



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Marcio Gomes de Sá

**Os filhos das feiras e o campo de
negócios agreste**





Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Marcio Gomes de Sá

Os filhos das feiras e o campo de negócios agreste

Tese de Doutoramento em Sociologia

Trabalho realizado sob a orientação do
Professor Doutor Carlos Gil Correia Veloso da Veiga
e do
Professor Doutor Albertino José Ribeiro Gonçalves

maio de 2015

Nome:

Marcio Gomes de Sá

Endereço electrónico: marciodesa@gmail.com

Título:

Os filhos das feiras e o campo de negócios agreste

Orientador(es):

Professor Doutor Carlos Gil Correia Veloso da Veiga
e Professor Doutor Albertino José Ribeiro Gonçalves

Ano de conclusão: 2015

Designação do Doutoramento:

Tese de Doutoramento em Sociologia

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE APENAS PARA
EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO
INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, ___/___/_____

Assinatura: _____

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração da presente tese. Confirmo que em todo o trabalho conducente à sua elaboração não recorri à prática de plágio ou a qualquer forma de falsificação de resultados.

Mais declaro que tomei conhecimento integral do Código de Ética da Universidade do Minho.

Universidade do Minho, ___/___/___

Assinatura: _____

Marcio Gomes de Sá

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), pela concessão do afastamento que permitiu minha dedicação integral ao doutoramento.

Aos Professores Carlos Gil Correia Veloso da Veiga e Albertino José Ribeiro Gonçalves, tanto pelo aceite de minha orientação como pela liberdade e confiança com a qual contei durante a elaboração desta tese. Ao Prof. Carlos devo um agradecimento a mais, pelo estímulo ao longo da jornada, entendimento de minhas demandas e acolhida nos períodos em que fiz morada em Braga.

Ao Programa Erasmus e aos Serviços de Relações Internacionais (SRI) da Universidade do Minho, pela concessão de bolsas e viabilização de dois períodos de mobilidade internacional na Itália e na Irlanda.

Na Alma Mater Studiorum-Università di Bologna, ao Professor Marco Santoro por preciosas indicações bibliográficas em sociologia bourdiesiana.

No Trinity College-University of Dublin, ao Professor Daniel Faas pela disponibilização de uma infraestrutura de trabalho apropriada para a redação da tese.

No Brasil, aos meus pais, José e Josete Sá, pelo imenso suporte e afeto também ao longo deste período. À Taíza Maria, minha esposa e companheira de todo o doutoramento, pela interlocução, revisão de capítulos e por algumas das fotos ilustrativas. Ao Professor e amigo Pedro Lincoln, pela influência marcante e decisiva em minha formação humana, acadêmica e nos rumos dados a este trabalho. À Professora e amiga Maria José de Matos Luna, pelo apoio na UFPE. Ao Professor e amigo Veridiano Santos, pela riqueza de nossos debates sobre a história contemporânea agrestina. À Professora Cristina Carvalho (UFRGS), pela atenção e leitura de uma primeira versão do capítulo um. Às pessoas que me ajudaram nos municípios do Agreste pernambucano pelos quais transitei ao longo da pesquisa de campo, principalmente àquelas que dedicaram algum tempo às nossas conversas e entrevistas, indicaram ou me apresentaram informantes e contatos importantes, ou mesmo me disponibilizaram informações e fotos. Como esta lista é grande e parte dela não pode ser revelada (para que a identidade dos entrevistados se mantenha sob sigilo), o que me resta é registrar imensa e sincera gratidão mesmo sem nominá-los individualmente. Sem a solidariedade de cada um de vocês, tudo teria sido muito mais difícil.

Os filhos das feiras e o campo de negócios agreste

Resumo: Na região Nordeste do Brasil, mais especificamente numa parte da microrregião denominada Agreste (estado de Pernambuco), um meio rural historicamente interligado por feiras de rua, realizadas nos seus pequenos e médios centros urbanos, vem sendo conformado por meio de mudanças e continuidades ao longo das últimas décadas. Se, por um lado, sua dinâmica cultural, social e econômica local se conecta cada vez mais ao mercado contemporâneo, por outro, a herança da tradição rural, comercial e interiorana continua a se fazer presente no modo de vida e de trabalho dos seus habitantes. Feiras de rua específicas foram coletivamente criadas (as feiras da sulanca) e seguidas pelos grandes centros comerciais dedicados ao comércio de confecções, as fabriquetas domésticas, logo com seus trabalhadores, as empresas nas quais algumas dessas fabriquetas se transformaram, assim como seus proprietários, enfim, o que aqui se entende como agreste das confecções reflete um tanto daquelas mudanças e continuidades. Neste lugar, pessoas que viveram em meio a atividades agrícolas, de feiras de rua, de pequenos comércios familiares, inclusive fabriquetas domésticas de confecções e hoje possuem negócios de produção e comercialização de confecções, estão numa faixa etária entre 30 e 50 anos, a maioria sem ter completado sequer o equivalente ao ensino médio, ou menos que isso. A partir do construtivismo inerente à sociologia bourdiesiana e de seus instrumentos de pensamento, esta tese apresenta uma compreensão sobre a condição contemporânea daquelas pessoas e de seus negócios, ambos evoluídos a partir de uma história coletiva local. Argumenta-se que a partir e por meio de tal legado coletivo incorporado pelo *habitus* feirante, signos distintivos socioculturais, para além dos econômicos, diferenciam pessoas e seus negócios ao comporem um campo específico, irradiado a partir das cidades-eixo: Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama. Ao mesmo tempo, heranças comuns permanecem e os fazem semelhantes noutros aspectos no curso deste processo de incorporação cultural protagonizado pelos proprietários de tais negócios, os filhos das feiras, e no modo como constituem o campo de negócios agreste. Elaborada a partir do confronto de amplo material empírico primário com a sociologia bourdiesiana, a tese é proposta como uma interpretação contextualizada deste conjunto de pessoas e negócios.

The children of fairs and the *agreste* business Field

Abstract: In Northeast Brazil, more specifically in a part of a microregion called Agreste (State of Pernambuco), a rural context historically integrated by street fairs in small and medium urban places has developed and undergone structural changes over the last decades. If, on a hand, the local, cultural, social and economic dynamics increasingly connects to contemporary market, on the other hand, a heritage of rural, commercial and provincial tradition continues to be present in living and working conditions of some inhabitants of Agreste. Some particular street fairs, the *sulanca*'s fairs, were created collectively and so on followed by large shopping centers dedicated to trading ready-to-wear clothes, domestic small factories and then with a hired personnel, firms – many changed from those domestic factories – as their owners themselves. So, what is understood here as the *agreste* of confections reflects both changes and continuities. In this place, people who have lived amidst agricultural activities, street fairs, small family businesses or domestic factories and have already managed business of production and commerce of ready-to-wear clothes for years nowadays are aged between 30 and 50 and didn't complete the equivalent of high school or even less. Starting from the constructivism inherent to Bourdieusian sociology and its instruments of thought, this thesis presents an understanding of the contemporary condition of that people and their businesses, both evolved from this local, collective history. It is argued that from and through such collective legacy incorporated by the Merchant *habitus*, sociocultural distinctive signs, beyond the economic ones, differentiate them and their businesses while they all compose a specific Field irradiating from axis-cities: Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe and Toritama. At the same time, common heritages remain and make them similar in other aspects along this process of cultural incorporation which is performed by the business owners, children of fairs, in the way they constitute the *agreste* business field. Drawn from the confrontation of large primary empirical material with Bourdieusian sociology, the thesis is proposed as a contextualized interpretation of this cluster of people and business.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO | 11 |
| CAPÍTULO 1. UMA ESTRATÉGIA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA FIEL AO CONSTRUTIVISMO BOURDIESIANO | 29 |
| 1.1 Epistemologia e método de construção do objeto | 30 |
| 1.1.1 Origens das concepções epistêmicas | 30 |
| 1.1.2 Das classes sociais na Argélia ao espaço social como metaobjeto | 34 |
| 1.1.3 Lição da maturidade..... | 38 |
| 1.2 A teoria como prática e seus instrumentos..... | 44 |
| 1.2.1 Teoria: uma prática social como outras | 45 |
| 1.2.2 Noções elementares: <i>habitus</i> , campo e capital | 47 |
| 1.3 Uma interpretação pragmática: <i>modus operandi</i> como linguagem | 61 |
| 1.3.1 Sobre Investigações Filosóficas..... | 63 |
| 1.3.2 O que dizer sobre o <i>modus operandi</i> de Pierre Bourdieu a partir do segundo Wittgenstein? | 65 |
| 1.4 Como foi feita esta tese? | 69 |
| 1.4.1 Preparação e esclarecimento do candidato | 70 |
| 1.4.2 O roteiro, a escolha dos entrevistados e a presença da estrutura da tese | 72 |
| 1.4.3 Em busca de uma análise capaz de produzir entendimento..... | 78 |
| 1.4.4 Sobre a lógica e as sensações da análise..... | 84 |
| CAPÍTULO 2. UMA TERRA EM CONFECCÃO: GÊNESE DE UMA ATIVIDADE CAPITAL NO INTERIOR DO NORDESTE BRASILEIRO | 87 |
| 2.1 Condições de emergência | 89 |
| 2.1.1 Geografia, história coletiva local e contexto | 90 |
| 2.1.2 O papel central do comércio de feira de rua | 97 |
| 2.1.3 A família de raízes rurais e sua dimensão estratégica..... | 102 |
| 2.1.4 Por entre laços e fluxos, gente e retalhos..... | 105 |

| | |
|--|------------|
| 2.2 A formação do eixo e a repercussão no entorno | 110 |
| 2.2.1 Casas de máquinas e a Feira da Sulanca em Santa Cruz | 114 |
| 2.2.2 A sulanca na Feira de Caruaru e a produção suburbana | 119 |
| 2.2.3 O <i>boom</i> do <i>jeans</i> em Toritama..... | 123 |
| 2.2.4 Massificação e expansão regional da atividade | 129 |
| 2.3 O agreste das confecções no novo milênio | 133 |
| 2.3.1 Centros de vendas, avanços mercadológicos e contemporaneidade da feira.... | 135 |
| 2.3.2 Demais atores chave | 146 |
| 2.3.3 Para além da sulanca e da marca “polo” | 153 |
| 2.3.4 Dorival: sulanqueiro, empresário ou mais um filho das feiras?..... | 157 |
| | |
| CAPÍTULO 3. OS FILHOS DAS FEIRAS E O CAMPO DE NEGÓCIOS | |
| AGRESTE | 165 |
| | |
| 3.1 Modos de incorporação cultural dos filhos das feiras | 169 |
| 3.1.1 Um <i>habitus</i> comum? | 172 |
| 3.1.2 Manter e modificar a feira em si | 177 |
| 3.1.3 Investir-se no negócio | 183 |
| 3.1.4 Tornar-se ou não uma “empresa”? | 189 |
| | |
| 3.2 O campo de negócios agreste | 194 |
| 3.2.1 O que pode ser elaborado como capital neste campo interiorano? | 196 |
| 3.2.2 Recursos diferenciadores no mercado local | 200 |
| 3.2.3 Traços distintivos dos proprietários | 214 |
| 3.2.4 Configuração do campo e posições ocupadas | 226 |
| | |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 249 |
| | |
| REFERÊNCIAS | 259 |

Introdução

*Um quadro começa a ser pintado
Quando se acredita conhecer minimamente suas cores
Para delas fazer mistura em tinta
Pincel e pintor até podem vir dalgures
Mas esta aquarela há de ser agrestina*

Na região Nordeste do Brasil, mais especificamente numa parte da microrregião Agreste do estado de Pernambuco, um meio rural historicamente interligado por feiras de rua, realizadas nos pequenos e médios centros urbanos locais, vem sendo conformado por meio de mudanças e continuidades ao longo das últimas décadas. Se, por um lado, a dinâmica cultural, social e econômica local se conecta cada vez mais ao mercado capitalista contemporâneo, por outro, a herança da tradição rural, comercial e interiorana continua a se fazer presente no modo de vida e de trabalho dos seus habitantes. As feiras específicas coletivamente criadas (feiras da sulanca¹) e seguidas pelos centros comerciais dedicados às confecções, as fabriquetas domésticas e seus trabalhadores, as empresas nas quais algumas dessas fabriquetas se transformaram e seus proprietários, enfim, o que se entende nesta tese como “agreste das confecções”² (Souza, 2012) reflete um tanto daquelas mudanças e continuidades.

É lá onde pessoas que viveram a infância, a adolescência ou mesmo o início da vida adulta em meio a atividades agrícolas, de feiras de rua, de pequenos comércios familiares e/ou mesmo em tais fabriquetas domésticas, e hoje estão numa faixa etária entre 30 e 50 anos, que em sua maioria não completaram sequer o equivalente ao ensino médio³, possuem negócios de produção e comercialização de confecções há alguns anos.

De que modo se deu, a partir das condições dadas, a emergência e a massificação de uma atividade que, embora esteja profundamente associada a traços históricos locais, tomou forma contemporânea ao longo dos últimos trinta anos do século passado? Como pessoas e seus negócios de produção e comercialização de

¹ Tipo específico de feira destinada à venda da produção de confecções da região que, com seu crescimento assustador, destacou-se da feira livre de rua tradicional. Começou a acontecer em SCC no início dos anos setenta, depois seguiu para Caruaru no início da década seguinte e passou a acontecer também em Toritama, já no final dos anos noventa do século passado, conforme item 2.2 desta tese.

² Termo que encontrei em Souza (2012) e aqui ressignifico conforme meus interesses investigativos. As razões e o que se intenciona ao usar tal termo é explicado brevemente mais adiante nesta introdução e de modo mais detalhado em 2.3.3.

³ Equivalente ao liceu em Portugal.

confeções, criados e levados adiante no curso deste processo, evoluíram, se distinguem e se assemelham uns aos outros, em termos socioculturais (objetivos e simbólicos), para além da dimensão econômica?

A primeira das questões acima elaboradas já pode ter sido contextualizada, parcialmente contemplada ou mesmo enfrentada em algumas teses e dissertações – de variadas áreas de conhecimento como ciências sociais (antropologia e sociologia), desenvolvimento urbano, geografia, migração, economia, administração – ou em relatórios de pesquisa de instituições como a Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), isso sem mencionar capítulos de livros, artigos e comunicações em eventos científicos⁴ dedicados ao estudo dos mais diversos aspectos do fenômeno. Já a segunda, até onde meu conhecimento sobre o tema alcança em tal literatura, ainda permanece aberta.

Esta tese então se propõe a compreender de que modo tais pessoas e seus negócios evoluíram a partir de uma história coletiva local comum, compartilhada por meio das feiras de rua e da dimensão que esta tomou na dinâmica regional, e como hoje constituem um campo de negócios específico. Sua hipótese de referência é que, a partir e por meio de tal legado coletivo incorporado pelo *habitus* feirante, signos distintivos (Bourdieu) socioculturais, para além dos econômicos, hoje diferenciam as pessoas e seus negócios ao compor um campo de negócios de produção e comercialização de confeções irradiado pela região a partir dos municípios-eixo Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe (SCC) e Toritama. Ao mesmo tempo, heranças comuns permanecem e fazem tais pessoas e seus negócios semelhantes noutros aspectos. Acredito que reconstruir o processo de configuração de tais diferenças e semelhanças, bem como interpretá-las apropriadamente, esclarece tanto sobre a condição atual de tais pessoas e de seus negócios quanto acerca do conjunto maior da produção e comercialização de confeções naquele contexto.

Apresentação do fenômeno

Na primeira ocasião na qual foi Ministro de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, Roberto Mangabeira Unger esboçou um plano de desenvolvimento para a região Nordeste do país. Em sua concepção, este deveria ser

⁴ Parte significativa desta literatura pode ser vista tanto nas referências desta tese quanto por meio de citações diversas e recorrentes, principalmente ao longo do segundo capítulo.

tomado como projeto nacional, e repousaria em quatro premissas, sendo primeira e última as mais importantes aos meus interesses:

A primeira delas é que *não há solução para o Brasil sem solução para o Nordeste*. Quase um terço da nação vive no Nordeste. É nessa região que se concentram muitas das áreas mais pobres e das populações mais carentes do país. A renda per capita e a remuneração média do trabalho continuam substancialmente abaixo das médias brasileiras, ainda que algumas partes do Nordeste figurem hoje entre as áreas que mais crescem.

Ao mesmo tempo que apresenta muitos dos problemas nacionais em sua forma mais concentrada, o Nordeste reúne muitos dos elementos indispensáveis às soluções nacionais, inclusive a força da identidade coletiva e o acúmulo dos vínculos associativos (o capital social). *No Nordeste, mais do que em qualquer outra parte do país, o Brasil afirma sua originalidade*. (Unger, 2009: 4-5, grifos meus)

Mais adiante, ao concluir suas premissas, o Professor de Harvard mencionou o caso dos municípios agrestinos:

A quarta premissa desta iniciativa é que o Projeto Nordeste deve começar por instrumentalizar as duas grandes forças construtivas manifestas na realidade nordestina hoje. Muito melhor partir delas, e do esforço de equipá-las, do que partir de dogmas e de a prioris. [...]

A primeira dessas forças construtivas é um empreendedorismo emergente. Seus veículos mais importantes são dezenas de milhares de pequenas e médias empresas. Seu agente social é a segunda classe média, mestiça, que vem de baixo, luta para abrir e manter pequenos negócios [...]. Fazem milagres os empreendimentos criados por essa segunda classe média, esfomeados de acesso a crédito, a tecnologia, a conhecimentos e a práticas avançadas e a mercados nacionais e globais.

Por exemplo, *em Caruaru e Toritama, no interior de Pernambuco, veem-se todas as etapas do capitalismo europeu, do século dezessete ao século vinte, coexistir no mesmo lugar. Estão presentes num complexo de confecções que sobrevive longe dos grandes mercados consumidores e da matéria-prima. E que toma a forma não só de empresas médias, mas também de mais de dez mil empreendimentos caseiros – os chamados fabricos – que trabalham em regime de terceirização para aquelas empresas médias*.

A segunda grande força construtiva é uma inventividade tecnológica popular, cujas realizações surpreendentes contrastam com a limitada formação de seus agentes. [...] Dar braços, asas e olhos a essas duas forças construtivas seria iniciar uma revolução, ao mesmo tempo produtivista e democratizante. Seria mostrar como conseguir, no Nordeste, o que mais quer a Nação: um dínamo de crescimento includente. (Unger, 2009: 9-10, grifos meus)

No referido plano, ainda registrou Unger (2009: 22): “O Nordeste é o maior órfão do modelo de desenvolvimento construído no país no último meio século.

Convém ao país que o Nordeste se rebelde contra esse modelo de desenvolvimento. Ao se rebelar contra ele, falará pelo Brasil”. Aos meus olhos, em algum modo e medida, se é possível falar numa “rebelião” contra o modelo de desenvolvimento nacional, ela já vem acontecendo ao longo das últimas décadas nesta parcela agrestina de Pernambuco.

Se, por um lado, tais rumos tomados pela atividade de confecções, na história recente da microrregião, bem servem de exemplo ao que procurava esboçar o Ministro, por outro, constituíram uma dinâmica local ambígua e de difícil compreensão. Principalmente se utilizados como parâmetros “etapas” da história européia, ou mesmo outros índices ou conceitos articulados por esforços compreensivos acerca da evolução dos maiores centros nacionais, desde quando passaram a abrigar a industrialização do país.

No Agreste, o fenômeno da produção e comercialização de confecções abrigou em sua evolução traços marcantes de uma história coletiva local. Mesmo não configurando isoladamente traços *sui generis*, uma vez congregados numa só terra em confecção, estes se configuram como elementos da marca que lhe é hoje própria⁵ e nestes termos me permitem destacá-los, em sequência, ao longo dos parágrafos seguintes.

Origem e comando familiar. A significativa maioria dos negócios de produção e comercialização de confecções que emergiram na região, ao longo das últimas décadas, tem origem doméstica. Foi no seio da família – como se verá mais adiante (2.1.3), de fortes vínculos com o universo rural – e do seu convívio cotidiano que se iniciou e se desenvolveu o processo produtivo. Este hoje, recorrentemente conta com a mão de obra dos seus membros (inclusive crianças, muitas desde a mais tenra idade), que introduzem e desempenham atividades produtivas em série nos cômodos do lar destinados à confecção. É lá que a tradição da costura doméstica é aplicada ao negócio. Diante das limitações econômicas de grande parcela da população da região, costurar roupas para a família e até mesmo “para fora”, sob encomenda, foi historicamente atividade comum entre suas mães. Mesmo dentre tais produções domésticas que se tornaram empresas, ainda hoje são os proprietários e/ou seus familiares diretos que comandam as atividades produtivas e comerciais na maioria absoluta dos casos, como apontam os dados seguintes:

⁵ E que pode ser mais ou menos parecida com outras “marcas” locais no Brasil e mundo afora, a depender de comparações sistematizadas e específicas a serem feitas neste sentido, como pode ser visto em Noronha e Turchi (2007).

82% das empresas [incluem-se aqui os fabricos são também chamados de empresas neste relatório] e também das facções são administradas exclusivamente pelos proprietários. Se a essas se somarem as que são administradas pelo proprietário e os familiares, a proporção se eleva a 93% das empresas e 95% dos empreendimentos complementares [como são chamadas as facções neste relatório]. Outro dado importante é que não há ‘só gerentes’ administrando nem umas, nem outras. (SEBRAE, 2013: 78)

Comercialização por meio das feiras de rua. No formato mais comum, cabia ao pai da família seguir viagem “de feira em feira” e vender a produção doméstica. Com o tempo, a pujança histórica das feiras livres de rua no Agreste passa a também viabilizar a comercialização daquele tipo de produção, sem a necessidade de longas viagens ou maiores investimentos. Assim surgiram, ao longo das últimas décadas do século passado, as feiras de rua específicas ao comércio de confecções, as feiras da sulanca. E, já neste século, os grandes centros comerciais nas cidades-eixo (cf. 2.2 e 2.3.1).

