumas fábricas de médio porte, todas gerenciadas por pessoas da própria região.

O aumento expressivo da população é fruto de um fluxo migratório muito intenso e ainda em curso de pessoas oriundas das regiões de agricultura mais ou menos próximas da cidade, como por exemplo, as cidades do agreste pernambucano e também do sertão da Paraíba e de Alagoas, como foi possível observar durante a permanência em Santa Cruz do Capibaribe. Além desta corrente migratória que hoje é fundamental para a “*economia da sulanca*”, é importante salientar que nessa região encontra-se também o maior fluxo de migrantes retornados de todo o Nordeste, ou seja, muitas pessoas oriundas dessa região que

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

anteriormente haviam ido “tentar a vida” no “sul” agora estão voltando, muito por conta da expansão da produção e comercialização da “*sulanca*.” (LYRA, 2005).

Em que pese estas características, a partir da década de 1990, alguns agentes tais como o SEBRAE³ e os grandes empresários locais reunidos em uma forte associação começam a investir em uma narrativa sobre a necessidade da “modernização” da produção, o que consiste na “racionalização” da administração das unidades domésticas, de modo a direcioná-las para um cálculo econômico específico que “otimize” a produção e aumente a taxa de lucro. Começam a surgir empresas formalizadas, assim como a figura do “administrador” e a importância do “marketing”, um conjunto de saberes transmitido pelo SEBRAE a partir de consultorias nessa região do semiárido pernambucano.

A presente abordagem procura investigar estes processos de transformação recentes na economia da “*sulanca*”, especialmente no que diz respeito à inserção do SEBRAE e as investidas do empresariado local na tentativa de “modernizar” a economia local, tornando-a mais “competitiva” e alinhada às exigências do “mercado”. Ainda que parte desse esforço tenha obtido sucesso podemos constatar que maior parte, cerca de 70% das unidades produtivas do agreste das confecções ainda é composta por pequenas unidades familiares sem formalização jurídica.

Levando em consideração as experiências e trajetórias dos atores envolvidos, é possível entender as estratégias econômicas mobilizadas no chamado Polo de Confecções do Agreste a partir de duas dimensões essenciais para o funcionamento da economia local que não possuem propriamente um caráter inovador prometido pela noção de “empreendedorismo” tão veiculada pelo SEBRAE, mas ao contrário, fazem parte da experiência econômica produzida pela cultura do campesinato livre dessa região. São elas a produção doméstica e familiar, como forma central de organização produtiva e, em segundo lugar, a centralidade da feira livre como principal espaço de comercialização da produção própria e que também não se apresenta como uma inovação no Nordeste, mas ao contrário, aparece como uma instituição histórica e de extrema importância para o entendimento da economia do agreste pernambucano. Estas duas dinâmicas juntas articulam um circuito

³ SEBRAE é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Segundo o próprio SEBRAE, ele “surge em 1972 para estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento no Brasil.” O Sebrae é uma entidade privada de interesse público. “A instituição atua também com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia.” Disponível em: <www.sebrae.com.br>. Acesso em: 13 abr. 2011.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

produção-comercialização no qual o produtor e sua família possuem acesso aos meios de produção e à esfera de circulação da mercadoria, sem necessitar de intermediários. Ainda sim a oposição “tradição x modernidade” investida pela elite econômica parece não convencer muita gente em uma cidade onde quase todos reivindicam a “modernidade”, tendo ela mesma diferentes significados.

Santa Cruz do Capibaribe: a capital da *sulanca*

Santa Cruz do Capibaribe é um município localizado na região do chamado Agreste Setentrional de Pernambuco, região de transição entre a Zona da Mata úmida e o Sertão semiárido, localizada bem próxima da fronteira com a Paraíba. Santa Cruz do Capibaribe encontra-se a 192 km da capital Recife e a 60 km de Caruaru e possui uma população de 87.538 pessoas segundo dados do IBGE/2010. O agreste Pernambucano costumava ser conhecido como o “celeiro” pernambucano, pela sua função econômica de abastecimento de alimentos para a capital e região metropolitana. O que tradicionalmente predomina na região é uma agricultura diversificada assim como uma pecuária leiteira, tendo a região participado intensamente dos ciclos econômicos do carvão e algodão. Como a região possui faixas de terra muito secas, e especialmente em Santa Cruz do Capibaribe, por sua localização geográfica situada no Planalto da Borborema (o que resulta em um baixíssimo nível de pluviosidade), a agricultura sempre foi “muito difícil”, como os próprios moradores costumam dizer e por isso a diversificação de atividades a partir do pequeno comércio e das trocas mercantis sempre foi parte da história econômica dessa região.

A produção de algodão que durante anos sustentou economicamente a região entrou em declínio por conta da competição internacional, e em 1950 começa a produção e confecção de colchas e vestuário em Santa Cruz do Capibaribe, como uma alternativa ao trabalho da agricultura.

Iniciada em Santa Cruz do Capibaribe, a produção da chamada *sulanca* se estendeu para outras cidades vizinhas. Essa parte do agreste pernambucano, movida pela produção e comercialização da *sulanca*, há algum tempo vem apresentando índices muito elevados de crescimento econômico e com uma taxa de urbanização também muito acelerada.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

Raposo e Gomes (2003) realizaram um levantamento a cerca das dimensões da economia da *sulanca* e estimaram para Caruaru a existência, em 2002, de 380 “empresas” formais e 2.000 informais, compreendendo 6,5 mil empregos formais e 10 mil informais. Para Santa Cruz do Capibaribe, a estimativa ficou em 431 e 7.134 “empresas” e 7 mil empregos formais contra 33,2 mil empregos informais. Enquanto que, para Toritama, haviam 176 “empresas” formais e 2.020 informais e 4,9 mil empregos formais e 15,1 mil informais.

O aquecimento do mercado interno no interior do Nordeste, como ocorre no Polo de Confecções do Agreste, oferece a possibilidade de inserção em uma economia monetarizada de modo que ainda seja possível manter os vínculos com o mundo rural, diferente do que ocorria desde o final da década de 1940 até muito recentemente, quando a migração para o “sul” durante a entressafra, com o retorno para a região rural nos períodos da colheita, constituía-se como estratégia indispensável para a reprodução da condição camponesa. (GARCIA JÚNIOR, 1990). As experiências do mundo rural e do mundo urbano, como nos mostra o caso do Polo de confecções, ao invés de rupturas ou descontinuidades, produzem relacionalmente uma configuração interessante caracterizada por um intenso crescimento urbano de um lado conjugado com a reprodução dos sítios e pequenas unidades familiares de produção agrícola nos arredores, seja porque a confecção torna-se a principal atividade complementar da família camponesa, seja porque a migração para a cidade da “sulanca” possibilita a transferência de recursos para aqueles que permaneceram nos “sítios” sem que haja aí uma ruptura com a atividade da pequena agricultura.

Tradicionalmente o que predominou na região é uma agricultura diversificada, conciliada com grandes ciclos econômicos agrícolas, principalmente o do carvão e do algodão – desde o século XVIII - e com a criação de animais tais como porco, galinha, cabra e cabeças de gado. Manoel Correia de Andrade salienta a importância da cultura do algodão do Nordeste como um todo e em especial o papel que o produto exerceu no desenvolvimento do agreste desde meados do século XVIII até 1940: “O algodão foi um dos principais produtos nordestinos e o único que enfrentou a cana-de-açúcar com algum êxito, na disputa às terras e aos braços.” (ANDRADE, 1986, p.143).

Pelo fato da região do Agreste ter sido historicamente uma região de passagem, facilitada pelas enseadas dos rios, para o gado que vinha do sertão abastecer de força motriz os antigos engenhos na zona da mata, o grande fluxo do trânsito de vaqueiros, a

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

comercialização de queijos, carne, peles, favoreceu a realização das feiras livres na região, notadamente a feira de Caruaru, uma das maiores feiras livre do Brasil, fazendo prosperar uma dinâmica comercial relativamente livre dos grandes latifúndios localizados mais ao litoral na Zona da Mata (MENDONÇA, 2006).

A feira, aliás, é outro elemento importante na composição da paisagem da cidade. Além de ser a maior produtora de confecção do Estado de Pernambuco, Santa Cruz do Capibaribe possui o maior espaço de comercialização de confecção da America Latina segundo o SENAI⁴. Este espaço de comercialização que antes era chamado simplesmente de “feira da sulanca” vem sofrendo modificações nos últimos anos, de modo que a feira que anteriormente era localizada no centro da cidade, hoje se encontra dentro de um “parque de vendas” afastado do centro chamado *Moda Center*. A transformação da feira e seus aspectos tem muita relação com os processos de transformação que vem ocorrendo na economia do município e por isso falaremos mais adiante desse processo de forma mais detalhada.