O aproveitamento dos restos da industrialização do país e o empirismo criativo. São vários e recorrentes os relatos históricos que associam a emergência do fenômeno ao comércio de restos de tecido (retalhos) obtidos junto a indústrias de centros urbanos como Recife e São Paulo (cf. 2.1.4). Para além da dimensão objetiva deste aproveitamento, há também uma dimensão simbólica que significa, junto com a primeira, a posição da região no cenário do desenvolvimento nacional, como destacado acima. Como ainda hoje não se produz tecido no Agreste, a produção local segue recorrendo a outras regiões do país (Sul-Sudeste) para a obtenção de sua principal matéria-prima. Entretanto, tais condições adversas não somente constrangeram a trajetória local, mas também propiciaram a geração de soluções e inovações alternativas, um empirismo criativo que penso ser algo próximo do que Unger chamou de “inventividade tecnológica popular”. Para vencer a situação precária na qual muitos começam e levam adiante seus negócios, uma engenhosidade indissociável da necessidade prática (que há décadas transforma o que seria lixo em roupa, aproveitando retalhos) é o recurso que apoiou o êxito de alguns e é indispensável à sobrevivência de muitos.

Poucas barreiras de entrada. O início da produção e comercialização de confecções requer pouco investimento econômico e, do mesmo modo, pouco conhecimento especializado. Costurar e vender o que se produziu (em casa e com a família) são atividades acessíveis à grande parte da parcela da população regional

carente de ocupação e renda. Como é recorrente o apoio de familiares ou amigos para este tipo de iniciativa, e considerando a não efetividade dos instrumentos legais no sentido de impedi-las em termos práticos, começar a produzir e vender confecções na região é algo que grande parte da sua população, bem como daqueles que chegam para “arriscar a sorte” por lá, cedo ou tarde, pode tentar.

Fabricos e facções como formas de organização da produção local. Fabrico é o modo como se denomina largamente na região as milhares de unidades produtivas domésticas que praticamente a totalidade das pequenas, médias e grandes empresas locais o foram um dia. Além deles, é significativa a presença de facções. Este é o termo pelo qual são chamados os negócios que realizam etapas específicas necessárias à produção de peças de confecção pertencentes a outros negócios (fabricos ou empresas). Pode ser visto como algo parecido ao que se chama, no linguajar do mercado contemporâneo, de terceirização. Entretanto, as facções são pagas por peça na qual desempenham o trabalho acordado que pode ser o corte ou a costura entre outros. Em pesquisa recentemente divulgada, o SEBRAE (2013) estimou que dentre o total de negócios de confecções nos dez principais municípios da região (ver tabela 2), cerca de 43% são facções. As facções não tomam parte do circuito de comercialização, pois em sua maior parte, apenas executam etapa específica do processo produtivo. Todavia, por sua quantidade relevante, papel crucial que desempenham na cadeia produtiva e pelo volume de pessoas que ocupam, as facções constituem, assim como os fabricos, as duas formas organizacionais que mais caracterizam a atividade em suas vestes agrestinas.

Alta incidência de “informalidade”. As informações mais divulgadas sobre o tema destacam que a grande parte destes negócios funciona de um modo que se chama de “informalidade”, ou seja, sem registro como empresa. O percentual estimado de negócios “formalizados” nos três municípios centrais, conforme dados apresentados em 2003, foi de 8%. Em 2013, novos dados indicam um percentual aproximado de 20% de negócios “formalizados” em dez dos principais municípios envolvidos com a atividade (SEBRAE, 2003, 2013). Em ambos os casos se considera também as facções, sendo o critério para ser assim classificado possuir um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), o número de identificação de uma pessoa jurídica junto à Receita Federal brasileira. O fato de seus trabalhadores serem registrados ou não, de sua infraestrutura produtiva ser doméstica ou não, de haver procedimentos de gestão semelhantes ou não ao que podemos pensar quando proferimos a palavra “empresa”, enfim, esses e diversos

outros aspectos não são considerados nesta classificação como formal ou não⁶. Para além dela, e da questão da legalização ou não do negócio, estão as práticas de gestão e os tipos de relações de trabalho constituídas sob este rótulo que estigmatiza a atividade na região conforme os traços que se seguem.

Exploração de mão de obra doméstica e subempregada. Muito se atribui a competitividade da produção local à combinação da informalidade enquanto modo de sonegação de impostos e à exploração da mão de obra familiar (incluindo aí crianças) e/ou subempregada, pessoas que se submetem a condições de trabalho não reguladas, jornadas exaustivas, humilhações diversas e afins. Apesar de não crer que um fenómeno de tamanha complexidade possa ser circunscrito a estes fatores (aos meus olhos, há muito mais em curso no agreste das confecções), creio ser pertinente destacá-lo uma vez que sua presença é marcante (em maior ou menor proporção, tanto a depender do caso quanto também dos olhos de quem o vê) na evolução da atividade na região.

Baixa escolaridade, pouca qualificação profissional e muito trabalho duro. A maior parte dos trabalhadores e proprietários possui poucos anos de estudo e não realizou cursos que os qualificam ou especializam para desempenhar as funções que hoje desempenham. Para superar tal conjuntura, observa-se na região um alto grau de investimento pessoal no trabalho. Isso implica em longas e sucessivas jornadas e envolvimento visceral nos negócios, eis o modo encontrado por muitos para superar as lacunas formativas prevalentes e compartilhadas por trabalhadores e patrões.

Qualidade da grande produção, preço competitivo e incrementos recentes. A região ganhou fama, a partir dos anos setenta, por fabricar produtos baratos e de baixa qualidade. Entretanto, ao longo de sua trajetória, tanto a qualidade de parte do que se produz evoluiu significativamente quanto os preços praticados por parte dos seus negócios já não mais apenas refletem tal imagem. De todo modo, é possível ainda hoje dizer que grande parte do que lá se produz e comercializa são mercadorias populares, de baixo valor monetário e destinada ao abastecimento de outros mercados periféricos na própria região Nordeste. Mercados estes que, se não são os mais centrais ou importantes no âmbito nacional, refletem o crescimento do potencial consumidor do país ao longo de sua história econômica recente.

⁶ Para uma leitura crítica dos termos e dados apresentados nos relatórios do Sebrae, em particular no mais recente, ver Vêras de Oliveira (2013).

Expansão no entorno e consolidação. Nas últimas décadas do século passado, a atividade se expandiu, tornou-se fonte de renda e trabalho para muitos habitantes dos municípios do entorno, inclusive de estados vizinhos como a Paraíba (cf. 2.2 e 2.2.4). Hoje, parte significativa da população ativa de tais municípios se dedica a atividades direta ou indiretamente relacionadas à produção e comercialização da confecção local.

Evolução histórica do papel do Estado (poder público estadual e federal). É recorrente ouvir, principalmente nas falas das lideranças locais, uma reclamação da ausência de apoio do Estado no crescimento da atividade na região. Se, por um lado, a história mostra que não foi em função de incentivos do poder público que o negócio da confecção aconteceu no Agreste, por outro, foi usufruindo das “vistas grossas” que o Estado fez e faz diante das práticas produtivas e comerciais não legalizadas que a atividade cresceu. Entretanto, se este foi o quadro prevalente ao longo das primeiras décadas do fenômeno, não se pode dizer que siga do mesmo modo ao longo dos últimos anos. Além de ter passado a atuar progressivamente para “apertar o cerco” na fiscalização na produção não legalizada, no fluxo de mercadorias sem nota fiscal, bem como nos procedimentos de tratamento dos efluentes tóxicos das lavanderias de *jeans*, o poder público também passou a reconhecer a legitimidade, a força da atividade e a empreender ações infraestruturadoras de apoio e incentivo ao seu desenvolvimento. Esta mudança ao longo da história e ambiguidade em sua atuação presente são marcas típicas e locais do papel desempenhado (ou não) pelo poder público em relação à atividade.

Ausência de grandes plantas fabris. Diferente de outras localidades do país – nas quais a produção de confecção se tornou a principal atividade econômica de muitas famílias após o fechamento de uma (ou mais) grande(s) fábrica(s), o que obrigou os trabalhadores desempregados a utilizar o ofício, muitas vezes lá aprendido, para a produção doméstica que surgiu a partir do desmonte daquela grande indústria (na qual parte significativa da população local trabalhava) –, ao longo destas décadas da história agrestina da atividade não se consolidaram grandes plantas industriais. Até há registro de uma breve tentativa de inserção de agente externo neste sentido (Cabral, 2007), mas a dinâmica do mercado local não se mostrou propícia para o grande chão de fábrica, tampouco se nutriu da sua falência. Apenas algumas fábricas locais ultrapassam os cem funcionários. A maior delas chegou a ter mais de quinhentos, porém hoje contrata muitos outros produtores locais para confeccionarem peças com sua marca.

Formação de uma “elite associada”. A partir dos anos noventa, dentre a grande massa de produtores domésticos e familiares, se destacaram alguns que passaram a constituir associações empresariais municipais e/ou se filiaram ao sindicato da categoria, se articularam com instituições como Sebrae⁷ e Senai⁸, e assim se projetaram à condição de “elite empresarial local” do setor. Nos últimos anos, esta parte do empresariado local associado tem desempenhado papel ativo em iniciativas que visam orientar os rumos dos negócios na região e operar, juntamente com entidades como as supramencionadas, uma conversão discursiva da “sulanca” em “polo”. Assim se intenciona reposicionar, de acordo com tais interesses associados, a imagem da produção local (cf. 2.3.3).

Além destes traços destacados nos parágrafos anteriores, alguns números são úteis e aqui pertinentes. Na tabela abaixo é possível ter uma noção comparativa do crescimento populacional registrado nos últimos anos nos municípios-eixo da atividade.

Tabela 1: Comparativo do crescimento populacional de Caruaru, Santa Cruz e Toritama com o crescimento da população geral do estado de Pernambuco e do Nordeste (2000-2010)

| Cidade/estado/região | População em 2000 | População em 2010 | Crescimento % |
|----------------------|-------------------|-------------------|---------------|
| Caruaru | 253.634 | 314.912 | 24,2 |
| Santa Cruz | 59.048 | 87.582 | 48,3 |
| Toritama | 21.800 | 35.554 | 63,1 |
| Pernambuco | 7.918.344 | 8.796.000 | 11,1 |
| Nordeste | 47.741.711 | 53.082.000 | 11,2 |
| Brasil | 169.799.170 | 190.756.000 | 12,3 |

Fonte dos dados: IBGE (2010) e SEBRAE (2013)

Mesmo não acompanhando os demais municípios do eixo em termos de crescimento populacional, afinal, antes do fenômeno das confecções Caruaru já desempenhava o papel de centro regional, assim tendo uma série de outras atividades

⁷ “O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos. É um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.” Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 25.07.2014.

⁸ O Senai se apresenta do seguinte modo: “Criado em 1942, por iniciativa do empresariado do setor industrial, o SENAI é o maior complexo de educação profissional e tecnológica da América Latina, qualificando mais de 2,3 milhões de trabalhadores brasileiros a cada ano. Também apoia empresas em 28 áreas industriais, por meio da formação de recursos humanos e da prestação de serviços técnicos e tecnológicos, como consultoria e assistência ao setor produtivo, laboratoriais, pesquisa aplicada e informação tecnológica. Parte integrante do Sistema Indústria – formado ainda pela CNI, Sesi e IEL –, o SENAI possui um Departamento Nacional e 27 Departamentos Regionais, com unidades operacionais instaladas nos 26 Estados e no Distrito Federal. Elas levam seus programas, projetos e atividades a todo o território nacional, oferecendo atendimento às diferentes necessidades locais e contribuindo para o fortalecimento da indústria e o desenvolvimento pleno e sustentável do País.” Disponível em: www.senai.br/portal. Acesso em: 28.07.2014.

em sua dinâmica, a população desta cidade cresceu significativamente quando comparada com o estado, a região e o país. Já o crescimento da população das duas outras cidades que compõem o eixo é ainda mais impressionante quando feito o mesmo comparativo. Tal fenômeno está diretamente associado à migração de pessoas de outras localidades em razão das possibilidades de trabalho e renda que vislumbram na atividade de confecções (cf. Lyra, 2003; Vasconcelos, 2012).

Em 2003 e 2013 o Sebrae divulgou duas pesquisas que oferecem estimativas quantitativas da dimensão do fenômeno⁹. Alguns destes números me servem para apresentá-lo nestes termos por meio do quadro seguinte.

Tabela 2: Números sobre o agreste das confecções

| Item | Dados 2003 (eixo) | Dados 2013 (10 municípios) |
|---|--|--|
| Pessoas diretamente ocupadas nos negócios | 76,7 mil | 107.177 (trabalhadores) 25.528 (familiares) ¹⁰ |
| Pessoas ocupadas por unidade produtiva | -Entre 5 e 8 nos negócios informais | 73% dos negócios tem até duas pessoas 88% até quatro pessoas |
| Familiares no negócio | Entre 2 e 3 (em média) | 2 em média |
| Total de negócios (inclui facções) | 12.141 | 18.803 |
| Idade média dos proprietários | 35 anos | 75% deles têm até 40 anos |
| Escolaridade | - | 95% têm no máximo o ensino médio |
| Produção (total/ano) | 693,6 milhões peças/ano | 842,5 milhões de peças/no |
| Produtos principais | <i>Jeans</i> , <i>infanto-juvenil</i> , <i>moda jovem</i> , <i>moda praia</i> e <i>esportiva</i> | Moda feminina (45%), <i>jeans wear</i> (34%), <i>street wear</i> (9%), <i>moda íntima</i> (7%), <i>sport wear</i> (6%), <i>moda praia</i> (4%) |
| Para onde vende | 52% para o Nordeste 36,5% para o próprio estado | 44% para o Nordeste 31% para o próprio estado 13% para o Sudeste |

Fonte dos dados: SEBRAE (2003 e 2013)

Uma vez brevemente apresentados alguns dos principais aspectos do fenômeno ao qual se dedica este trabalho, exponho a seguir os porquês da minha opção teórica.

⁹ Enquanto a primeira somente contemplou os três municípios do eixo (Caruaru, Santa Cruz e Toritama), a segunda cobriu um total de dez municípios nos quais atividade é relevante (incluindo neste total os três primeiros).

¹⁰ Este total de trabalhadores e familiares estimados como atuantes no setor (132.705 pessoas) representa aproximadamente 20% da população total dos dez municípios pesquisados (650 mil habitantes). População esta que cresceu 27% entre 2000 e 2010, também segundo os dados apresentados em SEBRAE (2013).

As razões da opção pela sociologia bourdiesiana

No caso de uma tese, qualquer que tenha sido a opção teórico-epistemológica, creio ser pertinente explicitar suas principais razões. A dedicação ao estudo sistematizado de um autor profícuo e complexo como Pierre Bourdieu foi decorrente tanto do vislumbre de um valor prático em sua obra quanto de uma intenção de uso. A sua concepção de teoria é algo que a projeta à condição de método, de ferramenta que norteia a prática de pesquisa e suas operações. Tal valor prático dos seus “instrumentos de pensamento” foi aspecto determinante para esta opção, afinal, teoria e método são indissociáveis nos termos deste tipo de prática científica. Aqui é válido recuperar algumas palavras do próprio Bourdieu (1989a: 24, grifos meus) sobre o tema:

A divisão ‘teoria’ / ‘metodologia’ constitui em oposição epistemológica uma oposição constitutiva da divisão social do trabalho científico num dado momento (como a oposição entre professores e investigadores de gabinetes de estudos). *Penso que se deve recusar completamente esta divisão em duas instâncias separadas, pois estou convencido de que não se pode reencontrar o concreto combinando duas abstrações.*

Mesmo que na maturidade ele observe o cerne do seu arcabouço teórico – campo (espaço social), *habitus* (disposições) e capitais (poder) – como um sistema interligado, no qual as definições somente podem fazer sentido se relacionadas umas às outras e assim serem postas para funcionar (Bourdieu e Wacquant, 1992). Mesmo que este sistema tenha sido desenvolvido e tomado contornos definitivos ao longo de pesquisas realizadas no contexto de uma sociedade altamente diferenciada como a francesa, sua origem está vinculada a uma experiência periférica¹¹. Foi na Argélia, para onde levou e usou toda sua bagagem teórico-filosófica de *normalien*, que Bourdieu deu início à formação de suas convicções científicas (Robbins, 2000: 27; Wacquant, 2006;

¹¹ As ideias de centro e periferia são particularmente interessantes pois, uma vez relacionais, permitem demarcar contextos de partida na localização de questões em estudo nestes termos relativos ao que se compara. A título de exemplo, em termos nacionais, “quando se fala em contexto periférico tem-se em mente que, na geopolítica mundial, hoje, existem países centrais (e.g., EUA, Alemanha, França, Japão) e periféricos (e.g., Brasil, Índia, África do Sul e Argélia)” (Sá, 2013b: 101). Entretanto, dentro destes países existem contextos periféricos e centrais (no Brasil, o Nordeste é periférico e o Sudeste é central), além disso, alguns desses países são mais centrais ou periféricos se comparados apenas entre eles (hoje, a África do Sul talvez seja menos periférica que a Argélia). Nesta perspectiva, observo o interior do Nordeste como uma periferia dentro de outras, entretanto, se comparada com seu entorno, a parte do Agreste pernambucano na qual são observados tais negócios fez-se central aos municípios circunvizinhos. Assim, o Agreste pode ser visto como uma região significativamente periférica no contexto global, porém relativamente central no âmbito local do interior pernambucano e do seu entorno.

Bourdieu, 2005a). Desde aquele período o sociólogo francês já atribuía alto valor à pesquisa empírica. Elemento fundamental de produção de conhecimento ao longo de toda sua carreira, ela emerge já quando se defrontava com o drama do “encontro” da sociedade cabila com o “cosmos” capitalista imperial (Bourdieu, 1979a[1963]).

A opção do uso da sociologia de Bourdieu nesta tese também se deve ao reconhecimento no Agreste pernambucano de questões semelhantes àquelas que ele enfrentou na Argélia – cf 1.1.2 nesta tese, Wacquant (2006: 16) e Bourdieu (1979a, 2005a). Isso permite retomá-lo como fonte de inspiração aos dilemas periféricos contemporâneos.

Mais especificamente em termos metodológicos, foi também no período argelino que Bourdieu rompeu com aquilo que acusava ser “dogmatismo sectário” e inaugurou seu pluralismo metodológico – ao implementar estratégias nas quais combina o uso de diversas técnicas como notas etnográficas, fotografia, estatística, questionários, entrevistas abertas, etc., em função do objeto de pesquisa.

Além disso, aqui se acredita que esta origem vinculada à sua experiência de pesquisa argelina periférica e sua transposição para um contexto central autorize o movimento contrário, ou seja, seu uso noutros contextos para além das sociedades contemporâneas altamente diferenciadas como a francesa. Não tanto reproduzindo seu modelo, mas sim tentando criar a partir dele, mantendo-se atento para os limites impostos pela “especificidade histórica” (Calhoun, 1993) de um contexto como o Agreste pernambucano.

Em tal contexto, pesquisas anteriores a esta tese estão fortemente ancoradas no seu trabalho (cf. Sá, 2010, 2011, 2012, 2013b). Hoje, em retrospectiva, me é possível percebê-las ancoradas demais. Se, por um lado, ainda penso que a sociologia bourdiesiana seja inspiradora e útil para uma melhor compreensão de diversos fenômenos naquela região, por outro, observo a necessidade de um uso mais maduro, crítico e reflexivo do que aquele feito anteriormente. Evoluir da condição de um usuário não crítico o bastante, ao menos o quanto hoje penso ser pertinente, para a de usuário criativo (do conjunto de ferramentas ofertadas pela grande empresa teórico-empírica bourdiesiana) motivou a ampliação do entendimento sobre a obra de Bourdieu e, conseqüentemente, seu confronto com outro fenômeno naquele mesmo contexto. Não com o objetivo predefinido de demonstrar que sua teoria pode ou não explicar o que por lá se dá, mas sim tendo em mente que com dela, ressignificando-a a partir de uma nova

e singular situação de pesquisa, é possível construir um objeto orientando-se por suas principais noções e assim articular uma interpretação apropriada sobre o que está em estudo. Os trabalhos prévios e a convicção de que ainda seria possível evoluir do que foi feito para a riqueza e a fertilidade de um novo confronto teórico-empírico Bourdieu-Agreste são razões aqui também explicitadas.

Em termos gerais, teoria e ciência são vistas por Bourdieu como uma prática social reflexiva, bem como os conceitos-noções que articula são heurísticos (Wacquant, 1992; Santoro, 2008) – frutos de uma linguagem elaborada a partir e por meio de pesquisa obrigatoriamente teórica e empírica. Por serem originalmente abertos, despertam inúmeras possibilidades de uso na organização e orientação de tal prática. Deste modo, tanto puderam ser mais amplamente disseminados como despertar atenção para tais possibilidades de uso. Se, por um lado, tal abertura pode tê-los levado a um uso massivo, desmedido e acrítico, por outro, pode permitir adequações a diferentes necessidades de pesquisa e ressignificações a partir delas. Se o primeiro uso é provavelmente o mais fácil, tende a ser inócuo. Já o segundo, requer mais do que familiaridade, clama pela incorporação do *modus operandi* bourdiesiano para que assim seja possível (re)criar a partir dele (cf. 1.2 e 1.3), desde que submetendo critérios, decisões, operações e análises ao rigor autoimposto pelo *habitus* sociológico incorporado.

A convicção metodológica pluralista bourdiesiana então permite que o pesquisador crie sua estratégia conforme as contingências do seu objeto de pesquisa e de sua formação científica. Como lembra Brubaker (1993: 215-6), o controle social e lógico de tal *habitus* precisa ser feito nele próprio por quem o coloca em prática. O pesquisador, seu portador e praticante, também precisa considerar aspectos práticos relacionados às condições de realização da pesquisa. Ou ainda, como destaca o próprio Bourdieu (1989a: 50):

De facto, a ajuda mais decisiva, que a experiência permite que se dê ao investigador principiante, é a que consiste em incitá-lo a ter em consideração, na definição do seu projecto, as condições reais da realização, quer dizer, os meios, sobretudo em tempo e competências específicas, de que ele dispõe (em especial, a natureza da sua experiência social, a formação que recebeu) e também as possibilidades de acesso a informadores e a informações, a documentos ou a fontes, etc.