De fato, é mesmo impossível andar pelas ruas de Santa Cruz do Capibaribe sem ouvir o barulho das máquinas de costura. As casas estão quase sempre de portas e janelas abertas, são em sua maioria humildes, e em seu interior logo nota-se que não é só uma casa onde vivem as pessoas, mas também o lugar de onde elas conciliam o trabalho com a reprodução da vida doméstica. Os tecidos espalhados quase não deixam espaço para móveis, o barulho das máquinas de costura e algo do qual todos já se acostumaram, assim como as longas conversas durante o trabalho e os programas de televisão que “ajudam a passar o tempo” assim como “ver as novas modas”.

A colcha de retalho da produção na economia da sulanca

Existem poucos registros históricos sobre a origem da *sulanca*. As narrativas locais contam que “antigamente” comerciantes provenientes do agreste, os quais iam vender seus produtos em Recife começaram a voltar com grandes quantidades de retalhos e resíduos descartados das indústrias têxteis da capital. Posteriormente, contam eles, o intercurso do

⁴ SENAI é o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Parte integrante do Sistema Confederação Nacional da Indústria, o SENAI “é um polo gerador de conhecimento aplicado ao desenvolvimento industrial”, segundo o próprio site do SENAI. Disponível em: <www.senai.br>. Acesso em: 13 fev. 2011.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

retalho expandiu-se e intensificou-se até São Paulo. Este comércio de retalhos, iniciado por volta da década de 1950, consistia basicamente em adquirir das confecções da região industrial do Brás, em São Paulo, o que era descartado como rejeitos. Estes eram então comercializados, entrando novamente em circulação como uma matéria prima de baixo custo em Santa Cruz do Capibaribe (GOMES, 2002), o que era lixo em São Paulo, virava possibilidades no Agreste. A versão mais reproduzida e contada sobre a origem do termo *sulanca* diz que ele é o resultado da combinação de duas palavras: “sul”, que é a região de origem dos retalhos e “helanca” que é o tipo de tecido muito utilizado na época.

Inicialmente os retalhos eram utilizados para a confecção de colchas e tapetes. Posteriormente passou-se a produzir roupas infantis como também roupas para o “trabalho no campo”, o trabalho agrícola. A *sulanca* passa a ser conhecida então como uma roupa simples e barata, feita para os mais pobres (LIRA, 2006).

No final dos anos 1960 esta produção começa a ser comercializada pelos próprios produtores em uma feira no centro da cidade de Santa Cruz do Capibaribe, atraindo compradores de todas as regiões vizinhas. Logo, a *sulanca*, roupa produzida localmente e de baixo custo, passa também a ser comercializada na feira de Caruaru, considerada a principal cidade da região. Com o tempo, Caruaru torna-se também produtora da *sulanca*, assim como Toritama, cidade menor, localizada entre Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe que se especializou na produção de *jeans*. As três cidades articulam um circuito de produção e comercialização de roupas atraindo principalmente “sacoleiros” do interior do Norte e Nordeste que revendem essas roupas em suas cidades de origem. Na maior parte das vezes as roupas também são revendidas em outras feiras.

Configura-se assim o que desde 2000 denomina-se “Pólo de Confecções do Agreste”, abarcando as cidades de Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru, Toritama e outras pequenas cidades da região. É importante frisar que a denominação “Polo de confecções” já é o resultado de um aspecto destas transformações das quais pretendemos abordar aqui e por isso essa denominação é por si só objeto de reflexão. Essa caracterização a respeito da economia do agreste veio substituir a usual denominação, qual seja, “Feira da *sulanca*”.

A economia da *sulanca* que vem se constituindo no agreste pernambucano desde 1950 é caracterizada por sustentar-se principalmente em torno de pequenas unidades produtivas domésticas, o que faz com que muitos analistas marquem essa economia como

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

majoritariamente “informal”. O Polo de Confecção do Agreste é considerado hoje o segundo maior produtor de confecções do Brasil, só perdendo para São Paulo. Em 2003, foi realizado um estudo pela Universidade Federal de Pernambuco, a fim de revelar as dimensões do Polo. Neste período existiam mais de 12.000 unidades de produção na região do Polo, sendo que apenas 8% delas eram empresas formalizadas. Fora isso, a economia de confecções do agreste empregava 76.000 pessoas, produzindo mais de 57 milhões de peças por mês. (UFPE, 2003).

Outro aspecto que tem chamado atenção de analistas é o fato da economia da *sulanca* ter se desenvolvido de forma “espontânea”, ou seja, sem um planejamento ou intervenção do Estado, como é muito comum em outros processos de desenvolvimento do nordeste (OLIVEIRA, 2011).

Essa narrativa da espontaneidade e da autonomia em relação ao Estado não é só um discurso de analistas e pesquisadores, mas também é muito difundido e apropriado pelos produtores e comerciantes locais especialmente quando eles defendem a permanência da condição do não pagamento de impostos por parte de suas confecções domésticas:

O fato do governo cruzar os braços para não apertar esses pequenos confeccionistas informais, isso foi o apoio que o Estado deu [...] pelo fato da gente estar no interior, numa área geográfica desfavorável, talvez não tivesse tido o sucesso que tenha. A troca era: a gente gera empregos e o governo não fiscaliza [...] (Zenivaldo, empresário local).

O que eles querem dizer a todo tempo é que o “Estado nunca deu nada” e que não faz sentido que eles dêem algo em troca, no caso os impostos, a relação assim é pensada como “muito injusta”, uma reciprocidade assimétrica que para eles não faz sentido.

Para além dessa percepção, muito frequentemente, os produtores/comerciantes ao falarem sobre a relação do Estado com a vida da economia local revelam que para eles o que existe claramente é um interesse do Estado pela essa aparente “ausência”. Segundo um dos meus entrevistados:

Se quiser fiscalizar e multar quem estiver na legalidade, vai fechar santa cruz. [...] Porque aqui gera muito emprego pra zona sertaneja de poucos recursos. (Gautier, pequeno produtor).

Alguns autores chamam esse “acordo” de “pacto do diabo”, pacto este que seria fundamental para a existência e manutenção da dinâmica local. Como aponta estudo da Fundação Joaquim Nabuco.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

Isto porque os governantes consideravam que a informalidade da região era sua única fonte de competitividade, ou seja, eles acreditavam que se o Estado interviesse na aglomeração, que implicaria na necessidade das empresas se formalizarem, as perdas acarretadas às empresas por terem que pagar tributos seriam maiores que os ganhos que poderiam ser levados pelo Estado em programas de apoio à aglomeração. (FUNDAJ, 2008, p.7).

De fato, a noção de “informalidade” surge recentemente na cidade e sequer é entendida pelos mais velhos. Para os pequenos produtores e comerciantes a noção de “informalidade” é datada: começa a circular a partir do momento em que o SEBRAE em especial introduz a idéia da necessidade da “formalização” como parte fundamental do processo de “modernização” e dos caminhos para o “empreendedorismo”. No entanto, muitos produtores permanecem desconfiando da necessidade de formalizar a produção, especialmente no que diz respeito à regularização das relações trabalhistas. Com as relações baseadas majoritariamente na confiança e no parentesco, as noções de “ajuda” são amplamente acionadas para se referir ao trabalho de parentes moradores ou não do domicílio em que funciona a produção, especialmente para os pequenos produtores. Estas relações baseadas em um contrato moral e a participação de todos na produção através da idéia de “ajuda” para a economia da casa e sua manutenção, faz com as relações patrão/empregado estejam muitas vezes ausentes nas unidades produtivas e por isso a “formalização” dos contratos trabalhistas parece ser avessa aos contratos já estabelecidos entre as pessoas.

A divisão do trabalho envolve todas as pessoas da família nuclear podendo também englobar outros “parentes”. Geralmente são estes “parentes” os primeiros acionados quando se amplia a produção. O pai usualmente trabalha no corte do tecido, trabalho esse que é considerado mais “pesado”, e também na estamparia, quando há. Eventualmente é ele quem faz o transporte dos tecidos e da mercadoria pronta. A mulher é responsável pela costura, pela escolha dos tecidos e basicamente ela é a principal garantidora do cumprimento dos prazos de entrega da mercadoria. Como os homens estão mais engajados nas atividades comerciais a produção da confecção acaba sendo majoritariamente responsabilidade das mulheres assim como a venda das mercadorias produzidas na feira. Os filhos mais novos ajudam no acabamento das peças assim como na sua embalagem. O regime de trabalho varia bastante: algumas famílias trabalham em horários fixos por dia, geralmente oito horas diárias. Mas muitas famílias dizem trabalhar “o necessário” para garantir a entrega da encomenda ou “o

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

necessário” para fazer uma “feira boa”, o que pode significar jornadas muito extensas. Hoje já existem muitos homens na costura, mas é comum ouvir ainda que essa é uma tarefa essencialmente feminina, por conta das “habilidades inatas das mulheres”, por serem mais “prendadas” e “cuidadasas”.