Em suma, tal opção teórica se deu por se acreditar que a sociologia de Pierre Bourdieu é rica e aberta o suficiente, tanto para permitir adequações a diferentes necessidades de pesquisa quanto para ressignificações a partir de tais situações. Deste modo, suas forças podem ser exploradas e suas fraquezas reelaboradas. Talvez aí resida uma das principais razões da sua singular repercussão contemporânea nas ciências sociais¹².

Agreste das confecções, filhos das feiras e campo de negócios agreste

A partir da sociologia bourdiesiana, tendo em mente a necessidade imposta por ela – a criação de instrumentos apropriados para a orientação dos esforços investigativos conforme o objeto construído –, foram articulados sob a medida local três termos decorrentes das noções de espaço social (agreste das confecções), *habitus* (filhos das feiras) e campo (campo de negócios agreste). Tais noções (cf. 1.2.2), desde que incorporadas no percurso investigativo, passaram a orientar o *habitus* do pesquisador em ação investigativa, bem como serviram de guia à tessitura desta tese.

Como é explicitado de modo mais detalhado em 2.3.3, perante a polarização entre os termos “sulanca” e “polo”, posta pela “sociologia espontânea” (Bourdieu) prevalente na região, em referência ao complexo de atividades de confecções local, a abertura de uma alternativa investigativa se mostrou necessária aos meus olhos. Acreditei que tal alternativa poderia orientar a elaboração de uma compreensão sociológica liberta de tais pré-noções socialmente compartilhadas.

Foi neste sentido que recorri ao termo agreste das confecções como norteador de tal elaboração. Ele desempenha duplo papel nesta tese. Primeiro, me permite pensar para além de tal polarização. Segundo, também me permite construir tanto o contexto da atuação dos filhos das feiras – os proprietários de negócios de produção e comercialização de confecções que possuem sua trajetória de vida vinculada ao comércio de feira de rua local – e da constituição do campo de negócios agreste, quanto

¹² É revelante lembrar que Santoro (2008: 4) aponta, a partir de levantamento estatístico no *ISI Web of science*, que Bourdieu foi entre 2001 e 2007 o autor mais citado nas ciências sociais, deixando progressivamente para trás nomes como Giddens, Habermas e Goffman. Tal dado permite pensar que: se Bourdieu foi mantido, ao menos ao longo dos últimos anos, no topo da competição científica em sua área, indo além dos modismos, de algum modo parte significativa dos autores-pesquisadores das ciências sociais observa utilidade na obra publicada sob sua assinatura. Além da edição de parte significativa desta ainda seguir se dando em Portugal até os dias de hoje, a sociologia portuguesa também se serviu bastante deste legado – e.g., ver Gonçalves (1999), Pereira (1999, 2005) e Veiga (2006).

pensá-lo como espaço de relações sociais no qual ambos estão inseridos¹³. Ou seja, é no agreste das confecções que se ambienta a trama de *Os filhos das feiras e o campo de negócios agreste*. Diante da simbiose histórica e do entranhamento do campo neste contexto, a gênese do agreste das confecções conforma a configuração de tal campo.

Esta noção me foi de extrema utilidade nos sentidos acima apontados, bem como serviu de norte à elaboração do segundo capítulo. Além disso, ela ambienta e abriga a problematização da própria tese. Ao ser articulada com as demais, juntas funcionam como bússolas que, após toda a exposição teórica, epistemológica e metodológica concentrada no capítulo primeiro, direcionam os rumos da tese.

Quando profiro o termo “filhos das feiras”, intenciono comunicar as dimensões humana (individual) e histórica (coletiva) do objeto construído, assim como associá-las aos proprietários de negócios de produção e comercialização de confecções atuantes no agreste das confecções. Optei por elaborá-lo deste modo em razão da incontornável herança e atualidade da dinâmica de feiras de rua que observo nos indivíduos que compõem o tecido social da região. Aos meus olhos, tal dinâmica não pode ser somente restrita à economia uma vez que também é constitutivamente sociocultural. É incorporada por parte significativa das pessoas que lá vivem e trabalham, no modo de negociar e de estar naquele pedaço de mundo. Foi assim pensando que encontrei neste termo um modo de realçar a história incorporada, presente nas disposições que tais personagens receberam da matriz sociocultural na qual foram criados, por meio do que chamo de *habitus* feirante (3.1.1).

Os filhos das feiras, ao abraçarem a atividade de produção de confecção doméstica, familiar, em série, e sua comercialização por meio de feiras de rua, ao mesmo tempo em que mantêm em si tal herança disposicional, com diferentes intensidades (a depender de cada caso), modificam-na. As diferentes tendências de manutenção e modificação disposicional, bem como suas variações intra e interindividuais (Lahire, 2006), fazem com que tais personagens componham um campo.

A partir desta outra noção bourdiesiana, aqui utilizada de modo aberto, se procura relacionar as posições nele ocupadas pelos filhos das feiras. Campo de negócios agreste é então o termo ao qual recorro, com a intenção de construir tal microcosmo

¹³ No âmbito desta tese, “pensar como” não implica na construção teórico-empírica do agreste das confecções como espaço social. Afinal, o foco aqui é o que procuro explicitar desde seu título.

social de relações objetivas e simbólicas constituídas e constitutivas do agreste das confecções. Campo este que, como o *habitus* feirante, também tem origem na história das feiras de rua locais, sendo produtor e produzido por seus filhos. Com sua elaboração, e de dois outros termos decorrentes da noção de capital – i.e., recursos estratégicos no mercado local (3.2.1 e 3.2.2) e traços distintivos dos proprietários (3.2.1 e 3.2.3) – procuro identificar e interpretar os principais signos distintivos objetivos e simbólicos que relacionam os diferentes perfis de filhos das feiras e seus negócios de produção e comercialização de confecções. Tais signos distintivos, tratados ao longo do capítulo três, permitem a configuração do campo e das posições nele ocupadas como um espaço de relações sociais construído pela comparação das características dos filhos das feiras e dos seus negócios.

A estrutura da tese

Introduzidos alguns pontos que julgo fundamentais à leitura deste trabalho, seu primeiro capítulo é dedicado à epistemologia bourdiesiana e suas concepções metodológicas relativas à construção do objeto de pesquisa (1.1), aos principais termos da sua teoria sociológica (1.2), a uma exposição do modo como interpreto sua originalidade (1.3), e à metodologia por meio da qual procedi durante a realização da investigação que aqui se apresenta (1.4). Ou seja, nele procuro expor tanto como compreendo e interpreto o legado epistemológico e teórico bourdiesiano quanto como foi elaborada esta tese.

No segundo capítulo empreendo um esforço de reconstrução da gênese da atividade de confecções na região até sua consolidação como atividade capital. O percurso toma como ponto de partida a história coletiva local mais ampla (2.1), contempla a evolução e a expansão da atividade ao longo das últimas décadas do século passado (2.2) e chega a sua configuração mais contemporânea como agreste das confecções, consolidada nestes primeiros anos de novo milênio (2.3).

Os filhos das feiras (3.1) e o campo de negócios agreste (3.2) tornam-se eminentes na estrutura e argumentação do terceiro capítulo. Deste modo procuro explicitar como compreendo a conformação do fenômeno social construído objeto nesta

tese. Parafrazeando Bourdieu¹⁴, penso a feira de rua como disposição constituída e atualizada como instituição local, por meio dos seus filhos e dos seus negócios, neste campo de negócios contemporâneo.

Nas considerações finais, é exposto o que se quis aqui demonstrar, o que pode ser dito aos agentes que atuam no agreste das confecções a partir desta tese, qual seria sua contribuição tanto à literatura já existente sobre o tema quanto à sociologia bourdiesiana, além de um elenco de possíveis desdobramentos investigativos.

¹⁴ Em passagem de “A Distinção” na qual diz que “o museu de arte é a disposição constituída em instituição” (Bourdieu, 2007b [1979]: 33).

Capítulo 1. Uma estratégia de produção científica fiel ao construtivismo bourdiesiano

“The fundamental scientific act is the construction of the object” (Pierre Bourdieu)

“it is the modus operandi of Bourdieu’s sociology, not its opus operatum, that most fully defines its originality” (Loïc Wacquant)

Pierre Bourdieu não seguia manuais de metodologia, mas era rigoroso no modo como pesquisava e nas operações específicas que procedia em seu ofício. Não foi à toa que consagrou lugar privilegiado à construção do objeto em sua epistemologia. Esta atividade é a pedra angular de um *modus operandi* que não surgiu antes nem somente depois do contato com o campo, mas sim enquanto as pesquisas eram feitas e aperfeiçoadas pelo próprio Bourdieu.

Loïc Wacquant (1992), um dos seus mais proeminentes herdeiros científicos, afirma ser justamente no *modus operandi* do seu mestre onde se encontra a “mais completa definição de sua originalidade”. Além de concordar com ele, gostaria de seguir neste capítulo acompanhado da seguinte questão: o que há de peculiar neste modo de produção científica?

Na introdução ao seminário proferido em outubro de 1987, na *École de hautes études en sciences sociales*, Pierre Bourdieu se propôs a explicitar o que seria pertinente ao ofício sociológico. Sobre o que teria de ser ensinado, disse ele:

o que se trata de ensinar é, essencialmente, um *modus operandi*, **um modo de produção científico** que supõe um modo de percepção, um conjunto de princípios de visão e de divisão, a única maneira de o adquirir é a de o ver operar praticamente ou de observar **o modo como este *habitus científico*** – é bem este o seu nome –, sem necessariamente se tornar explícito em preceitos formais, **‘reage’ perante opções práticas**. (Bourdieu, 1989a: 22, grifos meus em negrito)

Nestes termos, a pesquisa social estaria vinculada ao modo como este conjunto de disposições (*habitus científico*¹⁵) para a atividade funciona na prática. Para fazer sociologia bourdiesiana seria preciso incorporar este “sentido do jogo científico” e

¹⁵ Diz o próprio Bourdieu (1989a: 23) que: “O *habitus científico* é uma regra feita homem ou, melhor, um *modus operandi científico* que funciona em estado prático segundo as normas da ciência sem ter estas normas na sua origem: é esta espécie de sentido do jogo científico que faz com que se faça o que é preciso fazer no momento próprio, sem ter havido necessidade de tematizar o que havia que fazer, e menos ainda a regra que permite gerar a conduta adequada”.

colocá-lo em prática perante desafios apresentados por situações específicas de investigação.

Naquele mesmo seminário, Bourdieu (1989a: 20) também disse o que seria o ápice da criatividade em sua área. Em suas palavras, “o cume da arte, em ciências sociais, está sem dúvida em ser-se capaz de pôr em jogo ‘coisas teóricas’ muito importantes a respeito de objectos ditos ‘empíricos’ muito precisos”. Assim sendo, a sua visão da prática sociológica estaria condicionada pela precisão do objeto que o investigador elege na vida cotidiana e o (re)elabora ao colocar coisas da teoria em jogo neste processo.

Considerando que “o modo específico de argumentação sociológica de Pierre Bourdieu se cristalizou através da construção de objetos empíricos concretos” (Wacquant, 2006: 16), e que o próprio Bourdieu consagrou à construção do objeto a condição de “ato científico fundamental”, neste capítulo pretendo resgatar aspectos centrais da evolução de sua epistemologia relacionados ao processo de construção do objeto de pesquisa (1.1), apresentar uma visão de sua teoria como uma prática social “como as demais” e recuperar os instrumentos conceituais a ela inerentes (1.2), e interpretar seu *modus operandi* a partir de um dos seus filósofos favoritos, Wittgenstein (1.3). Por fim, toma-se como objetivo responder a questão-título “como foi feita esta tese?” (1.4). Para isso são recuperados principais momentos e aspectos metodológicos de sua elaboração. Como este último tópico não está articulado à sequência argumentativa dos anteriores, pode ser lido como um apêndice metodológico ao capítulo.

1.1 Epistemologia e método de construção do objeto

1.1.1 Origens das concepções epistêmicas

“A observação é sempre seletiva. Requer um objecto determinado, uma tarefa definida, um interesse, um ponto de vista, um problema. ... os objectos podem ser classificados, e podem tornar-se semelhantes ou dissemelhantes, unicamente desta maneira – relacionando-se com necessidades e interesses. Esta regra aplica-se não só aos animais, mas também aos cientistas.” (Popper, 2006: 73)

Falar sobre a construção de objetos no trabalho de Bourdieu é inevitavelmente recuperar alguns aspectos centrais de sua epistemologia. O meio no qual foi formado lhe

propiciou contato íntimo com a tradição epistemológica da filosofia e história das ciências francesa, a epistemologia que toma para si está bem fincada neste território.

Sigo adiante com um fio condutor em mente que pode ser sintetizado na seguinte pergunta: quais concepções epistêmicas foram fundamentais para que Bourdieu desenvolvesse um *modus operandi* original *que toma a construção do objeto como “ato fundamental”*? Começar a respondê-la é observar a incontornável influência *sui generis* que recebeu de Gaston Bachelard, principalmente se comparado a outros autores dos quais se municiou.

Bourdieu não é um pensador sincrético, mas sintético e herético. Ele se apóia em Durkheim, Marx, Weber e outros, mas, na medida em que os corrige criticamente, poderíamos descrevê-lo também como um durkheimiano antidurkheimiano, um weberiano anti-weberiano ou um marxista anti-marxista. Poderíamos até dizer que ele pensa com Althusser contra Althusser e contra Habermas com Habermas, mas não – e essa é provavelmente a única exceção – que *ele pensa com Bachelard contra Bachelard*. (Vandenberghe, 1999: 1, grifos meus)

Tal herança bachelardiana é tão significativa ao ponto de Vandenberghe (1999: 2) complementar do seguinte modo: “a teoria social de Bourdieu pode ser mais bem entendida como uma tentativa de transpor, de modo sistemático, o ‘racionalismo aplicado’ de Bachelard do reino das ciências naturais para o domínio das ciências humanas”. Logo em seguida, são destacadas outras heranças, ideias de Cassirer e Saussure, também presentes na epistemologia bourdiesiana.

Entretanto, o foco sobre Bachelard não deve obscurecer o quanto Bourdieu deve às análises proto-estruturalistas do princípio relacional nas ciências modernas (da matemática à física e à lingüística) realizadas por Ernst Cassirer. De fato, o ‘núcleo duro’ (Lakatos) meta-científico e não-falseável do programa progressivo de pesquisa de Bourdieu é formado por uma sofisticada síntese entre o racionalismo de Bachelard e o relacionismo de Cassirer. Juntas, tais perspectivas *formam a metateoria do conhecimento sociológico que fundamenta e gera a teoria sociológica dos campos* de produção, circulação e consumo de bens culturais. Essa metateoria estruturalista do conhecimento é naturalista, mas não positivista. (Vandenberghe, 1999: 3, grifos meus)

Ou seja, tal racionalismo aplicado bachelardiano é articulado com aspectos tomados de Cassirer, em particular a ideia de que “o real é relacional”, e de Saussure: “Embora o objeto pareça preceder o ponto de vista, Bourdieu compartilha da

pressuposição construtivista de Saussure segundo a qual, na verdade, é ‘o ponto de vista que cria o objeto’” (Vandenbergh, 1999: 20).

De volta ao âmbito da herança bachelardiana, é pertinente também lembrar que tanto Bourdieu como Jean-Claude Passeron mantiveram relação próxima com Georges Canguilhem, sucessor de Bachelard. Uma olhada mais atenta para a própria estrutura e partes de *O ofício de sociólogo* (Bourdieu et al., 1991 [1968]) aponta que “nenhum leitor de Bachelard pode deixar de reconhecer sua influência decisiva na arquitetura do texto, cujas três partes se apresentam sob rubricas cuja denominação é inconfundível: ‘a ruptura’, ‘a construção do objeto’, e ‘o racionalismo aplicado’” (Baranger, 2012: 70)¹⁶. De fato, “na época da redação de ‘*O Ofício*’, o aparato conceitual de Bourdieu ainda se encontrava em elaboração, as poucas referências aos termo *habitus* (somente cinco) e a completa ausência do termo campo ilustram bem este aspecto” (Baranger, 2012: 68). Também vale a pena ter em mente o seguinte alerta:

Producido en colaboración con Jean-Claude Passeron y Jean-Claude Chamboredon, *El oficio del sociólogo* representa apenas una etapa en la constitución del pensamiento de Bourdieu, y no puede ser tomado como una expresión acabada de su concepción epistemológica. Lo que no quita que sea éste un punto de partida obligado, tratándose de la primera presentación *in extenso* de sus ideas epistemológicas y metodológicas. (Baranger, 2012: 59)

Ou seja, apesar desta importante ressalva, no livro é possível se observar os “preliminares epistemológicos”¹⁷ presentes em lições de sua maturidade (cf. tópico 1.1.3). Os princípios epistemológicos então enunciados em Bourdieu et al. (1991 [1968]) podem ser sintetizados nos seguintes termos: a “ruptura epistemológica” (Bachelard, 1996 [1938])¹⁸, o princípio da não consciência¹⁹ e o princípio da primazia

¹⁶ Nesta tese, a tradução foi feita por mim sempre que citada em português uma obra referenciada em edição em língua estrangeira. A única exceção é Vandenbergh (1999), conforme indico nas referências. Optei por não traduzir parte das citações em língua espanhola, francesa ou inglesa (principalmente algumas mais longas). Em tempo, as citações de obras publicadas em Portugal ou no Brasil foram mantidas conforme suas ortografias originais.

¹⁷ Como está em seu subtítulo. Na proposta do livro, estes preliminares versariam sobre as condições epistemológicas e sociais da produção do conhecimento sociológico.

¹⁸ Talvez este trecho do próprio Bachelard (1996: 18) ilustre a sua ideia da ruptura: “Quando o espírito se apresenta à cultura científica, nunca é jovem. Aliás, é bem velho, porque tem a idade de seus preconceitos”. O seu argumento é que, para fazer ciência é preciso dar um “salto epistemológico” da sua condição prévia de vida e das visões (preconceitos) para a construção do próprio espírito científico, liberto de tais pré-noções.

¹⁹ De origem durkheimiana, tal princípio justifica a sociologia como campo de conhecimento, afinal “a vida social tem de ser explicada não pelas concepções de seus participantes, mas por causas estruturais que escapam à sua consciência” (Vandenbergh, 1999: 16).

das relações²⁰. Além desses, Baranger (2012: 85) ainda aponta um quarto princípio não formulado explicitamente nestes termos, porém presente na obra: “um último princípio – ainda que não esteja presente sob este nome em *O Ofício* – impõe renunciar a toda explicação que remeta a uma natureza humana transhistórica, como o fazia a Economia Política criticada por Marx”. Segundo este, não há explicações transhistóricas para os fenômenos sociais válidas para a humanidade de modo indistinto, afinal, a história específica coletiva de uma sociedade ou grupo precisa ser considerada na elaboração de conhecimento sociológico razoável.

A segunda parte da obra recebeu o título “Construindo o objeto” (Bourdieu et al., 1991: 33-55). Especificamente neste tema é possível observar que, naquela visão, seria a partir do “salto epistemológico” que o cientista romperia com as visões do senso comum e construiria o “fato social” como objeto científico. Para tal, denominam-se de modo específico tais fatos sociais, denominações estas que possibilitam o estabelecimento de novas relações entre os aspectos de tais fatos e assim configuram indicativo de uma primeira ruptura com o pré-construído da sociologia espontânea (Bourdieu et al., 1991: 35). Entre outros temas, gostaria de sublinhar que o papel da analogia neste processo é um dos tópicos especificamente tratados (Bourdieu et al., 1991: 49-52).

Em sua análise do livro, Baranger (2012: 74-6) assinala ser possível e pertinente observar também uma “indemonstrável influência” de Karl Popper nas ideias apresentadas, mesmo que neste caso implicitamente, afinal, a ideia popperiana de que o trabalho do cientista sempre começa com problemas e termina com problemas caberia bem ao que é posto no trabalho dos autores franceses. No desenvolvimento de seu argumento, Baranger (2012: 78) afirma que tanto a perspectiva de Bachelard como a de Popper podem alimentar a tese básica de “O Ofício” de que “a sociologia é uma ciência como as demais que encontra somente uma dificuldade particular para ser uma ciência como as demais”. Tal dificuldade a mais que existiria na sociologia estaria diretamente relacionada ao fato da ruptura epistemológica ser mais difícil quando nossa condição de seres sociais nos faz, de modo simultâneo e inevitável, pesquisadores e pesquisados. A solução para isso é a vigilância e a reflexividade epistemológicas constantes, temas já desde “O Ofício” recorrentes na epistemologia de Pierre Bourdieu.

²⁰ Decorrente de um pensamento relacional, que se contrapõe a uma perspectiva substancialista e pode ser sintetizado na convicção-máxima de que “o real é relacional”.

Como será possível observar logo mais adiante (1.3), não somente esta vigilante obsessão reflexiva, como demais aspectos destas suas concepções preliminares permanecerão presentes em sua maturidade, mesmo que com intensidade diferente. Antes, porém, creio ser pertinente rever como Bourdieu evoluiu ao longo de sua trajetória de pesquisador até a construção da noção de espaço social.

1.1.2 Das classes sociais na Argélia ao espaço social como metaobjeto

Para um entendimento apropriado acerca de como Bourdieu construía seus objetos de pesquisa, em particular a noção de espaço social que recorrentemente o guiará neste processo, gostaria de retornar ao palco das primeiras investigações empíricas, a Argélia de meados do século passado. Foi a partir da conjunção do que aprendeu ali, pesquisando a realidade subalterna da então colônia, com sua bagagem teórico-filosófica, que Bourdieu deu início tanto a sua empresa científica como a sua evolução como pesquisador. Loïc Wacquant (2006: 16, grifos meus em negrito) relembra que

os estudos etnográficos de Bourdieu do início dos anos 60 afastam a *ficção acadêmica do 'teórico da prática'* ... ao **revelarem a forma como as inovações conceituais de Bourdieu foram guiadas pelas questões práticas da pesquisa de campo e não pelo desejo de resolver *puzzles* escolásticos**, tais como a consagrada antinomia da 'estrutura e ação' ou a oposição análoga entre 'estrutura e acontecimento'.