Podemos verificar, em relação à organização da produção, muitas semelhanças com a unidade tipicamente camponesa, analisada por Heredia (1979). A produção de roupas no agreste pernambucano também possui como característica marcante o caráter familiar da unidade de trabalho assim como uma especificidade de cálculo econômico que leva em conta a satisfação da necessidade de consumo da família, enquanto unidade de consumo. Apesar da semelhança, existem distinções importantes, como por exemplo o fato destes produtores não estarem mais envolvidos com a produção de alimentos para a subsistência, e por isso tendo que se relacionar de forma integral com o mercado, já que não possuem mais o dispositivo da produção para o próprio consumo. E isso não é pouca coisa, porque neste momento eles precisam se relacionar não só com o mercado – vendendo sua produção para depois voltar ao mercado para comprar produtos para sua reprodução – mas também com um sistema de preços que envolve circulação de dinheiro e diversas formas de crédito.

No entanto, o grupo doméstico, entendido como o conjunto de indivíduos que vive na mesma casa e que possui uma economia doméstica comum (HEREDIA, 1979) não parece ser a única possibilidade de unidade de produção, ou seja, a unidade residencial nem sempre é a unidade de produção. Percebemos que muito frequentemente formam-se redes femininas de parentesco em torno da organização e administração da produção: são primas, cunhadas, irmãs, que mantêm sua produção e comercialização independente dos seus cônjuges, quando estes geralmente se ocupam do comércio de tecidos, máquinas, transporte, se afastando assim diretamente da produção.

Em relação a unidade de produção doméstica, ela pode funcionar como uma “facção” ou como um “fabrico”, ou então, como é muito comum, intercruzar estas duas lógicas de produção. A “facção” funciona em uma lógica de contratação de serviços, encomenda-se uma determinada quantidade de serviços – que pode ser a costura de partes que já vem cortadas ou acabamentos de peças – à um determinado preço e prazo. As “facções” comprometem-se então a entregar as peças no prazo determinado pela fábrica maior, ou pelo “fabrico”. O fabrico, por sua vez, é o modo como eles denominam as unidades de produção domésticas e

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

familiares, que produzem de forma integral todo o processo da confecção, do corte até o acabamento. O interessante é perceber que quase todo fabrico, também é um ponto de facção tanto para fábricas maiores em períodos de muita demanda quanto para outros fabricos, de igual porte, quando estes não conseguem dar conta da demanda devido aos seus limites de recursos técnicos e humanos. Podemos afirmar, no entanto, que o desejo de toda facção é ter uma fabricação própria, sendo o serviço de facção um dos principais fatores de acumulação de um capital inicial para se constituir um fabrico. Na prática encontramos uma complexa rede de estratégias econômicas que leva em conta os ciclos da feira, a necessidade de acumular um pequeno capital a partir da exploração da mão de obra familiar e a capacidade de flexibilizar a unidade produtiva entre uma produção própria e uma produção para terceiros.

Outra maneira de acumular capital e também o conhecimento necessário para a construção um fabrico próprio é quando se trabalha em um fabrico de terceiros, recebendo um salário⁵. Muitas pessoas contam que começaram trabalhando para um fabrico, aprendem as técnicas necessárias, juntaram dinheiro por dois, três anos e por fim compram uma máquina. Depois da compra da máquina vem o trabalho de facção em seu próprio domicílio com mão de obra de familiar, recebendo encomendas de pronta-entrega e concomitante com ele começa a surgir uma produção própria. O trabalho assalariado se coloca então como uma estratégia para garantir o capital inicial de uma unidade de produção própria e “livre do patrão”, como eles afirmam.

Muitas análises e trabalhos já feitos sobre esta região procuram caracterizar o trabalho no polo de confecção agrestino como “informal”, “precário”, por conta das constantes terceirizações, pela falta de contratos fixos e direitos trabalhistas regulados (CAMPELLO, 1983; LIMA, 2002; SILVA, 2009).

No entanto, do ponto de vista dos milhares de pequenos produtores, preferimos falar em uma complexa rede informal de produção em Santa Cruz do Capibaribe, rede esta fundamental para complementar uma unidade de produção pequena e familiar que não possui capital e por isso parte central da estratégia econômica dos pequenos produtores é justamente acionar as redes de vizinhança e parentesco para dar conta da produção planejada. É esta rede, a nosso ver, a principal responsável pela movimentação da economia que consegue a todos

⁵ O “salário” pode ser mensal ou semanal, dependendo da “combinação”. Usamos as aspas aqui, porque ‘salário’ é um termo que eles usam comumente, apesar de conceitualmente pensarmos que salário envolve relações sociais específicas que não necessariamente estão colocadas.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

abarcam.⁶ Desta forma, construir uma rede de relações, que envolva parentes e vizinhos, é de extrema importância para sobreviver nessa economia. Tanto pra quem quer começar o trabalho em um fabrico, passando por aqueles que trabalham em facção, até aqueles que possuem sua própria confecção, estar inserido em uma rede de expectativas de reciprocidade é apontado por quase todos como fundamental para manter-se com certa estabilidade em diversas ocupações especialmente para aqueles que chegam das áreas rurais e que só conseguem se estabelecer rapidamente por conta dos contatos e possibilidades oferecidas pelos parentes ou vizinhos já instalados na “economia da sulanca.”

Assim, através das facções e dos contratos informais de trabalho, contratos estes baseados na confiança de que os prazos serão cumpridos, configura-se uma economia articulada em frentes diversas, um circuito de confiança por onde passa a mercadoria em suas diferentes fases. Como dito anteriormente, mesmo as grandes empresas formalizadas lançam mão da distribuição da produção em facções em temporadas de muita venda. Estas redes de subcontratação fazem constantemente a ligação entre as empresas formais e informais, o que torna ainda mais difícil compreender o formal e informal como dimensões antagônicas. Trabalhar em facção, no regime de pronta-entrega, também é visto como um indispensável complemento de renda em alguns períodos. No entanto, o almejado é sempre uma situação em que se possa garantir uma produção própria, com a mão de obra familiar dando conta tanto da produção como da comercialização das roupas na feira. É muito comum ouvir entre os trabalhadores da cidade que: “trabalho bom é trabalho sem patrão”. Ou seja, a manutenção da unidade familiar independente de um regime de trabalho assalariado é um dos principais objetivos destes trabalhadores e trabalhadoras. Neste sentido as redes de parentesco e vizinhança são parte central das estratégias econômicas de manutenção da pequena produção assim como a existência da feira livre chamada por estes trabalhadores de “mãe de todos”.

Da feira da sulanca ao *Moda Center* : processos de regulação do mercado e o status da mercadoria

⁶ Para além das estatísticas entusiasmadas divulgadas pelos empresários e políticos locais, durante todo o tempo que permaneci em Santa Cruz não conheci nenhuma pessoa que não estivesse em alguma ocupação relacionada com a economia de confecção.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

Pretendemos agora abordar o que significou a extinção da “feira da sulanca” e em consequência, a construção do novo parque de feira de confecções chamado *Moda Center*, inaugurado em 2006. Ao falar dessa mudança, pretendemos nos atentar para própria mercadoria – a roupa da *sulanca* – e nos diferentes regimes de valor que ela foi submetida ao longo do tempo e espaço (APPADURAI, 2008). Como dito anteriormente as transformações pelas quais passou a feira fazem parte de um conjunto maior de mudanças, no entanto esse processo especificamente nos faz pensar sobre uma série de elementos importantes.

O que não foi dito até agora, mas que é de extrema importância em nossa análise é que *sulanca* é uma palavra que evoca geralmente um sentido pejorativo, dependendo do contexto em que ela é usada. A *sulanca* é vista como uma roupa de “baixa qualidade”, “feita com sobras de tecido”, “de mal gosto”, “mal acabada”, “feita pra pobre ou pra camponês”. *Sulanca* foi muito tempo a maneira pela qual foi conhecida a produção de vestuário de Santa Cruz e de todo o agreste posteriormente. E ainda hoje é assim: “a gente vive da sulanca”, “aqui era a feira da sulanca”. Por parecer demais corriqueira, a rotineirização da palavra *sulanca* pode obscurecer as relações mais complexas que estão presentes nos usos da palavra. Com o tempo percebe-se, por exemplo, que a palavra *sulanca* sempre tinha que vir acompanhada de uma explicação histórica quando meus interlocutores a mencionavam: “*Sulanca* era porque *antes* era uma roupa pior, mas *agora* está diferente”. No entanto, em várias conversas entre eles, em contextos do cotidiano, a palavra *sulanca* era usada sem qualquer sentido pejorativo. Os usos da palavra variavam dependendo do interlocutor e a não conformação imediata do seu sentido tem relação com os processos de disputa recente em torno da economia local. Para os empresários da cidade assim como para o SEBRAE a *sulanca* precisava se transformar em uma roupa “moderna” e que pudesse ter maior “valor agregado”, como gosta de explicar o gerente do SEBRAE na cidade.