Naquela conjuntura, para além da situação colonial e assim como outras regiões mundo afora, a Argélia era submetida ao que Bourdieu, inspirado em Weber, chamou de "cosmos capitalista". É em meio ao choque entre processos civilizatórios distintos – o encontro que se dava pela chegada impositiva de tal cosmos capitalista e um outro, composto por toda a tradição cultural e econômica autóctone, distinta do modelo econômico imperial – que ele se apercebia. Foi então que procurou investigar esta dinâmica com uma abordagem original, em meio às dimensões mais íntimas da vida daquelas pessoas, às suas condições objetivas de trabalho, às relações que aquela gente reproduzia ou (re)configurava entre economia e tempo, bem como nas projeções de futuro dos trabalhadores argelinos. Tais aspectos podem ser observados em algumas das principais questões que preocupavam Bourdieu em suas investigações argelinas, segundo Wacquant (2006: 16): "1) quais são os meios, mecanismos e efeitos da

passagem de uma economia pré-capitalista para uma economia capitalista; 2) como essa passagem se manifesta na consciência e nas categorias mentais dos que foram arrastados para esta situação e, em particular, na sua concepção de tempo e na sua conduta emocional”.

Com consciência da relevância deste período argelino e dos seus desdobramentos no desenvolvimento da obra de Bourdieu, Baranger (2012: 119-141) se propõe a mostrar o caminho por meio do qual foi sendo construído o objeto de pesquisa de “A Distinção”, fazendo um resgate a partir de “Trabalho e trabalhadores na Argélia” – e assim demonstrando que é dali que Bourdieu começa a evoluir da ideia de “classe” para a de “espaço social”, a qual chegará na sua problematização em “A Distinção” (Bourdieu, 2007b [1979]) e seguirá adiante. O trabalho de Baranger é de grande utilidade para o entendimento dos critérios, decisões e operações que Bourdieu efetuou até chegar ao objeto de pesquisa de sua principal obra.

Em sua análise, Baranger (2012: 120) ressalta que Bourdieu elaborou critérios “para definição de classe na sociedade argelina: a) o setor econômico (moderno ou tradicional); b) a estabilidade profissional; c) o tipo de atividade (manual ou não manual); e d) o grau de qualificação ou nível de instrução”. Partindo destes critérios, concebeu também quatro categorias principais: 1. Subproletários; 2. Semi-proletários, burguesia tradicional e burguesia recente; 3. Proletariado; 4. Pequena burguesia e burguesia moderna; cada uma delas com seus respectivos subgrupos (Bourdieu, 1979a [1963]). Baranger (2012: 120-2, grifos meus) também descreve cada um destes agrupamentos e registra: “ainda que tendo presentes as categorias da sociologia clássica, tanto marxista como weberiana, *Bourdieu segue gerando um esquema de classes sociais a partir dos dados*”, e depois assinala: “o notável é como Bourdieu, antes de aplicar um esquema teórico pré-concebido, *procede em um sentido indutivo para gerar suas categorias*”.

Deste modo, as classes sociais argelinas foram formuladas por meio de um procedimento que o permitiu reunir casos individuais em cada uma das quatro categorias internamente homogêneas e nos seus subgrupos. O que eu gostaria de sublinhar aqui é que, mesmo considerando a sociologia clássica e as nomenclaturas francesas das categorias profissionais de 1954, “*a definição das classes aparece como o resultado de um procedimento empírico que, praticamente por ensaio e erro, vai*

agrupando os entrevistados em categorias internamente homogêneas” (Baranger, 2012: 123, grifos meus).

Se já no início Bourdieu inovou ao construir classes a partir dos dados que gerava e analisava, nos anos seguintes evoluiu no sentido da construção de uma noção de espaço social²¹ multidimensional que, aos meus olhos, pode ser entendido como seu metaobjeto²² de pesquisa. Baranger (2012:123-131) recupera como evoluiu tal construção e como ela desembocará na atividade fundamental de sua composição científica.

Além das pesquisas argelinas, é sabido que Bourdieu logo que retornou à França tanto se dedicou a uma série de investigações empíricas quanto trabalhou em boa parte dos dados utilizados no argumento em “A Distinção”, gerados ainda na década de 60. Ou seja, os anos 60 e 70 constituíram período de intenso trabalho de pesquisa empírica²³ a partir do qual Bourdieu revisou, reelaborou e consolidou sua abordagem teórico-epistemológica.

Avançando neste sentido, em “Condição de classe e posição de classe”, Bourdieu (2007a [1966]) aponta para a importância de se considerar o que chama de estrutura social. Deste modo, as propriedades das classes não seriam concebidas como uma substância apenas inerente a uma condição ou situação, mas principalmente como uma relação com as demais que, ocupantes de outras posições, também compõem a estrutura social. “Mas a consideração de uma posição não pode ser somente estática. Ao se inserir o tempo, se faz necessário distinguir entre ‘propriedades ligadas a posição definida sincronicamente e propriedades ligadas ao ‘tornar-se’ da posição” (Baranger, 2012: 124; Bourdieu, 2007a [1966]).

É então que, tanto surge a noção de trajetória social em sua obra (com forte influência de Leibniz) – afinal, posições idênticas podem ser valoradas de modo diverso a depender de seus ocupantes se encontrarem em trajetória de ascensão ou declínio na hierarquia social prevalente – quanto Bourdieu avança nas distinções que se estabeleceriam por meio das relações entre as classes e evidenciariam a dimensão simbólica da dominação, uma vez que “as diferenças econômicas aparecem sempre

²¹ Espaço social como uma “estrutura de estruturas” (composta de campos), que permite deslocamentos e conversões de capitais entre campos. Sobre as noções de campo, *habitus* e capital, ver tópico 1.2.2.

²² A noção de espaço social será o termo da metalinguagem teórica, criada e articulada por Bourdieu, que norteará a construção dos seus objetos empíricos após a sistematização do seu pensamento. Eis a razão de pensá-lo como seu metaobjeto.

²³ Somente a título de exemplo, “Anatomia do gosto”, artigo assinado com Saint-Martin e no qual é apresentado o argumento de “A Distinção”, foi publicado em 1976, ou seja, três anos antes da obra consagrada.

redobradas por distinções simbólicas” (Baranger, 2012: 124). Neste contexto, “a estrutura social se define como um sistema de posições e oposições, em suma, como *um sistema de significações*” (Baranger, 2012: 125, grifos meus).

Construir um objeto ao seu modo passará então pela elaboração do que ele chamará de tal sistema como uma topologia ou espaço social. “Nos anos seguintes [ao artigo de 1966], Bourdieu seguiu desenvolvendo sua ideia de ‘topologia social’ e de ‘espaço social’ composto pela justaposição de campos, que será fundamental ao seu programa de investigação” (Baranger, 2012: 126).

Estes pontos, definir o que dizia ser a estrutura social como “um sistema de significações” e elaborar “um espaço social composto pela justaposição de campos” são decisivos ao modo como Bourdieu irá evoluir na abordagem ao campo empírico em seus esforços investigativos seguintes. Será com a comparação de posições e dos seus significados num campo ou espaço social em mente que elaborará trabalhos como “*Homo Academicus*”, “As regras da arte” e “A nobreza do Estado”.

Por meio da meticolosa análise epistemológica de Baranger (2012: 127-8), é possível observar que a construção bourdiesiana de um objeto de pesquisa era promovida do seguinte modo: *primeiro sempre construir o espaço, ou seja, o campo* e em seguida trabalhar tendo em mente que a posição de cada agente no espaço social pode ser definida pela posição ocupada nos diferentes campos, ou seja, na distribuição dos diferentes poderes – ou capitais – atuantes. Assim se pode construir *um modelo simplificado do campo social em seu conjunto*, tal modelo permite pensar, para cada agente, sua posição nos espaços de jogos possíveis. O conhecimento da posição ocupada pelo agente traz uma informação tanto sobre suas propriedades intrínsecas quanto relacionais (Baranger, 2012: 127-8). Nas palavras do próprio Bourdieu (1996a [1994]: 27, grifos meus),

o que existe é um espaço social, um espaço de diferenças, no qual as classes [ou posições] existem de algum modo em estado virtual, pontilhadas, não como um dado, mas como algo que se trata de fazer ... o espaço social é a realidade primeira e última já que comanda até as representações que os agentes sociais podem ter dele.

Ou ainda:

O espaço social é construído de tal modo que os agentes ou os grupos são aí distribuídos em função de sua posição nas distribuições estatísticas²⁴ de acordo com os *dois princípios de diferenciação* que, em sociedades mais desenvolvidas, como Estados Unidos, o Japão ou a França, são, sem dúvida, os mais eficientes – o capital econômico e o capital cultural. (Bourdieu, 1996a: 19)

Aos meus olhos, o que se evidencia no seu *modus operandi* é esta atitude de construção de um espaço social por meio dos campos de forças específicos que, uma vez analisados os signos distintivos de cada uma das suas posições possivelmente ocupadas, tem potencial explicativo das diferenças e semelhanças entre os mais diversos jogadores atuantes naquele campo. É claro que, para tal, Bourdieu conjuga imaginação teórica com rigorosa empiria. Foi assim, elaborando minuciosamente seus objetos de estudo nestes termos, e investindo bastante na propagação de seu modo de produção científica, que ele se projetou à condição de nome incontornável da sociologia francesa e mundial pós-guerra. O que eu gostaria de registrar, em termos da evolução da construção do objeto de pesquisa nos moldes bourdiesianos, é que tal atividade se dará tendo em vista a criação de um sistema coerente de relações, entre posições comparadas, que visa produzir uma explicação sobre determinado contexto social. Ao menos é a isso que ele se referirá na sua fase madura.

1.1.3 Lição da maturidade

“A construção do objeto – pelo menos na minha experiência de investigador – não é uma coisa que se produza numa assentada, por uma espécie de ato teórico inaugural, e o programa de observação ou de análise por meio do qual tal operação se efetua não é um plano que se desenhe antecipadamente, à maneira de um engenheiro: é um trabalho de grande fôlego, que se realiza pouco a pouco, por retoques sucessivos, por toda uma série de correções e emendas, sugeridas pelo que se chama de o ofício, quer dizer, esse conjunto de princípios práticos que orientam as opções ao mesmo tempo minúsculas e decisivas” (Bourdieu, 1989a: 26-7)

Acredito que seja em sua maturidade, após a realização de uma série de estudos que o consagraram, que Bourdieu melhor consegue significar o lugar da construção do

²⁴ Em sua condição de técnica, a estatística foi bastante utilizada por Bourdieu. Entretanto, acredito que esta possa ser entendida como um recurso (como outros) orientado e conduzido por seu pensamento relacional: “De maneira a evitar o risco da reificação, *qualquer correlação estatística entre variáveis obtida pela análise multivariada tem de ser sistematicamente reinterpretada como uma função do sistema de relações entre relações* que dá sentido à relação estatística observada. Com a técnica estatístico-descritiva da análise de correspondência, uma variante avançada da análise fatorial que é, obviamente, a técnica favorita de Bourdieu, isto não é necessário, pois tal técnica não é nada mais, por assim dizer, do que *a materialização operacional do modo de pensamento relacional que caracteriza o estruturalismo gerativo*” (Vandenberghe, 1999: 23-4, grifos meus).

objeto em sua sociologia. As suas palavras que recuperei acima, aos meus ouvidos, soam como um esforço liberto, com um quê de poético, no qual tenta expressar a não-linearidade, a rigorosidade, a obsessividade e a delicadeza que percebia e intencionava comunicar, após décadas de prática reflexiva, na execução do seu ofício.

Em 1991, por ocasião da publicação das edições americana e alemã de “O Ofício”, Bourdieu concede uma entrevista que também foi publicada em seu apêndice. Perguntado sobre o que mudaria se estivesse reescrevendo-o agora, responde ele:

Above all, I would put things differently. It's a programmatic text. I had some experience behind me, but above all I need to express my dissatisfaction with the official discourse on scientific practice. *Now I understand better and more practically what was then put forward as a programme. At bottom, the Craft remains a book by a teacher. And there are a lot of negative things in it, which is typical of a teacher: don't do this, don't do that [...]. It's full of manual of grammar as a way of teaching people how to talk [...] it present a didactic discourse which is thereby somewhat ridiculous. It constantly repeats that one has to construct, but without ever showing practically how one constructs.* I think it's a book that also did some harm. (Bourdieu, 1991: 256, grifos meus)

Devidamente posta a autocrítica, segue ele ainda na mesma resposta a discorrer sobre o que seria o *métier* e como ele seria melhor transmitido e praticado:

The *métier* is **largely transmitted through practice**, and to be capable of transmitting it, one has to have internalized it very profoundly. I often say in my seminar that I'm rather like an old doctor who knows all the diseases of the sociological understanding [...]. **My experience as a research supervisor, to which I can add the experience of all the diseases I've had myself, at one moment or another in my career, and all the mistakes I've made, enables me, I think, to teach the principles of object-construction in practice, like an old craftsman**, and that's the great difference from what you find in *The Craft*. If I had to write the book again, **I would present a series of examples**, or 'master works', as medieval craftsmen did. (Bourdieu, 1991: 256, grifo meu em negrito)

Mesmo repensando o modo de dizer e agora atribuindo importância maior aos exemplos, se ao longo de suas carreiras muitos autores mudam suas convicções da juventude, não se pode dizer isso em relação à importância da construção do objeto de pesquisa para Pierre Bourdieu. Quer seja em seu primeiro texto epistemológico

(Bourdieu et al., 1991 [1968])²⁵, na apresentação de um dos seus livros (Bourdieu, 2011 [1984]: 26-44), num curso ministrado na maturidade (Bourdieu, 1989a), ou na entrevista na qual comentou seu primeiro trabalho epistemológico (Bourdieu, 1991: 248, 252-3), a construção do objeto é tema ao qual sempre atribuiu importância central.

O que conta, na realidade, é a construção do objeto, a eficácia de um método de pensar nunca se manifesta tão bem como na sua capacidade de constituir objetos socialmente insignificantes em objetos científicos ou, o que é o mesmo, na sua *capacidade de reconstruir cientificamente* os grandes objetos socialmente importantes, *apreendendo-os de um ângulo imprevisto* (Bourdieu, 1989a: 20, grifos meus).

Nesta perspectiva, a gênese e o sentido da investigação seriam indissociáveis desta atividade chave. A pesquisa começa quando o pesquisador se lança em exaustivo processo de “aproximações sucessivas” (Mattos, 2002), desenvolvendo uma abordagem que poderá seguir se tornando progressivamente mais apropriada ao tema específico que pretende estudar. Além de ser ponto de partida, os retoques e as progressivas (re)construções do objeto devem direcionar os movimentos seguintes. O objetivo ao seguir com Bourdieu neste sentido é

abordar um campo empírico com a intenção de construir um modelo ... ligar os dados pertinentes de tal modo que eles funcionem como um programa de pesquisas que põe questões sistemáticas, apropriadas a receber respostas sistemáticas; em resumo, trata-se de construir um sistema coerente de relações, que deve ser posto a prova como tal. (Bourdieu, 1989a: 32, grifos meus)

Mas como proceder para isso? Aqui é preciso tocar em alguns aspectos metodológicos sistematizados por Bourdieu em sua maturidade, principalmente por meio daquele seminário com o qual introduzi este capítulo²⁶.

No âmbito de uma exposição sobre sua sociologia reflexiva, Bourdieu discorreu sobre como se dava a construção do objeto em sua prática de pesquisa, tendo como objetivo oferecer direcionamentos para a audiência. O que de mais importante teria sido dito por ele, naquela aula, sobre o “conjunto de princípios práticos” capazes de orientar tal ação construtora? Quais foram os termos usados pelo então já consagrado autor de

²⁵ Logo no primeiro parágrafo do prefácio da edição americana-alemã de *O Ofício* consta: “This volume on the *Epistemological preliminaries* was originally intended to be followed by a second volume on the construction of the sociological object”.

²⁶ Todas as citações seguintes neste tópico, somente acompanhadas de número de página, são referentes a Bourdieu (1989a).

“A Distinção” para orientar uma plateia de estudantes na construção dos seus objetos de pesquisa?

As indicações práticas de sua sociologia reflexiva são, para ele, ainda mais verdadeiras quando se trata da construção do objeto, “sem dúvida a operação mais importante e, no entanto, a mais completamente ignorada, sobretudo na tradição dominante, organizada em torno da oposição entre ‘teoria’ e ‘metodologia’” (23-4). Recusando e criticando tal divisão, afirma que em sua prática de pesquisa, “as opções técnicas mais ‘empíricas’ são inseparáveis das opções mais ‘teóricas’ de construção do objeto” (24). Assim, o que correntemente em ciência se denomina de teoria e empiria são juntas colocadas para funcionar na atividade.

O primeiro princípio prático do método professado por Bourdieu, pensar o mundo em termos relacionais, é operacionalizado por meio da noção de campo²⁷ enquanto modo de denominar sinteticamente e conduzir o processo da construção:

A noção de campo é, em certo sentido, uma estenografia conceptual de um modo de construção do objeto que vai comandar – ou orientar – todas as opções práticas de pesquisa. ... Por meio dela torna-se presente o primeiro preceito do método, que impõe que se lute por todos os meios contra a inclinação primária para pensar o mundo social de uma maneira realista ou, para dizer como Cassirer, *substancialista*: é preciso pensar *relacionalmente*. (27)

E como neste tipo de análise relacional não é “possível apreender os espaços sociais de outra forma que não seja a de distribuições de propriedades entre indivíduos” (29), Bourdieu sugere um instrumento “simples e cômodo”, segundo ele, como recurso para a construção do objeto, o “quadro de caracteres de um conjunto de agentes ou de instituições”. Mas como utilizar e para que serve um instrumento como este? Diz ele,

²⁷ Sobre esta e as demais noções centrais do arcabouço teórico de Bourdieu, ver item 1.2.2.

inscreve-se cada uma das instituições [ou agentes] em uma linha e abre-se uma coluna sempre que se descobre uma propriedade necessária para caracterizar uma delas, o que obriga a pôr a interrogação sobre a presença ou a ausência dessa propriedade em todas as outras – isto, na fase puramente indutiva da operação; depois fazem-se desaparecer as restrições e reúnem as colunas que registram características estrutural ou funcionalmente equivalentes, de maneira a reter todas as características – e essas somente – que permitem discriminar de modo mais ou menos rigoroso as diferentes instituições [ou agentes], as quais são, por isso mesmo, pertinentes. *Este utensílio, muito simples, tem a faculdade de obrigar a pensar relacionalmente tanto as unidades sociais em questão como as suas propriedades*, podendo estas ser caracterizadas em termos de presença ou de ausência (sim-não). (29, grifos meus)

Ou seja, é possível dizer que, para construir o objeto em termos bourdiesianos, é necessário criar ou recorrer a instrumentos que impulsionem e mesmo obriguem o pesquisador a “pensar relacionalmente”. Tais instrumentos precisariam ser apropriados à análise relacional, tal qual o quadro acima sugerido, e deste modo possibilitariam a construção do espaço social.

Mediante um trabalho de construção desta natureza – que não se faz de uma só vez mas por uma série de aproximações – *constroem-se, pouco a pouco, espaços sociais* os quais – embora só se ofereçam em forma de relações objectivas muito abstractas e se não possa tocá-los nem apontá-los a dedo – são o que constitui toda a realidade do mundo social. (29, grifos meus)

Como foi visto no item anterior (1.1.1), a epistemologia racionalista aplicada e relacional de Bourdieu evolui no sentido de estabelecer relações entre posições e seus significados num campo ou espaço social, aqui entendido como metaobjeto recorrente nas pesquisas de sua fase mais madura. Neste sentido, outro elemento que terá papel crucial neste processo será o raciocínio por meio de analogias.

O raciocínio analógico, que se apoia na intuição racional das homologias (ela própria alicerçada no conhecimento das leis invariantes dos campos), é um espantoso instrumento de construção do objecto. É ele que permite mergulharmos completamente na particularidade do caso estudado sem que nela nos afogemos, como faz a idiografia empirista, e realizarmos a intenção de generalização, que é a própria ciência. (32)

Bourdieu usa e sugere a analogia como forma legítima de comparação e princípio de elaboração das relações entre as relações. Ainda sobre este modo de pensamento, se voltarmos ao que foi professado no “O Ofício”, e aqui recuperado no

tópico 1.1.1, nos reencontraremos com o princípio da primazia das relações, agora elaborado com uma maior ênfase metodológica e indicações práticas, ou seja, numa linguagem mais próxima da que ele declarou que usaria se tivesse de escrever novamente aquele primeiro livro.

O segundo princípio está relacionado à “ruptura”, outro princípio de “O ofício” que se mantém presente em sua maturidade²⁸. Disse Bourdieu que, “construir um objecto científico é, antes de mais e sobretudo, romper com o senso comum, afinal, o pré-construído está por toda parte” (34), para ele, seria preciso atentar ao “objeto pré-construído”, realizar o “salto epistemológico” e se manter sujeito a ajustes a partir da postura reflexiva do pesquisador no curso da investigação. Dentro desta perspectiva, professa-se uma atitude de “vigilância epistêmica” que implica em “tomar para o objecto o trabalho social de construção do objeto pré-construído: é aí que está o verdadeiro ponto de ruptura” (28).

Um caminho que ele apresenta para que o pesquisador possa superar tal barreira é investir no resgate e na *elaboração da história social da emergência do problema e de sua constituição progressiva*. Este seria um “instrumento poderoso” para reduzir os riscos de vir a se tornar “objeto dos problemas que toma como objeto” (37).

Um dos instrumentos mais poderosos da ruptura é a história social dos problemas, dos objectos e dos instrumentos de pensamento, quer dizer, do trabalho social de construção de instrumentos de construção da realidade social (como as noções comuns, papel, cultura, velhice, etc., ou os sistemas de classificação) que se realiza no próprio seio do mundo social, no seu conjunto, neste ou naquele campo especializado e, especialmente, no campo das *ciências sociais*. (36)

Acredito que Bourdieu procura alertar aqui para as “verdades” autojustificadas do que costumou chamar de *doxa*, um conjunto de ideias tomadas como evidentes, socialmente compartilhadas, e não questionadas tanto pelo senso comum quanto pela prática de pesquisa que não se dá de modo reflexivo. Para Bourdieu, quando não se leva a sério a reconstituição progressiva da história social do problema, o pesquisador é projetado à condição de objeto daquilo que se propõe a estudar, justamente por não questionar as pré-noções do senso comum e de sua área científica. Como fazer então para não cair nesta armadilha inerente ao ofício sociológico?