A “feira da sulanca”, que funcionava no centro de Santa Cruz do Capibaribe, era composta por sete mil barracas de madeira que ocupavam 20 ruas da cidade. As refeições eram feitas nas barracas de comida que se misturavam às barracas das roupas (GOMES, 2002). Em 2006, a “feira da sulanca” passa a funcionar no Polo de confecções “Santa Cruz *Moda Center*”, um espaço de 32 hectares com uma área coberta de 80.000m², abrigando 6.208 boxes, além de 574 lojas, 4 praças de alimentação, banheiros e segurança. Os boxes foram comprados na época por um valor que variava de R\$ 500,00 a R\$ 3.200,00 (SILVA, 2009). A

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

construção do *Moda Center*, pelo que parece, não foi tão fácil. Muitos produtores/comerciantes opuseram-se ao desmanche da feira, mas ele foi enfim inaugurado em meio às justificativas de que a feira da **sulanca** era uma “bagunça” e “precária”. Segundo José Augusto, prefeito na época e principal realizador do projeto,

Percebi que somente dando condições e apoio às micro e pequenas empresas, elas poderiam crescer muito mais e dar sustentação ao nosso principal ramo de economia, o qual envolve a industrialização e o comércio de confecções. (Zé Augusto, ex-prefeito e realizador da obra.).

Para a elite empresarial que hoje gerencia o *Moda Center* a *sulanca* precisa ficar de fora do *Moda Center* para dar lugar à *confecção*. A *confecção*, ao contrário da *sulanca*, supostamente é uma roupa mais “moderna”, “bem acabada”, “feita com bom gosto” e nesse discurso que é muitas vezes o “oficial”, a *sulanca* vai se conformando tanto como o elemento central do “mito de origem” da região e da economia e também como dimensão que representa a *tradição*, a mercadoria que não conseguiu “modernizar-se”. No entanto, andando pela nova feira é impossível distinguir a roupa produzida pela pequena produção familiar e aquela produzida pelas maiores fábricas já que a “moda” que circula na feira é acessada por todos e muitas vezes inescapável: quando um tipo de roupa entra na “moda” rapidamente o modelo é reproduzido em todos os cantos da feira e neste sentido a pequena produção possui a vantagem de ser mais flexível e poder melhor renovar constantemente a produção.

Muitas pessoas não conseguiram entrar no *Moda Center* e outras tantas simplesmente não quiseram a partir de uma avaliação de que o custo do novo lugar não compensaria em termos de lucro. A saída para esse impasse foi dada pelos próprios pequenos produtores que organizaram atrás do novo parque de confecções uma enorme feira da *sulanca*, como reedição daquela que foi extinta e que passa a ser chamada de “calçadão” ou “poeirão”. O calçadão foi uma estratégia para manter as condições de baixo custo da feira, lá as pessoas pagam o “chão” para a prefeitura no valor de R\$ 4,00 mais os “bancos” para os donos dos “bancos” por R\$ 5,00. É importante salientar que não é necessário ser formalizado para entrar no *Moda Center*, basta comprar ou alugar um Box. O que difere então as roupas vendidas no calçadão para aquelas vendidas no *Moda Center* - a *confecção* da *sulanca* - é um complexo regime de valores que faz com que as roupas do calçadão sejam consideradas “de pior qualidade” pelos maiores empresários das “confecções”. No entanto, na prática, os compradores parecem não

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

ter aderido à propaganda de valorização da mercadoria e acabam por ignorar a fronteira classificatória forjada pelos maiores empresários entre o *Moda Center* e o “calçadão”, inclusive porque a maior parte deles é também “feirante”.

O calçadão não constava no projeto original do *Moda Center* mas foi fruto de uma pressão dos pequenos produtores que se amparavam, sobretudo, na legitimidade que a “feira livre” possui na região. Como falou o próprio secretário da prefeitura: “Não adianta querer proibir, o comércio é livre então a feira tem que ser livre também”. Conversei com muitas pessoas que desde o início “colocaram” mercadoria para a venda no “calçadão”. Elas não possuíam condições financeira de comprar um box no interior do *Moda Center* e diziam ser inviável economicamente se comprometer com as prestações do financiamento. O mais fundamental, entretanto, é que elas confiavam na legitimidade do espaço da feira e de alguma forma sabiam que a prefeitura teria que garantir o espaço dos “mais fracos”.

O projeto de transferência da feira e seu novo estatuto administrativo é produto de uma parceria da prefeitura com os maiores empresários locais que juntos elaboraram um plano de “modernização” e desenvolvimento do Polo de Confecções junto ao SEBRAE. A partir da década de 1990, uma associação entre o SINDVEST (Sindicato das Indústrias do Vestuário do Estado de Pernambuco) – um sindicato de empresários - e o SEBRAE gerou em 2001 o “Projeto de Desenvolvimento do Polo de Confecções do Agreste” (OLIVEIRA, 2011). Neste processo o SEBRAE passa a ser um ator fundamental na região e sua atuação possui um propósito bem definido, como ressalta Oliveira (2011, p.23):

O propósito foi o de, em associação com um conjunto mais amplo de ações visando a modernização das atividades ali desenvolvidas, atuar também sobre a reelaboração de sua imagem, tanto para dentro, como para fora. Para isso, seria preciso desconstruir a marca “sulanca”, associada que sempre esteve a produtos de baixíssima qualidade. Operou-se uma reelaboração discursiva visando por no lugar da “Feira da Sulanca” o “Polo de Confecções”; no lugar de “sulaqueiro”, a denominação “empresário” ou “empreendedor”.

A transferência para o *Moda Center*, do ponto de vista dos pequenos produtores que trabalham com peças de baixo custo, foi inserida dentro de um cálculo onde o custo assumido pelas prestações de um “box” afetaria a margem de “ganho” que eles possuem por peça vendida. Como eles acreditavam que a freguesia seria mantida tanto no box do novo espaço

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

quanto no calçadão, a mudança para o *Moda Center* só traria como vantagem um “conforto” maior, já que lá eles não estariam submetidos aos inconvenientes climáticos, especialmente o sol forte. Por mais que a elite das confecções invista no convencimento de que o *Moda Center* representaria um aumento de vendas para os produtores e comerciantes porque ofereceria um “valor agregado” maior devido às instalações diferenciadas, existe por outro lado, uma crença no funcionamento tradicional da feira e na relação de confiança estabelecida com os clientes.

Se você for comprar um box hoje particular, não é menos de 25, 30 mil reais, no financiamento os mais baratos ficam na prestação de 300 reais. Aí você faz 500 pecinhas na semana, pra vender a um real cada uma, aí fica difícil pagar a prestação, depois que tirar todo o custo da mercadoria, do pano, da linha, do aviamento e tirar o que é pra comer e pra sobreviver, fica muito pouco, aí não tem condição de manter a parcela. Tem nossos fregueses que não se importam da gente tá aqui ou lá, eles encomendam do mesmo jeito. (Gautier, mecânico e filho de costureira).

Como já havia sustentado Geertz (1979) em seu estudo sobre o bazar de Sefrou, existe uma série de características cruciais que se desenrolam no cotidiano do mercado e que vão além da simples troca e negociações. Há também, por exemplo, uma procura, tanto do vendedor como do comprador, por estabelecer uma relação de fidelidade entre ambas as partes. Geertz chama esta dinâmica de uma procura constante por “clientelização”, relação esta que em Santa Cruz do Capibaribe, permitiu com que muitos pequenos produtores conseguissem manter sua clientela mesmo com a transferência de local assim como dar vida a uma nova formação de feira.

Muitos estudos sobre o funcionamento interno de praças de mercado apontam para a importância das relações pessoais e de confiança estabelecidas entre comerciantes e compradores, especialmente em situações onde os contratos e regulações formais são mais fracos (MINTZ, 1961). Na feira da sulanca, foi possível perceber, que muitos compradores não são ocasionais. Os “melhores” clientes, para os feirantes, são aqueles em que a transação comercial já esta estabelecida faz algum tempo, o que gera encomendas regulares e constantes e prazos de pagamento e entregas já acordados.

Longe de apresentarem uma suposta falta de racionalidade, os pequenos produtores operam a partir de uma série de cálculos e considerações importantes que vão desde a confiança na fidelização da clientela até o conhecimento de que a feira atrai os sacoleiros

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

pelos menores preços. Por isso, a permanência no “calçadão” é fruto, sobretudo, da experiência e conhecimento que estas pessoas estabeleceram com a prática comercial ao longo do tempo. Na prática, ao contrário das expectativas dos empresários em relação à transformação do espaço da venda, a dinâmica da feira, das relações de confiança e fidelização com a clientela se impôs. O *Moda Center* foi pensando para funcionar como um “shopping”, abrindo todos os dias para os compradores. No entanto o que se verifica hoje é que ele só funciona três vezes na semana, assim como era a feira do centro da cidade, porque nos outros dias as pessoas precisam estar em casa produzindo a mercadoria.

A dinâmica da feira e o lugar ocupado por ela, suas regras de funcionamento, a circulação de pessoas e mercadorias, seu ciclo e sazonalidade, tudo nos parece tal qual Braudel (2009) havia já sinalizado em todo seu entusiasmo com o que ele chamou de economia de mercados: sua robustez, independência, livre negociação, sobretudo, a possibilidade da negociação direta da mercadoria produzida, sem intermediários. A lição maior que Braudel nos deixa com “Civilização material, economia e capitalismo” é que, através de uma pesquisa exaustiva sobre feiras, mercados e seu funcionamento, podemos compreender não um avanço total da economia sobre a vida das pessoas, mas ao contrário, entender como a vida social muitas vezes dita o “jogo das trocas”, como a economia está sempre referida nestes contextos à organização da vida, da casa, da família e da comunidade.

Os sentidos da modernidade, a invenção da racionalidade de mercado e a economia moral: últimas considerações

Em um recente congresso de Engenharia de Produção, autores discutiram implicações acerca do “[...] setor de confecções e vestuário no estado de Pernambuco, destacando sua relevância dentro da economia local sobretudo no Polo de Confecções do Agreste Pernambucano” (ARAÚJO; PEREIRA 2006, p.02). No artigo, os autores demonstram como o Polo de Confecções tem sido importante para a economia local e o caracterizam como “produzindo peças de baixa qualidade voltadas a um mercado regional pouco exigente”. No entanto, atualmente, para os autores, o Polo vem inserido-se em um cenário “de maior abrangência” e de “valor agregado mais elevado, explorando os conceitos de moda, tendências e suas especificidades”. Essa mudança se deu, sobretudo, segundo os autores,

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

porque a partir da década de 1990, as regras protecionistas que marcavam o comércio internacional do setor têxtil, foram derrubadas à favor de um modelo mais “liberalizante”. A consequência foi uma competição cada vez maior com os produtos chineses, que conseguem entrar no mercado brasileiro a um preço bastante inferior. A partir disso, constata o artigo, o SEBRAE-PE, o sindicato de vestuário de Pernambuco, assim como algumas associações comerciais, iniciaram ações para promover a maior “competitividade” das roupas produzidas na região.

O que as análises econômicas deixam de captar é justamente a particularidade histórica que deu origem ao que hoje é conhecido como Polo de Confecções do Agreste. Nascidos em Santa Cruz, esses empresários hoje organizados e portadores do discurso oficial sobre o desenvolvimento local puderam ter acesso (ou os seus pais tiveram) ao circuito comercial dos retalhos em um período de pouca concorrência, com acesso a uma mão de obra muito barata. Engajados na prática do comércio de longa distância com a região metropolitana e com o “sul” esses homens sempre pretenderam se afastar da atividade produtiva propriamente, deixando para suas irmãs, mães ou esposas, enquanto eles “cuidavam das finanças”. O intenso fluxo comercial da região assim como a histórica importância das feiras forjou o que hoje é a elite econômica da cidade, quase todos nascidos em Santa Cruz cujo empreendimento comercial começa bem antes da chegada do SEBRAE, mas que, no entanto se reconhecem na narrativa do “empreendedorismo” apresentada pela instituição a partir da década de 1990.

Essa estrutura discursiva apresentada pelo SEBRAE e reproduzida pela elite empresarial não está descolada das experiências desses atores. Frequentemente, em suas “histórias de sucesso” (narradas por eles mesmos divulgadas em livros publicados pelo SEBRAE) existe um momento de descoberta de um conhecimento específico e técnico para lidar com o “mercado”, o que os afastou de uma organização econômica “ingênua” e os colocou em um patamar “empresarial”, deixando de ser meros “comerciantes” para se converterem em verdadeiros “empresários”. É o que nos relata, por exemplo, Valmir Ribeiro, um dos empresários mais bem sucedidos da cidade e que foi eleito, na chapa organizada pela Comissão dos Dirigentes Lojistas, a CDL, o novo síndico do *Moda Center*:

A gente tinha muita coisa pejorativa da *sulanca*, de baixa qualidade, mas aí eu fui tentando aprimorar, fazer cursos, investir em qualidade, máquinas

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

melhores [...]. Quando foi no ano 2000 eu tinha já uma produção boa, mas veio um cara e comprou tudo que eu tinha e um dia ele não pagou, me deu um calote. Nessa época foi que eu realmente entrei para a Associação comercial, fazer os cursos do SEBRAE e aí comecei a buscar informação pra ver como eu saia dessa crise. Na consultoria eu consegui rever o custo, a minha noção de custo estava toda errada, minha margem de lucro era muito pequena, aí virava uma bola de neve. O cara disse pra mim que eu tinha que mudar a estratégia. (Valmir, 34 anos, empresário de confecção e síndico do *Moda Center*).

Do outro lado temos um grande contingente de pessoas oriundas dos “sítios” que chegam à cidade, na maior parte das vezes, na esperança de melhorar o “ganho” a partir do trabalho familiar na confecção própria. Encontramos aí muita relação com a pequena produção camponesa desde a valorização do trabalho “independente” até a estratégia da exploração da mão de obra da família e os diversos arranjos possíveis a partir da noção de “ajuda”.

Longe de estarem envoltos em uma racionalidade “atrasada” como querem sempre rotular os “empresários”, ou mesmo atrelados a práticas “intuitivas” e “tradicionais” ligadas à agricultura como sugerem algumas análises, conseguimos perceber que desde a migração até o estabelecimento de uma confecção própria os pequenos produtores estão, na verdade, produzindo um conjunto de estratégias econômicas que, em nossa opinião, se conectam com a própria experiência camponesa, na qual, entre outras coisas, a experiência do “trabalho familiar” é constituinte. Como já afirmaram diversos autores relevantes (GARCIA JÚNIOR, 1988; MENEZES, 1985) no Brasil, é comum observar que o processo de diferenciação camponesa tem a ver com múltiplas estratégias de reprodução social tais como o pequeno comércio, o artesanato, as migrações, o trabalho assalariado.

É preciso levar em conta que grande parte da experiência econômica que integra hoje a economia da *sulanca* é formada por um campesinato que, pressionado pela expansão da pecuária extensiva e da agricultura comercial (MENEZES, 1985), elaborou historicamente estratégias várias para garantir a reprodução da pequena unidade produtiva, entre elas destacam-se a migração para o “sul” e a prática do “negócio”. Observamos, de fato, uma diversidade de estratégias no que tange à relação com o mercado, especialmente com as feiras-livres, desde as relações de parentesco que movimentam a produção até as relações de confiança com os compradores.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

Para as novas gerações que cresceram em regiões rurais, onde a migração para o “sul” ou para as regiões metropolitanas do nordeste sempre estivera colocada, a possibilidade de inserção nas atividades do Polo de Confecções se apresenta como uma alternativa bastante atrativa, especialmente porque é possível garantir independência financeira, acesso ao mercado de consumo, às tecnologias de informação como a internet, aparelhos eletrônicos diversos, sem que para isso seja necessário romper definitivamente com o “sítio”, para onde frequentemente voltam nos finais de semana. Em suas narrativas sempre gostam de contar sua ascensão em relação aos pais e como conseguem agora ter acesso à uma vida mais “moderna”.

A pessoa que trabalha “tirando ponta de linha”, eu tenho certeza que tem a vida muito melhor do que era no sítio. Eu conheço um rapaz de uma cidade aqui perto que chama Alagoinhas, ele fala assim, que quando ele chegou, só pra tirar ponta de linha, ele ganhava 80 reais por semana e isso era o que ele ganhava lá no sítio por mês, então ele não vai querer jamais voltar pra lá. Ele pode ir lá pro sítio dele, tipo eu vou pro meu, passar o final de semana e depois voltar, mas pra ficar ele não fica mais não. (Albaniza, 24 anos, pequena confeccionista).

O que está em jogo com a entrada do SEBRAE e da organização das associações dos empresários maiores nos parece ser claro: investir em uma narrativa sobre a necessidade da “modernização” da produção, o que consiste na racionalização da administração das unidades domésticas, de modo a direcioná-las para um cálculo econômico específico que “otimize” a produção e aumente a taxa de lucro. Além dessa nova forma de racionalização do processo de produção, o SEBRAE, assim como políticos e empresários da região, insistem em um discurso que procura explicar a economia agrestina através de um processo histórico que se inicia com a formação do mercado de confecções de forma “autônoma”, “empírica” e “ingênua” e se transforma a partir da década de 1990, quando se inicia uma ação de “modernização” da produção através de diversas intervenções destes atores, que buscam, segundo o próprio SEBRAE, “conferir uma lógica mais moderna e organizada à cultura empreendedora do agrestino”, produzindo assim uma narrativa histórica do “empreendedorismo local”.