²⁸ Mesmo que com intensidade distinta, como pode ser visto em “A Miséria do Mundo” (Bourdieu, 2003 [1993]).

Para não ser objecto dos problemas que se tomam para objecto, é preciso fazer a história social da *emergência* desses problemas, da sua constituição progressiva, quer dizer, do trabalho colectivo – frequentemente realizado na concorrência e na luta – o qual foi necessário para dar a conhecer e fazer reconhecer estes problemas como *problemas legítimos*, confessáveis, publicáveis, públicos, oficiais: podemos pensar nos problemas da família, do divórcio, da delinquência, da droga, do trabalho feminino, etc. Em todos os casos, descobrir-se-á que o problema, aceite como evidente pelo positivismo vulgar (que é a primeira tendência de qualquer investigador), foi *socialmente produzido*, num trabalho colectivo de construção da realidade social e por meio desse trabalho; e foi preciso que houvesse reuniões, comissões, associações, ligas de defesa, movimentos, manifestações, petições, requerimentos, deliberações, votos, tomadas de posição, projectos, programas, resoluções, etc. Para que aquilo que era e poderia ter continuado a ser um problema *privado*, particular, singular, se tornasse num *problema social*, num problema público, de que se pode falar *publicamente* – pense-se no aborto, ou na homossexualidade – ou mesmo num problema oficial, objecto de tomadas de posição oficiais, e até mesmo de leis e decretos. (37)

Foi nestes termos que naquele seminário Bourdieu professou como fazer para construir objetos à sua maneira. As marcas desta lição ficaram na “série de exemplos” também maduros que ele mesmo deixou em celebrados trabalhos como “A Distinção” e “*Homo Academicus*”, dentre muitos outros também elaborados a partir de sua concepção-prática de pesquisa centrada no processo de construção de objetos. Entretanto, é pertinente lembrar que, para fazer como Bourdieu fazia, o pesquisador não pode se dirigir ao campo empírico “desarmado”, ele precisa incorporar a concepção bourdiesiana de teoria e os instrumentos criados sob sua medida, *a partir e para este tipo de prática sociológica*.

1.2 A teoria como prática e seus instrumentos

“The only sociologically valuable reading of sociological work is practical reading, one that enables us to appropriate – to make our own and make own use of – the sociological habitus that produce it.” (Brubaker, 1993: 218)

“construction an object is not the same thing as drawing up a ‘research project’ ... All of which does not mean that one confronts the object totally disarmed. You have some general principles of method that are in a sense inscribed in the scientific habitus. The sociologist’s metier is exactly that – a theory of the sociological construction of the object, converted into a habitus. When you possess this métier, you master on a practical state everything that is contained in the fundamental concepts: habitus, field, and so on. ... Let’s take an example...” (Bourdieu, 1991: 252-3)

1.2.1 Teoria: uma prática social como outras

Não é à toa que a palavra “combate” compõe o título do documentário de Pierre Carles sobre Bourdieu. Era deste modo que ele observava a sociologia, como “um esporte de combate”²⁹. Na academia francesa, foram diversas as lutas nas quais Bourdieu se empenhou. Em particular, uma é pertinente neste contexto: a luta contra o que chamava de “teoria teórica”. Contra esta, o significado que Bourdieu atribui ao termo teoria é fascinante, intrigante e, ao mesmo tempo, *prático e estratégico*.

Diferente da teoria teórica – discurso profético ou programático que tem em si mesmo o seu próprio fim e que nasce e vive da defrontação com outras coisas –, *a teoria científica apresenta-se como um programa de percepção e de acção só revelado no trabalho empírico em que se realiza*. Construção provisória elaborada para o trabalho empírico e por meio dele, ganha menos com a polêmica teórica do que com a defrontação com novos objetos [...]. *Tratar da teoria como um modus operandi que orienta e organiza praticamente a prática científica é, evidentemente, romper com a complacência um pouco feiticista que os ‘teóricos’ costumam ter para com ela*. (Bourdieu, 1989b [1984]: 59-60, grifos meus)

Se, por um lado, o que dizia Bourdieu sobre teoria tem um caráter indissociavelmente prático, ou seja, ela serve à necessidade de orientação da prática de pesquisa, por outro, tal concepção lhe serviu para se posicionar contrariamente aos adversários científicos adeptos da “teoria teórica”. Gostaria de enfatizar aqui a utilidade investigativa significada por Bourdieu por meio do termo teoria, muito embora, para tal, seja inevitável também considerar sobre a segunda.

Um modo apropriado de tratar sua concepção de teoria advém do argumento de Brubaker (1993: 213, grifos meus em negrito):

The practical efficacy of theory, I think, is better captured in the *sociological* terms suggested by Bourdieu. **As a social practice like others**, social research is governed and informed by internalized dispositions, not by codified propositions, by the practical logic of the habitus, not by the theoretical logic set forth in treatises and text books.

Aceito, como Brubaker (1993: 212), o convite do próprio Bourdieu para “tratar teoria como *habitus*” e compreender devidamente seu significado prático. A concepção de teoria como *habitus* e prática sociológica, me é interessante por atrelar o trabalho

²⁹ Pierre Carles (2001), *La sociologie est en sport de combat*, apresenta registros do período entre 1998 e 2001.

teórico ao seu valor de uso investigativo, ou seja, sua serventia ao que se quer estudar e assim observá-lo como mais uma prática social, desmistificando-a e desempenhando-a de modo reflexivo, afinal, “thinking of theory as *habitus* permits one to talk about Bourdieu’s concepts by applying them reflexively to themselves” (212).

Ao menos foi assim que se deu no caso do próprio Bourdieu, afinal, é claro que tal concepção de teoria esteve vinculada a uma série de aspectos relativos à formação acadêmica de Bourdieu, às suas experiências de pesquisa, estratégias de tomada de posição no campo científico francês e até mesmo seus traços de personalidade (Brubaker, 1993: 226)³⁰, enfim, tudo isso acaba se refletindo em sua prática científica. Foi assim que Bourdieu seguiu a manipular instrumentos conceituais em função do sentido que dava ao jogo da produção científica enquanto ele próprio o jogava. Há um “senso prático” aí que se amplia no percurso de investigação, uso e reelaboração teórica que governa a prática da pesquisa – também movida por esta capacidade abstrativa que se desenvolve ao praticá-la. Afinal, “it is not only sociological perception that is governed by the ingrained dispositions of the sociological *habitus*, but even, to a considerable extent, the sort of general and abstract thinking called theorizing” (Brubaker, 1993: 215).

É ao enfrentar o desafio da pesquisa empírica com a convicção de que ele inevitavelmente implicará em reflexão e revisão teórica que o pesquisador se apresenta ao fenômeno, com uma postura modesta perante o que declara querer estudar, crente de não possuir uma “teoria teórica” previamente formatada e definitiva ao seu respeito. Ao mesmo tempo, precisa ele estar instruído e munido de uma atitude teórica que pode ser entendida, com Bourdieu, como “um programa de percepção e de ação”. Este segue orientando, se revelando e sendo remodelado em seu uso, onde a teoria pode mostrar seu valor e alcance. E o pesquisador, reflexivamente, procura colocar suas teorias prediletas sob o crivo daquela nova experiência de pesquisa e do objeto de estudo que, ao longo dela, se elabora (como bem ensinou Popper).

³⁰ “Bourdieu’s own sociological *habitus* owes many of its distinctive inflections to this prior scholastic, philosophical, and ethnological formation, and he has himself suggested in passing the importance of his temperament, his basic intellectual sympathies and antipathies, for his sociological formation” (Brubaker, 1993: 226). Um bom exemplo também seria o investimento no afastamento de suas origens estruturalistas e a eterna crítica ao existencialismo e à sua filosofia do sujeito, afinal, o conceito de *habitus* emergirá deste contexto. Aqui também penso valer a pena recuperar o que diz Brubaker (1993: 217): “Bourdieu’s texts are not the products of a pure scientific reason; they are products – and instruments – of particular intellectual strategies and struggles. Hence they must be read in relation to the intellectual fields in and for which they were produced and the intellectual strategies that defines Bourdieu’s trajectory in those fields. The emphases vary considerably from text to text, depending on the particular field or fields in which the text is situated and the structure of those fields at the time the text was written”.

A partir disso, é possível pensar teoria como conhecimento conjectural (Popper, 2006) de partida do qual um pesquisador se arma para enfrentar a investigação empírica. A teoria assim está condenada a somente funcionar como prática, a ser usada e fortalecida ou retocada, e até mesmo descartada, em decorrência desta.

1.2.2 Noções elementares: *habitus*, campo e capital

“It is not simply in the classroom or on the lecture circuit but also in and through his published texts that Bourdieu pursues his sociological pedagogy, propaganda and proselytism, all of which are part of the same practical project of inculcating a set of thinking tools, a manner of grasping the world sociologically.” (Brubaker, 1993: 218, grifo meu)

Uma vez exposta tal concepção, me dedico à apresentação da gênese e do uso dos conceitos-noções que serviram como instrumentos em tal prática teórica. Os termos³¹ *habitus*, campo e capital são recuperados em função das seguintes questões: quando surgiram em sua obra e com que propósito? Quais seriam suas utilidades analíticas? O que dizia Bourdieu sobre eles em sua maturidade?

Três pontos importantes antes disso. O primeiro é lembrar que Bourdieu nos oferece conceitos heurísticos e abertos (Santoro, 2011) que, por exemplo, em texto de análise retrospectiva de sua principal obra (Bourdieu, 1996a) também chama de noções. Tais noções seriam instrumentos criados e propostos por ele para a prática da sua “sociologia reflexiva”, mas que, por inerente característica constitutiva, estão abertas a ressignificações a partir de novos usos. É a prática científica rigorosa e reflexiva que comanda seus significados, e não o contrário. Fazer sociologia bourdiesiana é fazer aberto e bom uso de tais noções a partir dos desafios impostos pelos novos problemas que emergem e tomam a atenção e o interesse do pesquisador. Como se é possível aprender com Wittgenstein (1999 [1953]), é na performance da palavra, em seu uso naquela proposição proferida em específica situação, que precisamos observar seu sentido. Assim, definições tendem a não fazer muito sentido uma vez que sempre

³¹ É válido ressaltar que tais termos são interligados em seu arcabouço por outros também recorrentes no jargão bourdiesiano, tais como: posição e tomada de posição, estratégia e interesse, sentido do jogo, *doxa*, *illusio*, etc. Entretanto, não penso ser pertinente discorrer aqui sobre cada um deles uma vez que, ao meus olhos, tanto seus significados são decorrentes e relativos aos três principais dos quais trato em sequência, quanto eles tenderão a emergir conforme a necessidade do seu uso ao longo da tese.

estaremos lidando com usos circunstanciais dos termos, ou seja, partindo das regras do jogo de linguagem no qual se dá cada uso³².

O segundo ponto é encontrado na consideração de Derek Robbins (2000) a partir da posição bourdiesiana em relação ao significado de conceitos:

When we conceive something, we are involved in an active process. A concept is what we produce in the process of conceiving or conceptualisation which is retrospectively called conception. Concepts, therefore, are objects. They are thrown out in the process of conceiving and they acquire an existence which is independent of the process. ... *Concepts are tools by which we define and classify phenomena. They do not have intrinsic meaning. They do not represent real things but themselves acquire objective reality as they function in helping us to make sense of things and objects. Their uses are transitory. They are never destroyed but they are always superseded. They have an in-built functional obsolescence.* (Robbins, 2000: 25, grifos meus)

Nesta visão, era assim que Bourdieu entendia o significado dos conceitos que usava, não como designadores das coisas do real, mas sim como uma realidade objetiva criada (Robbins, 2000: 35). Tal modo de observar seus próprios conceitos reforça o caráter contingente e conjectural da teoria neste modo de fazer sociologia como uma ciência, necessariamente, teórica e empírica.

O terceiro e último ponto recupero de Vandenberghe (1999: 21), “as noções de campo, capital e *habitus* não podem ser definidas separadamente; na verdade, o campo é idêntico à distribuição de capital e o *habitus* é idêntico ao campo, embora analisado a partir de uma perspectiva diferente”. De modo geral, tais noções precisam umas das outras para se sustentarem ou mesmo serem expostas de modo apropriado, elas “podem ser definidas, mas somente dentro do sistema teórico que elas constituem” (Bourdieu e Wacquant, 1992: 96), afinal, elas servem para o estudo de aspectos específicos dos fenômenos sociais tomados como objetos de pesquisa e reconstruídos como tais nos termos bourdiesianos. Como é possível observar a seguir, cada uma delas se volta para dimensões analíticas daquilo que se toma da vida social cotidiana e se reelabora como objeto de pesquisa.

³² Por outro lado, se esta tese está estruturada a partir da sociologia bourdiesiana, acredito que se faz necessário, ao menos neste tipo de trabalho científico, apresentar o contexto elaborativo de tais termos, uma ideia geral sobre a utilidade deles e o modo como o autor os dizia em sua maturidade. É este o movimento que se pretende fazer aqui tal qual anunciado nas questões do parágrafo anterior.

Habitus

Uma forma que penso ser pertinente de resgatar a reflexão madura de Bourdieu, sobre a origem e o uso de seus conceitos-noções, é recuperando suas próprias palavras em texto retrospectivo no qual se dedica à reconstituição da gênese dos conceitos de *habitus* e de campo. É nele que se contextualiza a origem do termo *habitus* em sua sociologia.

Nunca me pareceu indispensável fazer a genealogia de conceitos que, não tendo nascido de partenogênese teórica, não ganham muito em serem re-situados em relação aos usos anteriores, tendo **por função, sobretudo, designar de maneira estenográfica, uma postura teórica, princípio de opções metódicas, tanto negativas como positivas, na condução da pesquisa.** Neste sentido, por exemplo, a noção de *habitus* exprime sobretudo a recusa a toda uma série de alternativas nas quais a ciência social se encerrou, a da consciência (ou do sujeito) e do inconsciente, a do finalismo e do mecanicismo, etc. Quando introduzi aquela noção, por ocasião da publicação em francês de dois artigos de Panofsky [...] **ela permitia-me romper com o paradigma estruturalista sem cair na velha filosofia do sujeito ou da consciência,** a da economia clássica e do seu *homo economicus* [...]. Retomando a velha noção aristotélica de *hexis*, convertida pela escolástica em *habitus* eu desejava reagir contra o estruturalismo e a sua estranha filosofia da acção. (Bourdieu, 1989b: 60-1, grifos meus em negrito)

Um pouco mais adiante, segue ele explicando sua posição em termos relacionais, que os primeiros usos do termo reflete e tem como origem a “estratégia prática do seu *habitus* científico” e até mesmo o que intencionava com o uso da palavra quando o introduziu, mesmo que naquela época afirmasse não ter operado um cálculo fundacional, algo que seria mais pertinente na “partenogênese teórica” que criticou acima:

Sendo as minhas posições próximas das de Chomsky que elaborava, por então, e quase que contra os mesmos adversários, a noção de *generative grammar*, **eu desejava pôr em evidência as capacidades ‘criadoras’, activas, inventivas, do *habitus* e do agente (que a palavra *hábito* não diz)**, embora chamando a atenção para a ideia de que este poder gerador não é o de um espírito universal, de uma natureza ou de uma razão humana, como em Chomsky – **o *habitus*, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista) o *habitus*, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural** –, mas sim o de um agente da ação: tratava-se de chamar a atenção para o ‘primado da razão prática’ de que falava Fichte, retomando ao idealismo, como Marx sugeria nas *Teses sobre Feuerbach*, o ‘lado ativo’ do conhecimento prático que a tradição materialista ... **Não há dúvida que as primeiras aplicações por mim feitas da noção de *habitus* comportavam pouco mais ou menos tudo isso, mas apenas em estado implícito: eram, com efeito, o produto não de um cálculo teórico semelhante ao que acabo de fazer** mediante uma balizagem sistemática do espaço teórico mas sim como **uma estratégia prática do *habitus* científico**, espécie de sentido do jogo que não tem necessidade de raciocinar para se orientar e se situar de maneira racional no espaço. (61-2, grifos meus em negrito)

Bourdieu (1989b: 62) afirma então que “a sua força teórica residia precisamente na direcção da pesquisa por ela designada a qual está na própria origem da superação que tornou possível”. E seria tal força que o aproximaria dos outros utilizadores do termo “parece-me, com efeito que, em todos os casos, os utilizadores da palavra *habitus* se inspiravam numa intenção teórica próxima da minha, que era de sair da filosofia da consciência sem anular o agente na sua verdade de operador prático de construção de objeto”.

Publicado no terceiro período de sua carreira, “A gênese dos conceitos de *habitus* e campo” é para Robbins (2000: 26) um “indicativo da insistência estratégica de Bourdieu de que ambos, a sua carreira e seus conceitos, são misturas não intencionais de estratégia e contingência”. Robbins também observa que “quando Bourdieu começou a usar o conceito de *habitus*, ele estava procurando por um conceito com o qual pudesse descrever ações estratégicas localizadas” (27), e que tanto em seus estudos argelinos quanto naqueles sobre a condição campesina francesa, o conceito nega qualquer separação corpo-mente, justamente ao ajudá-lo a elaborar sua explicação para as estratégias adaptativas e de aculturação dos trabalhadores cabilas na Argélia ou da falta de habilidade dos agricultores solteiros para a dança no seu Béarn, considerando o indivíduo de modo integral, aliás, como portador em seu corpo de aspectos

significativos da história da coletividade da qual é filho³³. Para Bourdieu, “the *habitus* embodies the attitudes which we inherit, but does not constitute a stimulus which conditions how we must behave. [...] We do not regulate our present actions by reference to any future goal. Our actions are not purposeful but, rather, continuously adaptative” (Robbins, 2000: 29).

A noção ganha uma primeira formulação articulada em “Esboço de uma teoria da prática” (Bourdieu, 1977 [1972])³⁴ e em “A Distinção” seu uso é consagrado. Nesta obra, Bourdieu (2007b [1979]) faz seu uso para comparar práticas culturais que distinguiriam as posições sociais ocupadas pelos indivíduos na sociedade francesa (estudada como um espaço social) de seu tempo. A hierarquia valorativa daquela sociedade possibilitava que seus membros classificassem e fossem classificados³⁵ tal qual o modo como se mostravam à vontade com o manuseio de talheres, eram capazes de apreciar ou não a culinária refinada, reconhecer se a raquete de tênis está sendo empunhada de modo apropriado, enfim, explicitar seu “gosto de classe”. O que estaria por traz deste gosto demonstrado seria o que Bourdieu denominava de *habitus*, um conjunto de disposições, “estruturas estruturantes” incorporadas e orientadoras da prática, que serviria como instrumento capaz de, em termos analíticos, posicionar cada indivíduo numa classe (ou fração de classe) e em relação aos outros.

No texto publicado a partir de conferência ministrada na Universidade de Todai (outubro de 1989), Bourdieu (1996a: 13-33) coloca o que diz ser a noção de *habitus* e qual seria uma das suas funções:

³³ Para Bourdieu, a falta de habilidade para a dança dos camponeses do Béarn não poderia ser reduzida a uma falta de aptidão física para a execução de tal atividade. Tal constatação estava diretamente relacionada à dinâmica do não matrimônio, da vida cotidiana daqueles jovens e da visão de mundo das moças oriundas daquele contexto. A história daquela coletividade estava “inscrita no corpo” de cada um deles (ver Bourdieu, 2006 [1962]).

³⁴ Livro no qual é apresentado o aparato teórico-conceitual de Bourdieu.

³⁵ Lembro que “luta de classes e luta de classificações” é um dos bordões favoritos de Bourdieu que observava a sociedade como uma empresa taxonômica na qual uns classificam e se (des)qualificam sempre em relação aos outros.

Uma das funções da noção de *habitus* é a de dar conta da unidade de estilo que vincula as práticas e os bens de um agente singular ou de uma classe de agentes [...]. O *habitus* é esse princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição em um estilo de vida unívoco, isto é, em um conjunto unívoco de escolhas de pessoas, de bens, de práticas.

Assim como as posições das quais são o produto, os *habitus* são diferenciadores. Distintos, distinguidos, eles são também operadores de distinções: põem em prática princípios de diferenciação diferentes ou utilizam diferenciadamente os princípios de diferenciação comuns.

Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas – o que o operário come, e sobretudo sua maneira de comer, o esporte que pratica e sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondentes do empresário industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes. Eles estabelecem as diferenças entre o que é bom e mau, entre o bem e o mal, entre o que é distinto e o que é vulgar etc., mas elas não são as mesmas. Assim, por exemplo, o mesmo comportamento ou o mesmo bem pode parecer distinto para um, pretensioso ou ostentatório para outro e vulgar para um terceiro. (Bourdieu 1996a [1994]: 22)

Este trecho, proferido em sua maturidade, explicita o que intencionava significar quando recorria à noção. A sua função é atrelada à análise daquilo que estaria “por trás” das práticas sociais e, inevitavelmente, vincularia ou diferenciaria um agente de outro – de acordo com a “luta de classificação” em voga e na hierarquia valorativa do “espaço social” em questão. Tal distinção estaria situada no “sentido de ação” social adquirido ao longo da vida e imersão em determinados contextos sociais (e não noutros), seria ela que orientaria o conjunto de práticas sociais dos agentes, e conferiria o sentido do que poderia ser empiricamente observado numa específica ação social em análise. O *habitus* seria então uma noção que orienta tal busca do pesquisador pelo sentido daquilo que se faz e que está além do hábito, afinal, para Bourdieu, os indivíduos nem são autômatos que agem conforme padrões previamente determinados por uma estrutura, nem são orientados pela escolha racional entre as opções disponíveis.

Brubaker (1993: 217) faz uma leitura pertinente não somente a este, mas também aos demais conceitos-instrumentos do ferramental teórico bourdiesiano:

Bourdieu was not defining but rather was characterizing the concept of habitus in a variety of ways in order to communicate a certain theoretical stance or posture, to designate – and inculcate – a certain way of looking at the world. The same could be said of the other fundamental concepts: interest, capital, strategy, field and so forth.