Em um livro financiado pelo SEBRAE, chamado “*Caminhos do desenvolvimento: Uma historia de sucesso e empreendedorismo em Santa cruz do Capibaribe*”, o autor Bruno

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

Bezerra, que é também empresário local de sucesso, afirma que “[...] as consultorias empresariais; a racionalização do processo produtivo com o curso ‘Organização e controle da produção’, a implantação de programas de qualidade total, e etc [...]” marcaram “o início de um processo de evolução da economia local.” (BEZERRA, 2004, p.34-35).

Para os “empresários” das confecções o que é realmente valorizado em seu discurso é a condição de “administrador”, a relação com o sistema bancário, com as negociações financeiras, são as consultorias e rodadas de negócio que os “capacitam” para o mercado e, ao mesmo tempo, fortalecem simbolicamente suas identidades diante da comunidade. Quando conversávamos sobre sua trajetória, Zenivaldo, assim como vários empresários repetia a decisiva relação entre ser “santa-cruzense” e, diferente dos pequenos produtores migrantes, e ser um empresário de sucesso no mundo da confecção.

Você sendo santa-cruzense, vendo tudo acontecer e não querer pra você também esse sucesso? Só se não tiver sonho, não tiver visão ou não querer mesmo. Uns não querem porque não querem mesmo, porque não tem visão, a mente é fechada é pequena, não sei por que estão no comércio. (Zenivaldo, 43 anos, empresário das confecções).

Como reforça Mário Cesar Lins, gerente do “Projeto de Desenvolvimento do Polo de Confecções do Agreste” do SEBRAE: “Tudo isso está relacionado com a mudança de cultura e de atitude do empresário e é essa mudança que estamos buscando para melhorar a economia da região”⁷. A “mudança de cultura” da qual se refere o gerente do SEBRAE, é uma tônica central nos discursos destes agentes da “modernização” da economia local. Mudar a “cultura”, nessa chave, é mudar um modo de pensar e agir economicamente. Para estes agentes, não basta investir apenas nas transformações de ordem técnica mas sobretudo, é preciso que haja uma mudança no modo de pensar e organizar a economia.

Os pequenos produtores de confecções, oriundos das regiões rurais e anteriormente envolvidos com a pequena produção agrícola, constituem suas unidades familiares de produção a partir da experiência do trabalho familiar e das estratégias diversas na relação com o mercado, muitas vezes com bastante sucesso. Não são, portanto, avessos à dinâmica do lucro e do “negócio” – como muitas vezes afirmam os agentes do SEBRAE e os empresários locais - mas operam a partir de um cálculo econômico que não cinde a esfera da reprodução e

⁷ Entrevista concedida à agência SEBRAE de noticiais: Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?noticia=2032567&canal=40>>. Acesso em: 13 abr. 2011.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

do consumo doméstico da esfera produtiva das confecções. Deparamos-nos com redes informais da economia popular: os significados estratégicos do trabalho assalariado que é acionado pelos atores apenas como garantia de um capital inicial para a confecção própria, as estratégias para lidar com a sazonalidade da feira, as práticas de reaproveitamento de materiais, a utilização da mão de obra familiar e da mão de obra de “parentes”, o uso de recursos provenientes dos “sítios” para a capitalização inicial, a relação de fidelização estabelecida com os clientes da feira.

Porque o que acontece? Você chega e não tem nenhuma estrutura pra confeccionar, mas você tem credibilidade, tem amigos que tem confecção, esse tipo de coisa. Aí você aluga um box daquele ali e começa a pegar confecção minha, sua, dos amigos, e começa a revender, aí você vai pra feira, começa a trabalhar, começa a ganhar dinheiro e de repente você começa a criar sua estrutura, já compra a máquina, pega a mercadoria de outros mas já começa a fazer a sua também, aí em pouco tempo a coisa engrena ... É muito difícil você encontrar uma estrutura que oferece esse tipo de oportunidade. (Antônio, 40 anos, confeccionista e diretor de feiras da prefeitura).

A “feira da sulanca” que se localizava no centro da cidade era quase uma extensão da casa das pessoas que vendiam na feira. Estar localizada próximo do lugar da moradia permitia com que os produtores, por exemplo, comessem a comida que elas mesmas preparavam em suas casas. A extinção da feira e em consequência a construção de um “parque de vendas” afastado do centro da cidade, tem um sentido muito particular. Como diz o prefeito e realizador do projeto: “criar um lugar próprio para a comercialização dos produtos”, e desta forma, em nossa opinião, separar definitivamente o espaço da “economia” do espaço da vida cotidiana, do “fazer” doméstico. Se antes a feira era parte orgânica da vida das pessoas, misturada com a dinâmica da cidade, agora ela vai para um lugar distante para que se possa marcar a separação entre a vida e a economia. Ainda sim a dinâmica da feira e a relação direta entre produtor e mercadoria continuam sendo o motor fundamental da economia da *sulanca*.

Pensamos que a divisão operada pelo SEBRAE e por muitos economistas que ainda hoje defendem como inviável o modelo da pequena produção familiar, separando uma economia “moderna” de um lado e uma forma de produção “tradicional” de outro, não se realiza efetivamente na prática do Polo de Confecções do Agreste. Os maiores empresários, que hoje já incorporam o discurso de “modernização” do SEBRAE (com o qual pretendem se

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

diferenciar dos “pequenos produtores de fundo de garagem”) não deixam de contar com as redes de parentesco para a manutenção de suas empresas, nem abrem mão dos privilégios decorrentes de seu “prestígio” junto à comunidade e aos outros comerciantes, como condições facilitadas na compra de matérias primas ou isenção fiscal da prefeitura para suas fábricas permanecerem na cidade. Os pequenos produtores, por sua vez, também elaboram estratégias econômicas a partir das condições materiais que possuem e de fato, na maior parte das vezes, conseguem se manter competitivos no contexto da configuração produtiva do agreste das confecções.

Os pequenos produtores continuam em condições de competir com os maiores empresários devido a dois fatores importantes, a saber, a feira enquanto espaço central de venda das confecções e o perfil da maioria dos fregueses que frequenta a feira. A elite econômica e política da cidade buscou modernizar a comercialização da *sulanca*, a partir de um projeto que transformaria a feira em um shopping. Entretanto, apesar da mudança física – a feira deixou as ruas do centro da cidade em direção a um parque de vendas relativamente isolado e construído especialmente para receber os vendedores e compradores – o caráter livre e direto da antiga feira se impôs. Ademais, o público comprador, em sua maioria, ainda é de sacoleiros ou pequenos comerciantes que revendem as peças em feiras do interior do Nordeste para uma população de baixo poder aquisitivo.

A manutenção do preço baixo é condição necessária para o êxito da economia da *sulanca*. Se os maiores empresários recorrem à isenção fiscal junto à prefeitura ou possuem acesso a fornecedores que garantem a matéria prima com melhor preço, os pequenos produtores acionam a exploração da mão de obra familiar e as redes de “ajuda”, na mesma medida em que continuam resistindo ao projeto de “formalização” de suas unidades produtivas, oferecido pelo SEBRAE, pois acreditam que não é “racional” pagar imposto ao “governo” se o mesmo não oferece nada em troca.

Os agentes que formam a elite econômica preferem se definir como “administradores” ou “empresários”, a fim de demarcar a cisão entre a produção doméstica e familiar (desvalorizada) e o sucesso nos “negócios”. De fato, em suas trajetórias, eles buscaram desde o início terceirizar a produção das confecções, se afastando assim do processo produtivo. Já para os pequenos produtores confeccionistas, especialmente as mulheres costureiras, a relação com a produção é constituinte da legitimidade do “trabalho”. Para eles, “lucrar sem trabalhar”

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

não é legítimo, sendo muitas vezes visto como uma “trapaça”. Nessa chave o trabalho é sempre entendido como a relação com o processo de produção, ainda que a busca pelo lucro não esteja de forma alguma excluída de seu conjunto de interesses.

O que tentamos mostrar a partir do estudo de caso que realizamos no agreste pernambucano foi a diversidade de estratégias econômicas construída por dois grupos distintos, duas maneiras diferentes de lidar com o mercado e com a economia e que só podem ser entendidas a partir das trajetórias e experiências desses sujeitos e pelos valores que os orientam.

A novidade neste processo é a associação com o SEBRAE, que oferece parcerias, consultorias, rodadas de negócio, e crédito desde a década de 1990, o que possibilitou entre outras coisas, o constante acesso a empréstimos e financiamentos, ampliando os investimento em maquinarias e o acesso a novos mercados consumidores no “sul” do país. A ideia de “racionalização” ou “modernização” veiculada pelo SEBRAE e disseminada a partir das associações empresariais da cidade opera com a crença de que o mercado e a “administração dos negócios” precisam ser esferas separadas da vida cotidiana, da casa e da família, elementos “tradicionais” que favorecem uma “cultura da sobrevivência” e não do “mercado.” Porém, o que encontramos foi uma dinâmica econômica intrinsecamente vinculada à comunidade, à família, à ideia de “conhecimento” e prestígio social, presente entre os “empresários” e também entre os pequenos confeccionistas.

Estando Santa Cruz do Capibaribe e toda a região do entorno, muito intensamente envolvida em uma determinada economia – a produção de vestuário – aspectos dessa economia acabam sendo centrais no universo social e simbólico destas pessoas. A “moda”, o “moderno”, o “bom gosto”, “criatividade”, acabam sendo peças fundamentais de disputa no repertório dos agrestinos, e em consequência algumas questões colocadas por eles nos parecem bastante dignas de reflexão, tais quais: a relação que eles estabelecem com a “moda do sul”, suas fontes de criatividade para elaborarem constantemente novos modelos, a afirmação constante de um senso “moderno” na escolha dos nomes das marcas, na elaboração de um novo modelo e etc. Como diz o slogan do *Moda Center*, que é reafirmado por todos : “Preço de Fábrica, qualidade de shopping”.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

Para ilustrar o universo desse repertório, que afirmo, não é privilégio dos maiores produtores – os empreendedores – mas compartilhado entre quase todos, achamos interessante inserir aqui este cordel de 1985 que circula por Santa Cruz:

Sulanca

**A cidade de Santa Cruz
em uma fábrica se transformou.
A rede Globo esteve aqui,
e para o Brasil anunciou
o progresso da cidade,
do nosso interior.**

**É uma fábrica de confecções.
O seu nome veio mudar
para o nome de sulanca.
Tornando-se um nome popular,
está ao alcance de todos
pra quem quer negociar.**

**É uma fábrica moderna.
Não há poluição no ar.
Não há patrão ou gerente
para administrar.
As famílias trabalham pra si
dentro do seu próprio lar.**

**Um verdadeiro formigueiro,
dia e noite a trabalhar,
aumentando a produção
para distante negociar,
em Pernambuco e todo Nordeste,
e até Belém do Pará.**

Pedro Prudêncio de Carvalho – Recife/1985

Como podemos notar alguns elementos que povoam o universo simbólico da *sulanca* estão presentes neste cordel: a ideia de progresso, de “moderno”, o trabalho familiar e a ausência de patrão. A confecção de “moda” coloca em questão mais do que um sistema específico de trabalho e de produção, mas envolve uma experiência criativa da produção, a circulação de informações estéticas, concepções à cerca do que é “feminino”, “masculino”,

REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara, v.5, n. 1, jul/dez. 2012.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

“bonito” e “feio”, “moderno” e “ultrapassado”, todas estas percepções são partes importantes do processo de produção e encontram-se em disputa.

Em *Costumes em comum: Estudos sobre a cultura popular tradicional*, Thompson elabora alguns apontamentos sobre o costume ou cultura dos trabalhadores no século XVIII, momento chave da expansão capitalista industrial. Em uma análise rica de dados históricos, Thompson nos mostra como a cultura tradicional, neste momento histórico, representou resistência ao avanço capitalista:

A cultura conservadora da plebe quase sempre resiste, em nome do costume, às racionalizações e inovações da economia [...] que os governantes, os comerciantes ou os empregadores querem impor [...]. A inovação do processo capitalista é quase sempre experimentada pela plebe como uma exploração. (THOMPSON, 1998, p.14).

O conjunto do que constitui o costume, para Thompson, é o que constrói a “Economia Moral”. A “economia moral” pode ser lida desta forma como o conjunto de crenças e práticas referentes à tradição de uma certa comunidade, o que é considerado legítimo em relação à obrigações sociais, regras de sociabilidade mais gerais que formam uma ideia consensual de “bem estar” comum. Os motins do começo do século XVIII eram então tentativas de salvaguardar estes valores tradicionais, dos quais eram cada vez mais atormentados pelos novos valores de mercado. Thompson inseria-se assim em um esforço teórico importante, qual seja, a de perceber a importância de atentarmos para o que ele chamou de “mentalidades”, tradições e expectativas que estão colocadas na vida dos trabalhadores e como essa cultura é importante para entender o capitalismo e sua penetração.

No entanto, apesar de estarmos de acordo com as preocupações de Thompson sobre o papel central da “cultura” do trabalhador na formação de processos históricos, pensamos, que no caso dos trabalhadores do agreste pernambucano a oposição tradição *versus* modernidade, nos termos da resistência que uma apresenta à outra, parece não dizer muito sobre a complexidade de relações e representações que ali se configura na medida em que todos, de certa forma, querem ser modernos, mas sem abrir mão de suas práticas e valores.

Conversei com muitas pessoas, que no processo de transferência da feira da *sulanca* para o *Moda Center*, foram excluídas do novo parque por não terem capital para financiar ou mesmo alugar um “Box”. Como comentei anteriormente, essas pessoas deslocaram-se para

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

uma nova “feira da sulanca” situada atrás do *Moda Center*, onde as condições, denunciadas por elas mesmas, são bastante precárias: o calor é “infernado” nos dias quentes e nos dias chuvosos não há nenhuma proteção eficaz contra a chuva, fora a poeira que invade as barracas e as pessoas, a falta de banheiros e etc.

Para essas pessoas, perguntava o que elas achavam da construção do *Moda Center* e de fato elas me diziam que tinha sido ruim para “os mais pobres”. No entanto, da mesma forma que elas identificavam essa desvantagem e a condição de injustiça que elas foram submetidas, elas também compartilhavam com todo imaginário construído em torno dos significados do *Moda Center*. O relato de Gautier, 23 anos, mecânico de máquinas de costura, cuja família possui uma pequena confecção que é vendida no chamado “calçadão”, representa muito dessas contradições:

Aqui ainda o que reina é a coisa dos coronéis: foram eles que construíram o *Moda Center*. Foi ruim pros mais pobres, né? [...] Até dez anos atrás, Santa Cruz era conhecida como capital da sulanca. Hoje não! Hoje é a capital das confecções, porque pra estar no mercado hoje, tem que ter padrão, tem que ter qualidade. O maquinário é de última linha, a gente tá sempre procurando se modernizar ao máximo [...]. É como a propaganda do *Moda Center* diz: Preço de fábrica, qualidade de shopping! [...] O sucesso da região é por causa do povo aguerrido, que enfrentou muitas dificuldades devido a região, porque aqui a gente é seco, a agricultura não dá certo não! [...] A gente costuma dizer que Santa Cruz é a Califórnia brasileira: se você tem um sonho, aqui você consegue!

De fato, o “sucesso”, “modernidade”, “progresso” conquistados através da *sulanca* são signos de orgulho para todos ainda que a partir de valores e modos diferentes de lidar com o mercado, a modernidade é apropriada por eles não só simbolicamente como a partir de suas práticas econômicas: a roupa que se produz é “moderna” assim como o modo de vida e acesso ao mercado de consumo possibilitado pela confecção de roupas. A narrativa da modernização, tão presente em Santa Cruz, é entendida e apropriada de diferentes formas. Se para o SEBRAE/SENAI e para o Zenivaldo, ser moderno significa essencialmente ter a empresa formalizada e operar na lógica da racionalização da produção, para Albaniza e inúmeros pequenos produtores, produzir roupas modernas tem relação com ter acesso às novas informações possibilitadas pela vida na cidade e por conseguir se estabelecer em uma ocupação não agrícola onde podem “comprar coisas”, como costumam dizer os mais jovens. Aos poucos, as pessoas permanecem construindo estratégias, estabelecendo redes,

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

associando-se, lutando por um espaço e pela legitimidade de seu espaço ainda que a “modernidade” seja elemento central no discurso de legitimação da elite local para se contrapor aos pequenos produtores.

Em Santa Cruz quase todos querem contar que a *sulanca* é consumida no “sul”, que a moda do agreste é vendida dos shoppings de São Paulo, uma forma de adentrar em uma modernidade que a eles sempre foi negada:

Não tem progresso nenhum que chegue igual à Santa Cruz. O progresso aqui é que todo mundo trabalha. O sertão da Paraíba tá todinho aqui trabalhando. Porque aqui tinha muita dificuldade, não tem chuva não. Mas agora aqui é o lugar do progresso, quem quer ganhar dinheiro aqui em Santa Cruz ,ganha [...] Você chega em São Paulo, quem mora lá não sabe, mas as roupas das lojas, eles só mudam as etiquetas, é tudinho daqui e eles botam as etiquetas lá das boutiques (risos). (Seu Dedé, pequeno confeccionista).

No entanto, se o “moderno” é algo que todos compartilham e desejam compartilhar, não é homogênea nem unilateral a forma pela qual se adentra nesse projeto de moderno. A oposição construída pelo discurso dominante entre os “empresários modernos” e os “pequenos produtores tradicionais” é cotidianamente manipulada por estes últimos: migrantes das áreas rurais que se deslocam e elaboram estratégias justamente orientadas pela expectativa da modernidade prometida por um mercado dinâmico que oferece a possibilidade da manutenção da produção familiar e ao mesmo tempo o acesso à vida urbana, expectativa mais fortemente nutrida pela juventude rural.