Campo

É de modo similar ao que ocorreu com a gênese da noção de *habitus* que Bourdieu se refere à noção de campo:

a mesma atitude esteve na origem do emprego do conceito de *campo*. Também aqui a noção serviu primeiro para indicar uma direção à pesquisa, definida negativamente como recusa à alternativa da interpretação interna e da explicação externa, perante a qual se achavam colocadas todas as ciências das obras culturais, ciências religiosas, história da arte ou história literária [, em comum entre elas, ...] o facto de **ignorarem o campo de produção como um espaço social de relações objetivas**. (Bourdieu, 1989b: 64, grifo meu em negrito)

Foi seguindo neste caminho, em busca de um abordagem a tal espaço social de relações objetivas (entre produtores de um campo), que em meados da década de 1960 se tornou explícito o desenvolvimento da noção em sua obra.

At first the concept was used in parallel with the concept of *habitus* in opposition to structuralist thinking. One reading of ‘Intellectual field and creative project’ (1996) would be to say that Bourdieu equated ‘fields’ with ‘structures’. [...] As Bourdieu has himself implied, however, the achievement of ‘Intellectual field and creative project’ was limited. It transformed authors into producers of fields rather than texts [...]. It was only in the late 1960s and early 1970s that it became clear that Bourdieu was seeking to produce a way that was derived analogously from the physical sciences. Bourdieu contended that he was subscribing to the approach of modern science that Cassirer had made explicit – that it involved a ‘relational mode of thinking’. (Robbins, 2000: 37)

Quer seja em “O Ofício”, na evolução da construção da ideia de espaço social como metaobjeto, nas lições que proferiu sobre a sua “sociologia reflexiva”, ou na elaboração de suas noções (enquanto instrumentos conceituais), o pensamento relacional-analógico se faz presente na trajetória investigativa e criativa de Bourdieu. É justamente tal modo de pensar que o orienta no sentido da elaboração da noção e, ao mesmo tempo, torna-se o propósito da sua concepção quando observado em retrospectiva por ele próprio.

Com efeito, mediante uma crítica da visão interacionista das relações entre os agentes religiosos proposta por Weber que implicava uma crítica retrospectiva da minha representação inicial do campo intelectual, eu propunha uma construção do campo religioso como *estrutura de relações objetivas* que pudesse explicar a forma de uma tipologia realista. Nada mais restava a fazer do que pôr para funcionar o instrumento de pensamento assim elaborado para descobrir, aplicando-o a domínios diferentes [...]. As transferências metódicas de modelos baseados na hipótese de que existem homologias estruturais e funcionais entre todos os campos, ao invés de funcionarem como simples metáforas orientadas por intenções retóricas de persuasão, têm uma eficácia heurística eminente, isto é, a que toda a tradição epistemológica reconhece à analogia. (Bourdieu, 1989b: 66-7)

Bourdieu assim explicou a apropriação crítica que fez de Max Weber e os desdobramentos vislumbrados a partir da repercussão do modo de pensamento relacional-analógico, agora configurado na noção de “campo”, quando aplicado noutros domínios. Tais domínios poderiam ser abordados a partir da analogia estrutural e funcional, intuída e consubstanciada em seu modelo (*habitus-campo-capitais*), estando eles pertinentemente sujeitos a serem estudados por meio do pensamento relacional estenografado no termo.

A teoria geral dos campos que, pouco a pouco, se foi assim elaborando, nada deve, ao contrário do que se possa parecer, à transferência, mais ou menos repensada, do modo de pensamento econômico, embora, ao reinterpretar numa perspectiva relacional a análise de Weber, que aplicava à religião um certo número de conceitos retirados da economia (como concorrência, monopólio, oferta, procura, etc.), me achei de repente no meio de propriedades gerais, válidas nos diferentes campo, que a teoria econômica tinha assinalado sem delas possuir o adequado fundamento teórico. Em vez de ser a transferência que está na origem da construção do objeto [...] é a construção do objecto que exige a transferência e a fundamenta (Bourdieu, 1989b: 66-7).

De modo geral, as propriedades dos campos foram sumarizadas por Bourdieu (1984: 111-120) num curso ministrado em 1976 na *École normale supérieure* e posteriormente publicado em *Questions de Sociologie*. Ao introduzir um texto no qual discute a definição e o uso do termo na obra de Bourdieu, Bernard Lahire (2001: 24-26) apresenta “os elementos fundamentais e relativamente invariantes da definição de campo que podemos extrair das diferentes obras e artigos” do autor³⁶. Boschetti (2003:

³⁶ Um campo é um microcosmo dentro de um macrocosmo que constitui o espaço social (nacional) global; cada campo tem as regras do jogo específicas, irredutíveis às regras do jogo em outros campos; este espaço é um espaço de lutas entre os diferentes agentes ocupando as diferentes posições; as lutas têm por motivo a apropriação de um capital específico ao campo e/ou a redefinição deste capital; o capital é inegavelmente distribuído no seio do campo, então existem os dominantes e dominados; a

26; 2010: 49) aponta que a teoria dos campos é delineada em uma série de obras, porém a versão mais completa e articulada, bem como sua aplicação, pode ser vista em “As Regas da Arte”. Neste trabalho, Bourdieu (1996b [1992]) reconstrói a gênese do campo literário francês por meio do posicionamento dos escritores no espaço social das relações objetivas entre eles. Assim aponta para a necessidade de ir além da análise dos textos para a análise das diferenças entre suas condições de produção e mesmo as posições dos seus autores naquele campo específico e no espaço social de modo geral.

Ao empreender tal movimento de compreensão do que estaria por trás da aparente genialidade e gratuidade geradora de um ou outro produto social, acreditava ele que

compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, *tornar necessário*, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os actos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir. (Bourdieu, 1989b: 69)

Se a gênese da noção de *habitus* produz um instrumento que permite ao pesquisador enfatizar o nível analítico individual ou grupal (de uma classe), a noção de campo municia o pesquisador com uma ferramenta que tem o potencial de apoiar o entendimento das relações entre as posições ocupadas e do “sentido do jogo” em perspectiva contextual – além de, como foi visto, servir de orientação à própria construção do objeto.

distribuição desigual do capital determina a estrutura do campo, que é então definida pelo estado de uma relação de força histórica entre as forças (agentes, instituições) presentes no campo; as estratégias dos agentes são compreendidas se nós as relacionamos a suas posições dentro do campo; entre as estratégias invariantes, nós podemos notar a oposição entre as estratégias de conservação e as estratégias de subversão (do estado da relação de força existente), os primeiros mais frequentemente os dominantes e os segundos os dominados (e, entre eles, mais particularmente os “novos entrantes”), esta oposição pode tomar a forma de um conflito entre “antigos” e “modernos”, “ortodoxos” e “heterodoxos”; em luta uns contra os outros, os agentes de um campo tem ao menos interesse de que o campo exista, e então mantêm juntos uma “cumplicidade objetiva” pelas lutas que os opõem; os interesses sociais são então sempre específicos a cada campo e não se reduzem ao interesse tipicamente econômico; a cada campo corresponde um *habitus* (sistema de disposições incorporadas) próprio ao campo, somente aqueles que incorporaram o *habitus* próprio ao campo estão em situação de jogar o jogo e de crer na importância deste jogo; cada agente do campo é caracterizado por sua trajetória social, seu *habitus* e sua posição no campo; um campo tem uma autonomia relativa: as lutas que nele se desenrolam têm uma lógica interna, mas os resultados das lutas (econômicas, sociais, políticas...) externas ao campo pesam fortemente sobre as relações de força internas (Lahire, 2001: 24-26).

Foi num *workshop* organizado e oferecido em Chicago, juntamente com Wacquant, que Bourdieu registrou como pensava a noção de campo em termos analíticos.

In analytic terms, a field may be defined as a network, or a configuration, of objective relations between positions. These positions are objectively defined, in their existence and in determinations they impose upon their existence and in the determinations they impose upon their occupants, agents or institutions, by their present and potential situation (*situs*) in the structure of the distribution of species of power (or capital) whose possession commands access to the specific profits that are at stake in the field, as well as by their objective relation to other positions (domination, subordination, homology, etc). (Bourdieu e Wacquant, 1992: 96)

Aos meus olhos, a noção serve para orientar a abordagem do que se estuda, para pensar relacionalmente as posições ocupadas pelos agentes ou instituições atuantes num determinado microcosmo social, para que o pesquisador tenha em mente que as relações de forças em tal microcosmo, uma vez comparadas e diferenciadas umas das outras compõem uma teia de pontos, interações e diferentes interesses, a depender da posição contingente que se ocupa na trama. Afinal, “em cada momento, é o estado das relações de força entre os agentes que define a estrutura do campo” (Bourdieu e Wacquant, 1992: 99). A noção de campo serve deste modo para a delimitação e estudo de um conjunto de agentes ou instituições que, quer direta ou indiretamente, se relacionam entre si (por uma atividade comum que desempenham, por exemplo) num contexto histórico específico, e assim podem ser comparados uns aos outros.

Capital

Indissociável da noção de campo é a de capital. Esta, como dizem Bourdieu e Wacquant (1992: 101), “somente existe em relação a um campo”. Robbins (2000: 37) lembra que “Bourdieu desenvolveu o conceito de ‘campo’ para significar em abstrato o contexto formal no qual todo tipo de capital deve adquirir seu valor específico”. Neste sentido, a estratégia e o posicionamento de um agente num determinado campo depende do volume, da estrutura e da evolução ao longo do tempo do capital possuído. Ou seja, depende do modo como em sua trajetória social, neste percurso por meio do qual suas disposições (*habitus*) são constituídas, um determinado agente incorpora e acumula o conjunto de signos distintivos que servem tanto para que ele seja classificado quanto

para que classifique os demais agentes atuantes no espaço objetivo das posições efetivamente ocupadas (ou por serem ocupadas) naquele campo (Bourdieu e Wacquant, 1992: 100).

É acreditando ser o mundo social “história acumulada” que, em *The forms of capital*, Bourdieu (1986: 241) sintetiza o significado do termo capital em sua sociologia: “capital is accumulated labor (in its materialized form or its ‘incorporated,’ embodied form) which, when appropriated on a private, i.e., exclusive, basis by agents or groups of agents, enables them to appropriate social energy in the form of reified or living labor”³⁷. Para Santoro (2010: 145-6), “não há dúvida que a categoria de capital, entre todas aquelas que compõem a rica caixa de ferramentas desenvolvida por Bourdieu ao longo dos anos, é a mais devedora no que diz respeito à herança de Marx”. Se observado o modo como fala sobre a noção, é possível afirmar que é “com Marx que Bourdieu define o capital”, além disso, lembra tanto que “a acumulação implica tempo, a historicidade é intrinsecamente parte da ideia de capital, história como ‘hereditariedade’, ‘inércia’, como ‘aquisição de propriedade’”, quanto que “aquilo que para Marx – e o marxismo – é unitário, homogêneo, único, para Bourdieu – muito mais próximo de como se encontra em Weber que em Marx – é, ao contrário, múltiplo e descontínuo. Não ‘o capital’, mas ‘os tipos e subtipos de capitais’ diversamente distribuídos que estruturam a imanência do mundo social” (Santoro, 2010: 146; Bourdieu, 1986: 241-2).

Partindo disso, é necessário então distinguir os tipos básicos por meio dos quais Bourdieu entendia e diferenciava a noção:

³⁷ E logo em seguida explica que: “Capital, which, in its objectified or embodied forms, takes time to accumulate and which, as a potential capacity to produce profits and to reproduce itself in identical or expanded form, contains a tendency to persist in its being, is a force inscribed in the objectivity of things so that everything is not equally possible or impossible. And the structure of the distribution of the different types and subtypes of capital at a given moment in time represents the immanent structure of the social world, i.e., the set of constraints, inscribed in the very reality of that world, which govern its functioning in a durable way, determining the chances of success for practices” (Bourdieu, 1986: 241-2).

Depending on the field in which it functions, and at the cost of the more or less expensive transformations which are the precondition for its efficacy in the field in question, capital can present itself in three fundamental guises: as *economic capital*, which is immediately and directly convertible into money and may be institutionalized in the forms of property rights; as *cultural capital*, which is convertible, on certain conditions, into economic capital and may be institutionalized in the forms of educational qualifications; and as *social capital*, made up of social obligations ('connections'), which is convertible, in certain conditions, into economic capital and may be institutionalized in the forms of a title of nobility. (Bourdieu, 1986: 242)

Entre tais formas, haveria a possibilidade de conversão de um tipo de capital noutro, a “ideia de *convertibilidade* está entre as mais fecundas deixadas por Bourdieu” (Santoro, 2010: 148). Entretanto, há uma série de nuances a serem observadas nas possibilidades e nos limites das conversões:

The different types of capital can be derived from economic capital, but only at the cost of a more or less great effort of transformation, which is needed to produce the type of power effective in the field in question. For example, there are some goods and services to which economic capital gives immediate access, without secondary costs; others can be obtained only by virtue of a social capital of relationships (or social obligations) which cannot act instantaneously, at the appropriate moment, unless they have been established and maintained for a long time, as if for their own sake, and therefore outside their period of use, i.e., at the cost of an investment in sociability which is necessarily long-term because the time lag is one of the factors of the transmutation of a pure and simple debt into that recognition of nonspecific indebtedness which is called gratitude. (Bourdieu, 1986: 53-4)

Em sua análise da gênese social dos instrumentos bourdieusianos de pensamento, Robbins (2000: 33) diz que “Bourdieu usou pela primeira vez o termo ‘capital’ em *Les Étudiants et leurs études* (1964) para discutir que a análise da performance do estudante não seria nem um reflexo direto de habilidades individuais inatas nem da classe social”. O próprio Bourdieu explica como surgiu esta noção em sua sociologia e em que implicava tomá-la como ponto de partida:

La notion de capital culturel s'est imposée d'abord comme une hypothèse indispensable pour rendre compte de l'inégalité des performances scolaires des enfants issus des différentes classes sociales en rapportant la 'réussite scolaire', c'est-à-dire les profits spécifiques que les enfants des différentes classes peuvent obtenir sur le marché scolaire à la distribution du capital culturel entre les classes et les fractions de classes. Ce point de départ implique une rupture avec les présupposés inhérents aussi bien à la vision ordinaire qui tient le succès ou l'échec scolaire pour un effet des 'aptitudes' naturelles qu'aux théories du 'capital humain'. (Bourdieu, 1979: 3)

Mais uma vez, Bourdieu diz ter desenvolvido a noção em função de problemas de pesquisa empírica, implicando ela em romper tanto com a visão do senso comum, que reduz à aptidão do indivíduo as razões do seu desempenho escolar, quanto com a ideia de "capital humano" (de Gary Becker). Na visão de Bourdieu (1986: 243), os economicistas realizavam análises equivocadas no tema por não considerarem "o investimento educacional mais escondido e socialmente determinante, nomeadamente, a transmissão doméstica do capital cultural".

Segundo ele, seriam três as formas por meio das quais poderia existir aquilo que denominava de capital cultural:

in the *embodied* state, i.e., in the form of long-lasting dispositions of the mind and body; in the *objectified* state, in the form of cultural goods (pictures, books, dictionaries, instruments, machines, etc.), which are the trace or realization of theories or critiques of these theories, problematics, etc.; and in the *institutionalized* state, a form of objectification which must be set apart because, as will be seen in the case of educational qualifications, it confers entirely original properties on the cultural capital which it is presumed to guarantee. (Bourdieu, 1979: 3; Bourdieu, 1986: 242)

Tais formas podem ser também entendidas como produto de uma intenção investigativa direcionada para três níveis de análise distintos: o indivíduo enquanto unidade de uma sociedade; os bens materiais como signos de diferenciação e classificação social; e as instituições (tais como Estado, Igreja e Mercado) que detém o poder de emitir documentos, certificações e títulos de valor cultural socialmente reconhecido.

Outro tipo de capital estaria vinculado à capacidade de acesso a determinadas informações e oportunidades em razão dos relacionamentos e círculos sociais dos quais um indivíduo participa (ou não). A noção de capital social foi professada por Bourdieu do seguinte modo:

Social capital is the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition – or in other words, to membership in a group – which provides each of its members with the backing of the collectivity-owned capital, a ‘credential’ which entitles them to credit, in the various senses of the word. ... The volume of the social capital possessed by a given agent thus depends on the size of the network of connections he can effectively mobilize and on the volume of the capital (economic, cultural or symbolic) possessed in his own right by each of those to whom he is connected. (Bourdieu, 1986: 51)

Além destes, Santoro (2010: 149-50) lembra da importância de um quarto tipo de capital, o simbólico, que funcionaria em nível analítico diverso dos anteriores, sendo algo como um meta-capital. Destacado por Bourdieu em seus estudos sobre a sociedade cabila de modo inicialmente vinculado à ideia de honra, a noção de capital simbólico adquiriu um sentido mais profundo como conceito analítico, ou seja, “parece ser aquele de capturar uma dimensão, ou melhor, um efeito de cada forma de capital enquanto *reconhecido* ou *incompreendido* pelos agentes sociais”.

Em outras palavras, para Bourdieu não conta somente a quantidade de capital que se possui enquanto tal, mas sim a percepção que há, da parte dos outros e de si mesmo, daquele capital no espaço social: cada capital, inclusive o econômico, tem uma dimensão que melhor produz efeitos em termos de capital simbólico, na medida que se torna reconhecido, e acima de tudo, para Bourdieu, é negado, escondido, ou dissimulado. (Santoro, 2010: 149)

Para Bourdieu (2007b [1979]), a noção de capital serve para analisar o conjunto de recursos e poder efetivamente utilizáveis pelos agentes, portadores de um *habitus* e ocupantes de posições, num determinado campo.

Em síntese, entendo a noção de capital como um instrumento que Bourdieu usa para objetivar poder e recursos, bem como situá-los num nível de análise e campo específico; campo como esferas microssociais que, quando justapostas, constituem o espaço social; e *habitus* como o “conjunto de disposições” incorporadas pelos indivíduos. De fato, o próprio Bourdieu (1996a [1994]) se refere a estes termos como equivalentes: espaço social ou campo, *habitus* ou disposições, capital ou poder.

De modo geral, como bem colocam Swartz e Zolberg (2004: 4), Bourdieu propõe uma teoria “that integrates culture, power, and social structure within his key concepts, such as *habitus* and field, and calls for their reflexive application in every substantive empirical investigation”. É justamente o desafio do uso reflexivo das

noções-instrumentos de pensamento elaboradas por Bourdieu que se propõe nesta tese, algo que pode ser sintetizado nas palavras de Brubaker (1993: 220), “by treating the concepts and theories as designators of sociological dispositions permits us to move from text to *habitus*, from Bourdieu’s *opus operantum* to his *modus operandi*”.

Acredito que tal *modus operandi* possa ser entendido como uma linguagem sempre sujeita a ressignificações decorrentes da construção e estudo de cada novo objeto. Ou seja, uma linguagem criativa, que foi originalmente elaborada a partir de tal processo longo e continuado de aproximações sucessivas estenografado por ele no termo “construção do objeto”. É por meio deste que ele significa sobre o que pode ser observado no cotidiano e (re)configurado como problema de pesquisa.

1.3 Uma interpretação pragmática: *modus operandi* como linguagem

“An invitation to think with Bourdieu is of necessity an invitation to think beyond Bourdieu, and against him whenever required” (Loïc Wacquant)

“Pronunciar uma palavra é como tocar uma tecla do piano da imaginação” Wittgenstein

A fertilidade do legado de Bourdieu está bem mais no potencial criativo inerente ao modo como foram elaboradas suas convicções do que em qualquer tipo de inócua repetição. O próprio convite tomado de epígrafe, feito no prefácio de *An invitation to a reflexive sociology*, demarca que sua concepção de sociologia se oferta e, ao mesmo tempo, desafia a própria reconstrução crítica. Pensar com Bourdieu é também pensar contra ele, afinal, seu modo de pensar autoriza a construção adaptativa-reflexiva a partir dele. Mais que isso, acredito que agir deste modo é ser o mais fiel possível ao seu construtivismo.

Nestes termos, com consciência do que gostaria de transmitir a partir dos seus trabalhos, ele recorre a uma bela alegoria musical para explicitar suas intenções neste sentido:

se é permitida esta analogia, diria que trabalhos científicos são parecidos com uma música que fosse feita não para ser mais ou menos passivamente escutada, ou mesmo executada, mas sim para *fornecer princípios de composição*. Compreender trabalhos científicos que, diferentemente dos textos teóricos, exigem não a contemplação mas a aplicação prática, *é fazer funcionar praticamente, a respeito de um objeto diferente, o modo de pensamento que nele se exprime*, é reactivá-lo num novo acto de produção tão inventivo e original como o acto inicial. (Bourdieu, 1989b: 63-64, grifos meus)

A força do pensamento analógico na prática científica é reconhecida, utilizada e sublinhada repetidas vezes por Bourdieu. Foi este o modo que ele escolheu para insinuar que seu trabalho oferece “princípios de composição” e não uma “ópera” pronta a ser executada repetidamente, mesmo que com perfeição. O desafio que nos deixa é praticar seu modo de pensar, sua linguagem, recriando-o no próximo ato de produção científica.