Ficamos assim com as preposições de Thompson (1998) que nos mostra os processos de disputas e de negociações entre forças desiguais, mais do que em uma relação de dominação e resistência simplesmente. A “Economia Moral”, no entanto, nos parece ainda boa para pensar a tensão constante entre a moral do mercado e a moral que orienta a vida e crença mais comuns das pessoas, em um processo que não necessariamente a moral do mercado oblitere completamente e vença as especificidades culturais, mas nos parece aqui frutífero pensar como essas especificidades culturais também moldam a moral do mercado.

Ao contrário do que sugere a ideia de “empreendedorismo”, do indivíduo com iniciativa, descobrimos que todos os maiores empresários possuem vínculos comunitários essenciais, pois são todos “filhos de Santa Cruz do Capibaribe”, oriundos de famílias do ramo

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

das confecções e do comércio e que ainda hoje acionam e se utilizam das redes de “conhecimento” e parentesco na organização e funcionamento de suas empresas.

Desta forma, o capitalismo que adentra o agreste pernambucano é questionado constantemente pela sua demanda por formalização dos contratos tradicionais de confiança, pela defesa do trabalho assalariado e a consequência relação patrão-empregado que ele gera. Em contrapartida, o “progresso” é uma noção capturada por eles para legitimar o “sucesso” que eles mesmos produziram afim de superar as imposições naturais da seca, e o próprio “fazer moda”, os situa em uma condição de protagonismo e modernidade em relação ao “sul”, e assim, as reivindicações pela manutenção da “tradição” parecem à eles não fazer sentido.

O desenvolvimento do capitalismo e a inserção de novas ideias à respeito da organização da produção no agreste Pernambucano parecem fornecer todo um repertório de práticas e de significados. No entanto, percebemos que este repertório é apropriado de diferentes formas: a palavra “mercado”, por si mesma, parece remeter a tantos significados diferentes que se torna difícil saber o que eles querem dizer quando falam de “mercado” sem nos atentar para os contextos específicos que a palavra está sendo usada, assim como o termo “modernidade”. São os “modos nativos de orquestrar” as transformações provocadas pela difusão das relações capitalistas, como analisou Sahlins (1997).

Por fim, achamos relevante analisar o modo de produção e as formas de organizar as estratégias econômicas não porque entendemos as pequenas produtoras apenas como um *pool* de força de trabalho, conforme criticou Woortmann (1990) em seu ensaio de combate às análises economicistas do campesinato. Pretendemos nesta pesquisa, ao contrário, dialogar com modos de produção da vida e modos de produção de seus significados, sobretudo porque pensamos que a vida econômica não está de maneira nenhuma apartada da vida social e simbólica. Como diria Sahlins (2007, p.181), “[...] os homens não fazem apenas ‘sobreviver’: eles sobrevivem de maneira específica.”

"HERE IS THE PLACE OF PROGRESS": PRODUCING CLOTHES AND MEANINGS IN DISPUTE BY THE CONFECÇÕES DO AGRESTE MODERNITY

ABSTRACT: *This paper will discuss some issues related to the new dynamics of transformation of work and the economy in northeastern Brazil, a region called “Agreste Pernambucano”. The research I do is about the so-called “Polo de Confecções do Agreste Pernambucano”, a region that is emerging on the national scene by having very high rates of economic growth based mainly on*

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

household production of clothes. Here is a reflection on the socio-productive configuration from the economic strategies, values and expectations of two distinct groups who are immersed in the Agreste Pernambucano productive arrangement: the small family producers of clothes who coming from the countryside on one side and on the other those that constitute the economic elite of clothing, "sons of the land", whose identity is with their own city of Santa Cruz and with the commercial practice. However, from the 1990's some actors, such as SEBRAE with the political elite and great local entrepreneurs have been investing in mechanisms of "modernization" of this household economy, presenting narratives in favor of organizing the local market through the "modernization" of the production process and the formalization of domestic units in order to search the rationality of the profit. We will analyze here the contacts and conflicts between these two economic experiences, namely, that the typical household production and on the other side the entrepreneurs economic organization.

KEYWORDS: Household production. Market. Ready-made article clothing. Northeastern.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. C. **A terra e o homem no Nordeste**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- APPADURAI, A. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, A (Org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008. p.15-88.
- ARAÚJO, C.; PEREIRA, C. A indústria de confecções em Pernambuco: impactos e oportunidades em um cenário pós-ATC (Acordo sobre Têxteis e Confecções). In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 13., 2006, Bauru. **Anais...** Bauru: UNESP, 2006. p.1-12.
- BEZERRA, B. **Caminhos do desenvolvimento: uma história de sucesso e empreendedorismo em Santa Cruz do Capibaribe**. São Paulo: Edições Inteligentes, 2004.
- BRAUDEL, F. **Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV-XVIII**. São Paulo: Martins Fontes, 2009. v.2.
- CAMPELO, G. M. C. **A atividade de confecções e a produção do espaço em Santa Cruz do Capibaribe**. 1983. 157f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1983.
- FUNDAJ. **O pólo de confecções de Toritama: análise das relações de trabalho e da informalidade**. Relatório de Pesquisa. Recife, dez. 2008. Não publicado.
- GARCIA JÚNIOR, A. **O Sul: caminho do roçado: estratégias de reprodução camponesa e transformação social**. São Paulo: Marco Zero; Brasília: Ed. da UnB, 1990.
- _____. **Libertos e sujeitos: sobre a transição para trabalhadores livres do nordeste**. São Paulo: ANPOCS, 1988. Disponível em:

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

<http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_07/rbcs07_01.htm>. Acesso em: 13 abr. 2011.

GEERTZ, C. Suq: the bazaar economy in Sefrou. In: GEERTZ, C. et al. **Meaning and order in Moroccan society**: three essays in cultural analysis. New York: Cambridge University Press, 1979. p.123-313.

GOMES, S. C. **Do comércio de retalho à feira da sulanca**: uma inserção do migrante em São Paulo. 2002. 226f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

HEREDIA, B. **A morada da vida**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. Censo demográfico: Indicadores Cidades: 2007; 2008; 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 5 mar. 2010.

LIMA, C. J.; SOARES, M. J. B. Trabalho flexível e o novo informal. **Caderno CRH**, Salvador, n.37, p.163-180, jun./dez. 2002.

LIRA, S. Os aglomerados de micro e pequenas indústrias de confecções do Agreste/PE: um espaço construído na luta pela sobrevivência. **Revista de Geografia**, Recife, v.23, n.1, 2006. Disponível em: <<http://www.revista.ufpe.br/revistageografia/index.php/revista/article/view/65/25>>. Acesso em: 13 abr. 2011.

LYRA, M. Sulanca X muamba: rede social que alimenta a migração de retorno. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v.19, p.144-154, 2005.

MENDONÇA, C. C. **Indústria sem chaminés**: feira da sulanca em Caruaru: construções históricas e questões socioeconômicas. 2006. 75f. Monografia (Bacharelado em História) – Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Catanduva, Caruaru, 2006.

MENEZES, M. **Da Paraíba para São Paulo e de São Paulo para a Paraíba**. 1985. Dissertação (Mestrado em Sociologia Rural) – Universidade Federal da Paraíba. Campina Grande, 1985. Paginação irregular.

MINTIZ, S. P. **Haitian Personal economic relations**: patterns of land utilization. Seattle: V. Garfield, 1961. p.54-63.

OLIVEIRA, R. V. **O pólo de confecções do agreste de Pernambuco**: ensaiando uma perspectiva de abordagem. João Pessoa, 2011. Não publicado.

RAPOSO, M.; GOMES, G. **Estudo de caracterização econômica do pólo de confecções do Agreste de Pernambuco**. Recife: FADE, 2003.

“Aqui é o lugar do progresso”: produzindo roupas e significados na disputa pela modernidade das confecções do Agreste

SAHLINS, M. **La pensée bourgeoise**: a sociedade ocidental como cultura. Cultura na Prática. Rio de Janeiro: EDUFRRJ, 2007.

_____. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um objeto em via de extinção (Parte I). **Mana**, Rio de Janeiro, v.3, n.1, p.41-73, 1997.

SILVA, S. R. **A juventude na "sulanca"**: os desafios da inserção no mundo do trabalho em Taquaritinga do Norte – PE. Campina Grande: Ed. da UFCG, 2009.

THOMPSON, E. P. A economia moral da multidão inglesa no século XVIII: economia moral revisitada. In: THOMPSON, E. P. **Costumes em comum**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

UFPE. Estudo de caracterização econômica do pólo de confecções do Agreste Pernambucano. Recife, 2003. Relatório final apresentado ao SEBRAE-PE.

WOORTMANN, K. Com parente não se ‘neguceia’: o campesinato como ordem moral. **Anuário Antropológico**, Brasília, p.11-73, 1990.