Foi com isso em mente que me dediquei à leitura do segundo Wittgenstein (W. II), mais especificamente, de suas *Investigações filosóficas*. Ele foi um dos filósofos dos quais Bourdieu mais se serviu. Perguntado em abril de 1985 porque o citava recorrentemente³⁸, respondeu do seguinte modo:

Wittgenstein é sem dúvida o filósofo que me tem sido mais útil em tempos difíceis. *É uma espécie de salvador para tempos de grande dificuldade intelectual*: quando se trata de questionar as coisas tão óbvias como ‘obedecer a uma regra’. Ou quando você tenta dizer coisas tão simples (e, ao mesmo tempo, quase inefáveis) como praticar uma prática. (Bourdieu, 1990: 21-2)

Se Wittgenstein funcionava, nas palavras do próprio Bourdieu, como seu “salvador” em situações difíceis, gostaria de me nutrir da principal obra da maturidade deste filósofo para interpretar pragmaticamente o *modus operandi* bourdiesiano como uma linguagem. Para tal, avanço a partir da visão de Brubaker (1993). Se teoria e prática de pesquisa social bourdiesiana podem ser vistas como uma prática social como as demais, também podem ser interpretadas a partir dos termos que W. II utilizou para analisar radicalmente a linguagem cotidiana e ordinária. Entendo que tudo o que foi recuperado e colocado neste capítulo, direta ou indiretamente, são desdobramentos da linguagem criada por Bourdieu ao “por em jogo” seu *modus operandi*. Além disso, é

³⁸ Uma lista das obras e das páginas nas quais Bourdieu cita Wittgenstein pode ser acessada no seguinte *site*: <http://pierrebourdieuunhommage.blogspot.ie/2011/10/en-ligne-pierre-bourdieu-meditations.html>. Acesso em: 19.06.2014. É ainda válido registrar aqui que um dos últimos textos publicados por Bourdieu ainda em vida foi sobre Wittgenstein (cf. Bourdieu, 2001).

justamente tal linguagem que o gerou, e que foi por meio dele gerada, que nos é possível acessar do seu *habitus* científico. O que há de mais genuíno na sociologia bourdiesiana, seu modo de pensar-proceder, conceber-praticar, foi e é linguagem elaborada a partir de outras (1.1.1), que evoluiu ao longo de sua prática investigativa e por meio desta ganhou novos termos (1.1.2), foi professada (1.1.3) e se consubstanciou em sua concepção-prática de teoria sociológica e seus conceitos-instrumentos (1.2).

1.3.1 Sobre Investigações Filosóficas

“A frase com sentido é não só aquela que se pode dizer, mas também aquela que se pode pensar”
(Ludwig Wittgenstein)

Em termos gerais, *Investigações Filosóficas* (IF) é um livro no qual Wittgenstein (2009, 2011 [1953]) se volta contra a lógica, incluindo aí seu *Tractatus* (2011 [1921]), e o essencialismo filosófico. Para ele, a linguagem apresenta muito mais possibilidades que apenas a de designar coisas. É assim que propõe uma outra perspectiva na qual a linguagem será analisada de forma radical em seu uso. Tal uso que fazemos das palavras é tomado por W. II como ponto de partida e de reflexão por meio da análise das atuações pragmáticas em cenas do cotidiano social. As certezas das correntes filosofias tradicionais, principalmente a essencialista, são solapadas pela argumentação performática do autor que nos permite reposicionar o que se disse e se acreditou ser uma linguagem que representa o real (ou mesmo o que é dito como sendo conhecimento “cientificamente comprovado”) em sua condição de “jogo de linguagem”. É a ideia de jogo que estará no cerne de sua concepção radical (pragmática e descritiva do “em uso” linguístico) e que pode possibilitar o nosso esclarecimento sobre o reducionismo operado na filosofia tradicional e na concepção representacionista da linguagem, a qual ele mesmo tinha aderido anteriormente.

Se em *Tractatus* W. procurava estabelecer uma relação direta e fidedigna entre a linguagem e o mundo, em IF ele irá abandonar tal ambição e procurar, de modo modesto, demonstrar por meio de sucessivos exemplos o quanto praticamos linguagem de modo não esclarecido. Em IF acredita ele que a ideia de jogo de linguagem seja uma forma pertinente de se compreender os limites da linguagem nela mesma, no modo metafórico e contingente como comunicamos nossas impressões, indissociáveis do

nosso repertório linguístico e do modo como podemos elaborá-las a partir dele, *sobre o mundo*.

Deste modo, a linguagem é tomada como uma ação na qual termos e proposições somente efetivarão um sentido ao serem proferidos, utilizados num determinado contexto, numa determinada situação, que W. II denominará de “forma de vida”. O cálculo (relacionado ao uso dos termos apropriados ou não) será então substituído pelo jogo (cada termo precisará ser compreendido em cada uma de suas situações de uso uma vez que será em cada uma delas, ao ser utilizado, que então poderá significar algo, podendo inclusive este “algo” ser significativamente diferente do que significou na situação anterior).

Jogamos seguindo as regras socioculturais então vigentes que incorporamos e que, em grande parte não tomamos em reflexão radical. É possível dizer que procedemos de modo similar a quem faz operações matemáticas com desenvoltura e naturalidade, porém não se aventurou no estudo de seus postulados, não conhece a origem das regras, apenas sabe como usá-las numa equação. Muito embora tanto a linguagem quanto a matemática permitam novas elaborações e usos para além das regras então postas.

A construção de “imagens mentais” (IF 389) quando ouvimos ou lemos algo, ou então quando estamos tentando comunicar ou entender o que se comunica, seria o caminho por meio do qual associamos termos e expressões de um mesmo parentesco ou família e então colocamos em prática o que aprendemos noutras formas de vida. O argumento de W. II é que sempre que usamos um termo, que construímos uma frase, contamos uma história ou descrevemos uma cena, estamos elaborando imagens do que vimos por meio de palavras. É claro que se elabora a partir do conhecimento prévio e intersubjetivo das regras que viabilizam e constroem cada jogo de linguagem específico e do “parentesco” com imagens anteriores, mas não se usa na linguagem tais termos nos sentidos exatos e idênticos aos que estes tiveram numa situação anterior ou mesmo numa pretensa situação “ideal” na qual o termo foi utilizado “corretamente”.

Nesta concepção, não se cabe definir o que é “algo” ou o que isto significa em si mesmo, mas sim é possível que se esclareça sobre qual significado numa interação historicamente situada (numa forma de vida específica) tal termo assumiu ao ser utilizado. Seria então por meio da identificação de características semelhantes (parentais) entre um mesmo termo que é utilizado em duas ou mais situações que

construímos tais imagens (metáforas) e assim aprendemos como tal termo poderia vir a ser novamente utilizado em situações distintas. Assim, o que observamos entre uma proposição utilizada numa determinada forma de vida e outra num outro contexto é a semelhança de parentesco, ou seja, ao se analisar o uso da expressão X no contexto A e da expressão X' num contexto B, verifica-se a proximidade de uma com a outra, ou seja X e X' podem ser tidas como “familiares”, algo diferente de dizê-las idênticas ou iguais.

A linguagem nesta perspectiva não é vista como estática, plenamente estruturada antes de tudo, mas sim como uma ação inerente ao pensar humano e à sua ação criativa. Além disso, ela também é concebida como *condição de possibilidade para a própria constituição do conhecimento*. Como disse W. II, ““o sentido da palavra é aquilo que a explicação do sentido explica’. Isto é: se queres compreender o uso da palavra ‘sentido’, procura aquilo que se chama ‘explicação do sentido’” (IF 560). Nesta busca interpretativa se estará sempre lidando com usos circunstanciais dos termos, com as regras do jogo de linguagem particular no qual eles se inserem e as explicações contingentes às quais, a partir deles, se é possível chegar.

1.3.2 O que dizer sobre o *modus operandi* de Pierre Bourdieu a partir do segundo Wittgenstein?

Apresentar explicações sobre palavras, e demais coisas que acontecem entre pessoas no mundo, envolve uma prática social de investigação que se dá por meio da elaboração de linguagem sobre este mundo. Se, por um lado, W. II acreditava que era na descrição minuciosa das interações cotidianas que poderíamos observar como, de modo geral, operamos a partir de interpretações tomadas como certas para gerar entendimento numa interação. Por outro, Bourdieu se propunha a elaborar explicações rigorosas e empiricamente ancoradas sobre o que investigava e, conseqüentemente, apresentá-las nos mais diversos tipos de texto. Os termos que usava e consagrou em seu jargão foram criados neste processo e, ao mesmo tempo, criaram seus objetos, suas pesquisas e os resultados apresentados.

Bourdieu: um jogador esclarecido

Bastante ciente das regras, e das margens de manobra que ele mesmo possuía perante elas, nas duas dimensões do jogo científico nas quais se projetou (a prática de pesquisa e o campo científico), Bourdieu manipula seus objetos por meio dos instrumentos de pensamento que ele próprio ressignificou e evoluiu. Ao mesmo tempo, os elaborou de modo a se posicionar naquele campo no qual atuava. Sua terminologia é precisa o suficiente para dar coerência ao sistema teórico de termos-noções que orienta suas pesquisas, e ao mesmo tempo, aberta para que ele possa enfatizá-los e usá-los de modos diferentes em razão dos seus interesses investigativos em questão. Sem dúvidas, tais características contribuíram para sua projeção, juntamente com a obsessão pelo trabalho, a capacidade de aglutinação de jovens talentosos, dispostos a colaborar em seus projetos e assim serem preparados por ele para levar o seu *modus operandi* adiante. Assim o *habitus* bourdiesiano foi disseminado entre seus discípulos por “contágio”, afinal, era fazendo pesquisas com Bourdieu que eles aprendiam a fazer como o mestre. Obviamente, ao trabalharem com e para ele, por um lado, herdavam um tanto do capital simbólico que o mentor possuía, por outro, passavam a operar com sua linguagem.

Se observada sua trajetória epistemológica nos termos da construção do objeto, bem como as noções que elabora por meio de sua concepção-prática de pesquisa teórico-empírica, é possível ver como tais noções refletem avanços promovidos por seu *habitus* científico em ação, e não a partir da “partenogênese teórica” que tanto criticava na “teoria teórica”. Afinal, é válido lembrar que foi a partir das pesquisas argelinas que ele evoluiu até chegar ao termo “espaço social” como uma estenografia conceitual que lhe servia de metaobjeto.

A origem de tal linguagem bourdiesiana pode ser observada na conjugação do seu *background* filosófico – aqui, em particular, de sua condição de filho da filosofia e história da ciência francesa de seu tempo – com as pesquisas de campo do seu período argelino e as sucessivas posições que ele se projeta e ocupa na academia francesa (cf. Swartz, 1997: 15-51; Bourdieu, 2005a). Nos termos de W. II, ela é gerada a partir de uma “forma de vida” específica. Demarco este aspecto para sublinhar a contingência de suas concepções epistêmicas de partida. Se, por um lado, elas se desdobraram ao longo de sua carreira e se fizeram presentes em lições que ofertou na maturidade, por outro, foram suavizadas, ajustadas e revistas pelo próprio Bourdieu. “A Miséria do mundo” (Bourdieu, 2003) é um bom exemplo aqui de como, na maturidade, em sua condição de jogador mais experiente, ele entende a importância do relacionamento prévio e da proximidade do pesquisador com o tema da pesquisa e mesmo com o próprio entrevistado para que assim fosse possível acessar suas dimensões mais íntimas. O trabalho de Bernard Lahire (2004) também ilustra esta perspectiva aberta quando se vai além da

“ruptura epistemológica”, ou melhor, quando se opera uma “segunda ruptura” (Santos, 2000 [1987]).

Este talvez seja um bom exemplo do modo que Bourdieu praticava uma sociologia atenta à linguagem, quando assim criava e jogava bem esclarecidamente seu próprio jogo: “O essencial é que, ao serem percebidas por meio dessas categorias sociais de percepção, desses princípios de visão e de divisão, as diferenças nas práticas, nos bens possuídos, nas opiniões expressas tornam-se diferenças simbólicas e constituem uma verdadeira *linguagem*. As diferenças associadas a posições diferentes, isto é, os bens, as práticas e sobretudo as *maneiras*, funcionam, em cada sociedade, como as diferenças constitutivas de sistemas simbólicos, **como o conjunto de fonemas de uma língua ou o conjunto de traços distintivos e separações diferenciais constitutivas de um sistema mítico, isto é, como signos distintivos.**” (1996a [1994]: 22, grifos meus em negrito).

Charles Taylor (2000 [1995]) aproxima as ideias de W. II do que Bourdieu procurava significar com o termo *habitus*. Minha leitura do texto de Taylor, que pode ser vista de modo detalhado em 3.1, reforça a fertilidade de se explorar as convergências de ambos em termos pragmáticos, afinal, cada um dos dois tem sua forma própria de estar neste ponto de vista sem filiar-se a esta tradição³⁹. A partir de IF é possível observar a prática social e o *modus operandi* bourdiesiano como a própria linguagem sociológica nestes termos, ou seja, a prática ordinária da sociologia bourdiesiana se dá por meio da linguagem por ela criada e utilizada ao longo e para tal prática. Se para W. II não nos é possível pensar sem linguagem, creio não ser possível fazer sociologia bourdiesiana sem a linguagem criada por Bourdieu sobre o mundo. Na prática do pesquisador, a metalinguagem bourdiesiana se torna a forma de pensamento, os termos dos quais ele se serve para construir o seu particular objeto de pesquisa. É assim que poderá, conseqüentemente, compor (mais ou menos) uma linguagem específica sobre o tema do estudo, a partir dos princípios de composição daquela metalinguagem “mãe”.

O que está no cerne desta interpretação é o status epistêmico do *modus operandi*, entendido quase que como o *habitus* metodológico do próprio Bourdieu. Seu significado não está fora da ação criativa-investigativa geradora de linguagem, cabendo ou não em maior ou menor grau àquela ação. Significa-se pela prática, quase que “com

³⁹ Exemplos de análises e elaborações a partir das possibilidades de fertilizações pragmáticas cruzadas entre o pensamento de Wittgenstein e o trabalho de Bourdieu podem ser vistos em Givigliano (2012a, 2012b) ou em Frère (2004), sendo neste último de modo relacionado às correntes alternativas da sociologia bourdiesiana. De um lado, a “teoria pragmática do ator social” capitaneada por Luc Boltansky e Laurent Thévenot, do outro, a “sociologia psicológica” de Bernard Lahire.

prática”. A prática tem o primado epistemológico – isso é o pragmatismo – e tal só se entende, inclusive no caso de Bourdieu, quando a linguagem, *locus* do conhecimento objetivo, também for tida como uma prática, justamente a tal ação criativa-investigativa. Mais especificamente, esta ação se configuraria em dois aspectos somente separáveis em termos analíticos, (1) na construção do objeto como prática linguística, uma vez que esta atividade é, como vimos, o cerne do *modus operandi* bourdiesiano e (2) na linguagem que se gera e é gerada a partir disso, ou seja, na sua teorização sociológica que visa oferecer noções-instrumentos a serem usados noutras construções. Ao serem usados neste intento compõem, na prática, a sua linguagem.

Em síntese, acredito que Bourdieu criou e praticou uma linguagem sobre o mundo social. É a riqueza e a abertura de tal criação que ultrapassa a contingência das opções teórico-epistemológicas que tomou na França do século passado e torna sua obra tão inspiradora⁴⁰. Se o que realmente há de mais original nela é seu *modus operandi*, este foi gerado e gerou um tipo de linguagem sociológica que tem potencial de utilidade para outras composições. Ou seja, sua prática de pesquisa e teorização sociológica é uma prática social como as demais porque ela é elaborada (por meio de) e pode ser interpretada como linguagem (como as demais).

Tal interpretação é pragmática em dois sentidos. No primeiro, por ver o construtivismo bourdiesiano nestes termos e assim acreditar ser o mais fiel possível a ele. No segundo, por ser fruto de uma clara intenção de uso nesta tese. É deste modo que me é possível seguir adiante. Somente não gostaria de fazê-lo sem incorporar W. II à analogia musical de Bourdieu.

Se, como música, a obra de Bourdieu oferece os princípios de composição e as notas (termos), cabe ao pesquisador compor nova melodia, guiado pelos mesmos princípios, porém em circunstâncias e ritmo próprios. Aos meus ouvidos, o refinamento e a contribuição maior de toda a obra de Bourdieu está na delicadeza rigorosa, no ecletismo coerente, na ousadia estratégica, enfim, em tudo isso que é muito mais inerente ao modo como ele tocava “o piano da imaginação” ao criar e proferir termos, do que se é possível ler nas partituras que deixou impressas. Acredito que seja na

⁴⁰ Um exemplo, com W. II é possível observar aquilo que Bourdieu apontava ser traços da “homologia estrutural dos campos”, como “parencas de família”. Pensando deste modo, mantém-se a fertilidade do modo de pensar relacional, porém sem levar a equivalência do que Bourdieu chamava de “estruturas dos campos” às últimas consequências. Aqui trata-se daquilo que Bourdieu acreditava ser “equivalência estrutural” como “parencas” ricas, sugestivas e passíveis de comparação e aprendizado cruzado, desde que feita a partir desta concepção e uso aberto do pensamento bourdiesiano.

sutileza de uma alegoria como esta que podemos ser tocados por seu signo mais distintivo.

Não era apenas uma visão de mundo pragmática que os aproximava. Assim como Bourdieu, W. II também encontrou na música “imagens mentais” para pronunciar palavras e assim desafiar nossa imaginação. A sensibilidade necessária à devida escuta de um tema musical é comparada por ele ao entendimento de nossa linguagem, “compreender a frase da nossa linguagem está mais perto do que é compreender um tema em Música do que se pensa” (IF 527). A partir das palavras de W. II é possível imaginar diversos temas, não apenas musicais. Mas nos termos desta tese-composição, não pude deixar de ouvir com atenção o potencial inspirador e a contingência de uma linguagem que, como música, está sujeita ao modo como se dá em novo contexto de execução.

Neste caso, me servi dos instrumentos bourdiesianos para compor as noções que nortearam esta investigação e, conseqüentemente, estruturam esta “peça de retórica argumentativa” (Mattos, 2002) na qual é apresentada. Como colocado na introdução, as noções de agreste das confecções (2.3.3), filhos das feiras (2.3.4 e 3.1), campo de negócios agreste (3.2), recursos estratégicos no mercado local (3.2.1 e 3.2.2) e traços distintivos dos proprietários (3.2.1 e 3.2.3) são explicitadas na medida em que se tornam necessárias à exposição textual, muito embora tenham estado presentes implicitamente nos mais diversos momentos da feitura da tese ao dar-lhe rumo.

1.4 Como foi feita esta tese?

“fazer sem saber completamente o que se faz é dar-se uma chance de descobrir, no que se fez, algo que não se sabia. [...] A lógica da pesquisa é uma engrenagem de dificuldades maiores ou menores que condenam a pessoa a se indagar, a cada momento, sobre o que se fez e permitem saber cada vez mais o que se procura fornecendo começos de resposta que levam a novas questões, mais fundamentais e mais explícitas.” (Bourdieu, 2011 [1984]: 28)

Como foi colocado na introdução deste capítulo, este tópico pode ser lido como um apêndice. Diferentemente do resgate das concepções teórico-epistemológicas bourdiesianas (1.1 e 1.2) e da interpretação pragmática (1.3) que se procurou elaborar e apresentar até aqui, volta-se para as seguintes questões: Como o candidato se preparou e se esclareceu para fazer esta tese? Que fez para lidar com problemas genuínos apresentados pela situação de pesquisa que vivenciou? Como elaborou metodologia sob medida para esses problemas? Perguntas como estas deram origem a este tópico. Seu

foco está em relatar o processo de criação e execução metodológica desta tese. Afinal, foram questões como aquelas que se procurou sintetizar no título⁴¹.

1.4.1 Preparação e esclarecimento do candidato

O trabalho sério de investigação científica, em particular aquele que se pretende dar vestes de tese, exige investimentos preparatórios de quem a ele se candidata e pretende bem fazê-lo. No caso desta tese, tais investimentos foram sistematizados ao longo dos dois primeiros anos do doutorado e tomaram forma de programas de leituras em (1) sociologia bourdiesiana, (2) epistemologia contemporânea e na (3) literatura temática sobre o contexto em estudo. Estes se deram concomitantemente a períodos sucessivos de circulação internacional do doutorando⁴² e antecederam ao maior volume e imersão no trabalho de campo. Ao longo deste processo preparatório o pesquisador procurou: ampliar a sua capacidade de compreensão, crítica e elaboração teórica; familiarizar-se com os limites e as possibilidades do ofício científico na discussão da epistemologia contemporânea; reunir e ter contato apropriado com a produção sobre a temática em estudo; desenvolver reflexividade sobre e a partir das experiências prévias de pesquisa (cf. Sá e Mattos, 2012); esboçar títulos dos capítulos e seções, aprimorá-los e seguir revisando a estrutura projetada para a tese. Enfim, isso e o que mais foi necessário, em função da melhor formação possível de quem almejava estudar aquilo que se dá num determinado pedaço de vida cotidiana, que aguça e desafia a curiosidade de quem o investiga e procura lhe dar forma de um problema de tese.

Como é comum em situações assim, ao contato mais continuado com o ambiente de campo e com a pressão do início do trabalho, o pesquisador encontra um momento de desorientação, mesmo tendo-se preparado: é que se move daquele contexto conceitual, ambiente cálido e acolhedor, para a dinâmica do campo empírico, não mais

⁴¹ Tal questão-título também é uma paráfrase ao famoso livro de Umberto Eco “Como se faz uma tese”. Diferentemente do conhecido manual do autor italiano, aqui se pretende apenas explicitar como esta tese específica foi feita. Ou seja, se quer expor como se resolveram questões de pesquisa, em particular em relação ao método, em sua situação contingente. Se, por um lado, é claro que pode servir de inspiração para outros pesquisadores vivenciando situações similares, por outro, pensando no paradigma construtivista, é preciso registrar que caberá a cada um dos pesquisadores-leitores enfrentar o desafio metodológico que seu campo empírico e suas intenções de pesquisa impõem. Ou seja, diferentemente de Eco (1989), aqui não se tem qualquer pretensão de oferecer um manual com fins de orientação para outras práticas.

⁴² Em duas comunidades científicas, a sociologia portuguesa e a italiana.

representada por conceitos. Na transição de um contexto ao outro, houve algo como um choque de temperatura. Como se resolveu isso?

A insegurança e o susto de tal choque geraram uma tentativa de busca de refúgio no formalismo das técnicas padronizadas e consagradas da pesquisa científica, no conforto dos critérios postos e socialmente aceitos entre os pares. No entanto, a reflexividade mantida ao longo da investigação propiciou esclarecimentos. Estes fizeram com que decisões singulares e próprias àquele desafio de pesquisa pudessem vir a ser tomadas. O mais importante desses esclarecimentos talvez possa ser sintetizado na seguinte frase: *o tema não está na “coisa” estudada* (como *a priori* espera quem desenvolve conceitos). Você pensa que a coisa reflete um tema, um significado, quando não é assim. Somos nós teóricos que vivemos criando significado. Somos nós que imediatamente nos projetamos nas cenas, nas situações que escolhemos estudar, ou seja, *somos nós que criamos um tema no fenômeno*, justamente ao estudá-lo – com os nossos particulares modos de se projetar em direção do campo e com a bagagem teórico-histórica que a ele levamos.

No caso específico do início do trabalho de campo no Agreste, ou se fazia uma identificação apressada do que ouvia com o que se tinha lido e escrito antes de vir a campo, ou necessariamente se teria de passar por este momento de “desorientação saudável” e mesmo desejável para a criação científica. Inevitavelmente, é o pesquisador quem tem de ressignificar o material que elabora a partir de suas interações de pesquisa. Muito embora, não de qualquer maneira – eis porque precisa estar preparado uma vez que recorrerá à sua bagagem. E, se o tema não está na coisa, o método, os instrumentos, enfim, os modos apropriados de estudá-la também não estão dados *a priori*. Essa é a questão epistemológica e metodológica de fundo. Se é o pesquisador que (re)constrói o tema com a experiência de campo, será ele também quem terá de desenvolver instrumentos apropriados, decidir os rumos da sua experiência-tese, que segue sendo moldada, enquanto tais instrumentos são manuseados.

Os primeiros meses de imersão foram principalmente dedicados a observações diretas em feiras, fábricas, fabricos, facções etc., contatos e conversas com os mais diversos atores identificados como relevantes (consultores, dirigentes de associações, antigos proprietários de negócios de produção e comercialização de confecções, gestores públicos envolvidos com a atividade etc.). Em sua maior parte, tais conversas foram gravadas, escutadas tantas vezes quantas necessárias, e delas feitas sínteses que

compuseram o conjunto das notas de campo (que também reuniu registros diversos de situações significativas à pesquisa vivenciadas ao longo do período)⁴³. Além do seu caráter exploratório, esta etapa também tinha dois outros papéis fundamentais: familiarizar o pesquisador com a linguagem em voga no meio de negócios específico no qual atuam os personagens de interesse, ou seja, aprender os termos que usam e o modo como se expressam sobre suas vidas e seus negócios; e socializá-lo, viabilizar sua circulação e mesmo aceitação entre eles⁴⁴. Foi justamente ao longo deste processo que a entrevista semiestruturada se apresentou como instrumento metodológico adequado aos interesses investigativos em jogo.

1.4.2 O roteiro, a escolha dos entrevistados e a presença da estrutura da tese

Uma vez superados os primeiros desafios e acreditando estar preparado, esclarecido e ambientado em campo, dentre inúmeras questões enfrentadas, três se sobressaíram: (1) Como dar uma estrutura comum, tendo em vista a posterior análise, às conversas com pessoas que se aproximavam do perfil de interesse da tese? (2) Como resolver-se diante do dilema sobre quantos e quem realmente entrevistar, uma vez que a opção de pesquisa era qualitativa. Ou seja, o horizonte de referência era o da representatividade, mas como o pesquisador iria proceder em suas escolhas? (3) Diante da narrativa dos entrevistados: como manter-se alinhado à estrutura da tese, previamente concebida e ajustada continuamente ao longo do trabalho de campo?

A elaboração de um roteiro – algo diferente da aplicação ou adaptação de um guia de perguntas genérico pré-concebido – foi a solução encontrada para a primeira questão. Por mais que se tenha ponderado sobre a possível perda de espontaneidade em relação às conversas que vinha tendo com os informantes anteriores, a falta de uma resposta satisfatória à pergunta “como farei para analisar isso tudo depois?” levou o

⁴³ Apesar de alguns contatos, conversas e observações preliminares terem se dado em setembro de 2012, tanto estas atividades aqui elencadas como as entrevistas semiestruturadas comentadas a seguir se deram ao longo do segundo semestre de 2013, período no qual também foram feitos diversos registros fotográficos. Dentre estes, muitos dos que ilustram o capítulo dois.

⁴⁴ Afinal, como já havia sido apontado em trabalho anterior, tal atitude poderia implicar num “trabalho mais sensível de aproximação e de *escolha mútua* junto àqueles que se quer pesquisar. Sim, porque o pesquisado precisa também acolher o pesquisador que quer se chegar, e a acolhida precisa ser bem identificada. Conversas preliminares tanto podem viabilizar melhores interações futuras (tipo entrevista) como acertos em relação às regras e papéis de cada um naquilo que está em curso e foi reciprocamente consentido. Trata-se de processo de *socialização do pesquisador* e de sua inclusão nos espaços relacionais necessários (associações, parceiros de negócios, funcionários, etc.). Esta substituição da busca unilateral altera limites e pode levar a pensar metodologicamente diferente” (Sá e Mattos, 2012: 3).

pesquisador à estruturação de um roteiro. Este serviu de instrumento de apoio em suas interações linguísticas com cada um dos proprietários de negócios selecionados.

O roteiro abaixo apresentado foi concebido a partir de um assunto específico escolhido como ponto de partida para a interação, ou seja um “ponto de ancoramento”, e estruturado em torno de quatro eixos temáticos: a. da peça produzida ao processo produtivo e à comercialização; b. diferenciações; c. continuidades e mudanças no ramo; d. história de vida. Para cada um deles, questões-chave foram concebidas. Cada uma dessas questões-chave foi desmembrada em outras já no próprio roteiro. Durante as situações de entrevista, o entrevistador também se permitiu recorrer a perguntas de acompanhamento ou mesmo solicitar exemplos do que foi dito, sempre que julgou oportuno. Com as entrevistas ordenadas em eixos, foi possível trazer o entrevistado para as questões de pesquisa, ao invés de deixá-lo solto, a falar o que bem entendesse. O roteiro e seus eixos também foram de grande utilidade na posterior seleção dos trechos mais significativos e seu agrupamento em temas de análise.

Roteiro

Eixo 1: Da peça produzida ao processo produtivo e à comercialização

1. *Em linhas gerais, o que precisa ser feito para que as peças que o(a) Sr./Sra./você produz fiquem prontas para venda?*

(Onde compra tecido, aviamentos e máquinas? Com que periodicidade? À vista ou a prazo? Quantas pessoas trabalham na peça? Em quais etapas é dividido o trabalho? Quantos trabalhadores diretos tem? Quantos são da família? O que é faccionado? Por quem? Quanto tempo leva? Quanto produz? Como calcula o preço do produto?)

2. *E depois de pronta, o que tem de ser feito até vendê-las?*

(Como transporta? Quem e onde vende? Para quem? Mais à vista ou a prazo? Atacado ou varejo?)

Eixo 2: Diferenciações

3. *O que o seu negócio tem que outro que está “um degrau abaixo” não tem? E o que lhe falta em relação àquele que está “um degrau acima”?*

(Os trabalhadores dele conhecem mais ou menos do que fazem? Os tipos de máquinas utilizadas são diferentes? A qualidade do tecido e dos aviamentos? A organização da produção? A localização dos pontos de venda?)

4. *Por traz dos negócios estão seus(suas) proprietários(as)... o que o Sr./a Sra./você tem que outro que está um degrau abaixo não tem? E o que lhe falta em relação àquele que está um degrau acima?*

(Que jeito ou traços de personalidade vê neles? O “nome na praça”? Dispõe de mais crédito?)

5. *Dentre os demais proprietários de negócios de confecções da região, quem mais admira? O que de diferente tem o negócio dele(a)?*

Eixo 3: Continuidades e mudanças no ramo

6. *Desde quando o Sr./a Sra./você se tornou proprietário(a) de um negócio neste ramo, o que mudou? E o que permaneceu parecido ou igual?*

(Quando começou? O modo de negociar? Onde vendia e produzia? E hoje? A concorrência?)

Eixo 4: História de vida

7. *Como é sua vida para além das confecções?*

(Como é sua família? Faz algo como lazer? O que mais gosta de comprar? Qual foi o maior sonho de consumo que realizou? Como conheceu seu/sua companheiro(a)? Me fale sobre sua casa, como comprou? Poupa algum dinheiro? Como faz? Qual a sua maior fé?)

8. *Como foi sua vida antes de entrar no ramo? De onde você partiu?*

(O que fazia? Como foi sua infância? E na escola? E a adolescência? O que ficou de mais marcante? Como era sua relação com seus irmãos? Onde e como foram criados? De onde eram seus pais? O que faziam? O que de mais importante aprendeu com eles? E seus avós, de onde eram? O que faziam? O que guarda de recordação deles?)

Uma vez elaborado o instrumento, como se enfrentou a necessidade de escolha de pessoas para entrevista? Afinal, como ficou a questão da representatividade? Quando considerado que, em termos de metodologia objetivada, a essência da “amostra” é a representatividade, principalmente quando se quer fazer qualquer tipo de generalização.

Mas se o candidato só conversou com alguns entrevistados, como pretende falar sobre o conjunto maior e mais amplo?

Tinha-se em mente que, em pesquisa com metodologia aberta como essa, muito do que se faz é criação criteriosa. Assim sendo, o primeiro passo neste sentido foi definir um perfil ideal⁴⁵ de partida para orientação metodológica, mesmo que desde então já ciente de que alguns dos personagens acessados se aproximariam mais do perfil e outros menos. Perante cada possível entrevistado, o pesquisador teve que refletir se: a) este personagem ajudaria na caracterização do campo de negócios agreste? b) é relevante ou comum quando comparado aos demais proprietários de negócios de comercialização e produção de confecções da região, e assim necessário à pesquisa? c) traz consigo, de algum modo, a tradição deste “campo econômico” (Bourdieu, 2005b [1997]), o que lhe é típico? d) representa uma condição diferente dos demais entrevistados-selecionados?

A convicção era que a representatividade das escolhas, feitas não somente a partir das respostas positivas às questões acima elencadas, mas também a partir de sua sensibilidade investigativa desenvolvida ao longo do trabalho de campo, se faria valer na qualidade da análise, no alcance da interpretação esboçada e mesmo na razoabilidade do argumento de tese – se acreditava que as experiências anteriores de pesquisa naquele contexto e as atividades exploratórias no âmbito desta pesquisa-tese o credenciavam para tal decisão.

Além de tudo isso, diante da condição de não legalizado da maior parte dos negócios e dos traços significativos das relações sociais (pessoalistas) na região, em termos práticos, o pesquisador tinha convicção que somente poderia vir a obter um depoimento franco dos entrevistados se tivesse acesso a eles por meio de um “conhecido” em comum, alguém que lhes transmitisse a segurança de que não viriam a ter qualquer tipo de problema em decorrência da entrevista e avaliassem a idoneidade do desconhecido pesquisador – estratégia já utilizada em pesquisa anterior (Sá, 2010), a partir da experiência de Bernard Lahire (2004) e do próprio Bourdieu (2003 [1993]) (É

⁴⁵ Pessoas que viveram a infância, a adolescência ou mesmo o início da vida adulta em meio a atividades agrícolas, de feiras, de pequenos comércios familiares e/ou mesmo fabriquetas domésticas de confecções no Agreste pernambucano, e que hoje possuem “fabricos” e “facções” (como são chamadas as fabriquetas domésticas informais na região) ou mesmo empresas de pequeno, médio ou grande porte (formais) naquele contexto. Estas pessoas teriam hoje entre 30 e 50 anos e estariam atuando neste setor há um tempo significativo (pelo menos uma década). Além disso, teriam condição socioeconômica e situação do seu negócio diferente dos demais já entrevistados (ou seja, a escolha sempre foi fruto de pensamento relacional pois considerou os demais anteriormente selecionados). Este “ideal” aqui se inspira no sentido atribuído ao termo no uso consagrado por Max Weber (1999).

pertinente lembrar que, como tem sido cada vez mais frequente a presença de fiscalização da Polícia Federal, ao menos nos municípios centrais, tal situação leva parte dos proprietários de negócios de confecção da região a manter certa desconfiança em relação a desconhecidos).

Estes foram os principais critérios que permitiram selecionar num primeiro momento doze entrevistados, e num segundo, oito dentre eles (por terem mais aderência às características do perfil de partida) para composição do conjunto das principais entrevistas. Estes oito selecionados são sumariamente apresentados no quadro seguinte.

Apresentação dos entrevistados

| Nome ⁴⁶ | Apresentação |
|--------------------|--|
| Maria, 36 anos | Fabricante doméstica de cuecas que vende no Calçadão ⁴⁷ . Depois de ter trabalhado costurando para outros, há mais de dez anos é uma fabricante (sem trabalhadores ou facções) num município próximo a Santa Cruz. |
| Rodrigo, 38 | Fabricante doméstico de calcinhas com trabalhadores esporádicos (esposa, filha ou terceiro) e facções (costureiras) que vende no Calçadão. Advindo da Paraíba com o pai, quando ainda era uma criança, desde que chegou a Santa Cruz trabalha com confecções na feira. Já há muitos anos que é um fabricante doméstico que conta com a ajuda esporádica da mulher e da filha, faz calcinhas com “pontas de peça” (restos do tecido utilizado na produção de roupas em fabricos maiores) que vende por 1 real ou menos. |
| Tadeu, 43 | Proprietário de fabrico com trabalhadores e facções diversas que vende no Moda Center e em em loja no entorno do parque 18 de maio em Caruaru. Enquanto ele toca negócio (um fabrico), faz o transporte da mercadoria para as facções e mesmo o corte, sua esposa cuida da produção. Tadeu tem alguns trabalhadores e facções, produz conjuntos infantis e malha feminina. Mora e fábrica num município próximo à Santa Cruz. |
| Dorival, 34 | Proprietário de negócio com marca registrada, funcionários, facções diversas, que hoje vende principalmente em banco na feira de Toritama, porém também para clientes externos e via representantes. Filho de um metalúrgico (que retornou para Caruaru quando se aposentou) e de uma costureira, hoje ele atua no segmento <i>jeans</i> infantil. Graduado em Administração, produz suas peças num galpão alugado no Salgado ⁴⁸ com sete funcionários registrados e recorrendo a algumas facções. Depois de algum tempo vendendo para outros estados via representantes, voltou ao banco que possui na feira de Toritama para ele mesmo vender sua produção. |
| Geraldo, 40 | Fabricante doméstico de camisas masculinas (com trabalhadora e facções) que vende viajando pelo Sertão de Pernambuco, por outros estados e em seu banco na feira de Caruaru. Junto com sua companheira, produz camisas masculinas na própria casa em que mora, num município próximo de Caruaru. Além da esposa, conta com uma trabalhadora e contrata um cortador e facções para costura. |
| Laura, 47 | Proprietária de fabrico doméstico com trabalhadores (costureiras e filhos) e facção (costureira) que vende no Moda Center. Natural de Santa Cruz, há 14 anos toca uma confecção familiar com a irmã um ano mais velha, Valéria, num galpão nos fundos da casa onde mora, no subúrbio da cidade. Além delas, trabalham duas costureiras contratadas, uma faccionada (externa) e os 3 filhos delas (dois deles universitários, responsáveis pelo corte e embalagem das peças). São elas mesmas que seguem nos dias de feira para o Moda Center e lá vendem no <i>box</i> que possuem, muito embora também vendam para clientes de fora e via representantes. |
| Sílvio, 44 | Proprietário de marca registrada que facciona toda a produção e vende na feira de Toritama, direto para clientes de outros estados e via representantes. Nascido na zona rural, veio para Toritama ainda menino e logo começou a trabalhar com calçados. Foi trabalhando com <i>jeans</i> que conheceu sua esposa. Ela ainda hoje o ajuda no fabrico que montaram há alguns anos com a filha. |
| Ionaldo, 49 | Grande industrial local, segmento <i>jeans</i> adulto, com lojas da fábrica nas três principais cidades e que vende por meio de representantes em diversos estados do país. Filho de agricultores que migraram da zona rural para o maior bairro do subúrbio de Caruaru e lá abriram um comércio. Começou vendendo peças feitas pela mãe na Feira de Caruaru e mesmo noutro estado. Hoje possui uma fábrica (com lavanderia) e conta com mais de cem funcionários. |

⁴⁶ Nomes e alguns detalhes não relevantes à investigação são fictícios com o fim de proteger a identidade não somente destes como dos demais entrevistados aos quais se garantiu anonimato.

⁴⁷ Ou “Poeirão”, é como se chama um conjunto de bancos que ocupam um terreno da prefeitura de Santa Cruz do Capibaribe que fica ao lado do Moda Center – grande centro de compras localizado na cidade de Santa Cruz do Capibaribe e que abriga parte significativa de pontos de vendas de confecções na região. A maior parte destes pontos de vendas são denominados de *box*. Para maiores informações, ver: www.modacentersantacruz.com.br. No Calçadão ou Poeirão, as pessoas que não compraram um *box* no centro de compras vizinho vendem seus produtos. É lá que geralmente se encontram os itens mais baratos. No final de 2013 iniciou-se uma grande obra do governo estadual, em parceria com o governo municipal, para a reestruturação daquele espaço (cf. 2.3.2).

⁴⁸ Hoje bairro mais populoso e representativo da produção de confecção suburbana de Caruaru (principalmente em tecido tipo *jeans*). Sobre a dinâmica de parte de suas famílias e da atividade “sulanqueira” no bairro ver Espírito Santo (2013).

Isto posto, a questão que nos resta aqui é: ao longo do período e das situações de entrevista, como o pesquisador manteve presente a estrutura da tese?

Imaginada na assepsia dos meios acadêmicos frequentados, tal estrutura já vinha sendo confrontada com o campo empírico desde as atividades exploratórias. Porém naquele momento passava a ser colocada frente a frente com seus personagens centrais. Eles contavam as histórias de suas vidas, dos seus negócios, e ao mesmo tempo em que provocavam ajustes na tese imaginada, fortaleciam outras decisões há tempos tomadas (e.g., a opção pela sociologia de Pierre Bourdieu).

Sem dúvidas, antes da redação foi no período de realização das entrevistas que a estrutura da tese foi mais revista e ajustada, tanto a partir do que era experienciado em tais interações quanto daquilo que se refletia a partir delas. Foi da tensão e do confronto com esta etapa principal do trabalho de campo que ela se nutriu para tomar suas formas mais amadurecidas. Além disso, estas reelaborações também serviam para manter a tese presente no pesquisador que então se engajava em interações linguísticas com os personagens, o objetivo era fazer com que as entrevistas não se desgarrassem da tese (contexto, personagens, objetivos). Daí o empenho constante de seguir reestruturando-a para que o trabalho de campo não tomasse rumo próprio, ou mesmo se desorientasse em relação a ela. O cuidado também era para que as visões dos entrevistados não “tomassem” do pesquisador a própria tese. As interações com os entrevistados e os relatos compartilhados por estes nutrem a pesquisa, porém não podem reduzi-la a uma mera apropriação, com vestes científicas, das vozes que vêm do campo. Manter presente e em revisão a estrutura de tese na qual tais entrevistas se encaixariam, bem como a totalidade do trabalho de campo, foi fundamental também neste sentido.

1.4.3 Em busca de uma análise capaz de produzir entendimento

Às soluções geradas em reação aos problemas de campo seguem-se as relativas à estruturação dos procedimentos de análise e sua execução. Tais soluções foram criadas tendo em mente sua finalidade prática: a construção de um entendimento – e o foco deste tópico será justamente apresentar a essência do processo de concepção e a própria solução concebida para este fim. Ela segue a perspectiva construtivista em metodologia e se contrapõe à concepção analítica de *mainstream* que procura meios de “revelar a

verdade” daquilo que se estuda, sua “estrutura de relacionamento interno”. Nesta proposta, diferentemente, quer-se produzir um entendimento razoável e não descobrir a “verdade constitutiva” de quem e/ou do que se estuda. Note-se, a propósito, que aqui o construtivismo bourdieusiano o afasta de suas crenças básicas estruturalistas.

Ao longo deste processo se deu uma dupla preparação, do material colhido em campo e do pesquisador. É que este segundo, enquanto aprontava o que tinha em mãos para análise, também se preparava para executá-la com maior reflexividade e esclarecimento possíveis – em particular sobre a relevância do que ali fazia para o todo do seu projeto científico. Procurava aumentar sua intimidade com as transcrições das entrevistas, com as falas dos próprios entrevistados, com o contexto no qual lhe disseram isso ou aquilo, com as limitações e potencialidades do material e de sua própria ação investigativa, e mesmo com a estrutura da tese que seguia sendo revolvida pelos novos ares dos quais se alimentava.

Não foi nada fácil. Aquele choque térmico sentido anteriormente também repercutiu por aqui. Diante dos desafios analíticos que o campo empírico apresentava, a primeira e intempestiva procura foi novamente pelo apoio mais próximo e confortável, aquele que está quase sempre ao alcance da mão: o formalismo⁴⁹. Afinal, muitas dúvidas e inseguranças foram sentidas antes de se caminhar no sentido da elaboração efetiva da estrutura de análise colocada em prática. Foi então que se buscou uma solução própria e sob medida local⁵⁰, condizente com a singularidade do fenômeno em estudo e da experiência de pesquisa vivenciada.

Este processo de criação de instrumento de análise se deu a partir da estrutura da tese, do modelo teórico elaborado⁵¹, da experiência e do material gerado em campo. Ou seja, na medida em que o pesquisador foi se apropriando progressivamente do material empírico que tinha em mãos, mantendo-o em tensão com o modelo teórico de partida e

⁴⁹ Em particular no sentido de recorrer a soluções padrão semelhantes as que são divulgadas pelos manuais de metodologia, por exemplo. Neles se pode encontrar as receitas usadas e geralmente aceitas, pela força da tradição, nos círculos acadêmicos.

⁵⁰ Algo para o qual já havia sido apontado anteriormente: “Métodos precisam ser *revistos sob a medida local* ... O primado do contexto local na metodologia não pode ter restrições procedimentais prévias” (Sá e Mattos, 2012: 3, grifos meus).

⁵¹ Um esboço deste modelo foi desenvolvido ao longo dos primeiros anos de doutoramento, a partir da sociologia bourdieusiana e apresentado em Sá (2013a). De modo bastante sintético, o modelo sugere que a posição ocupada por um proprietário e por seu negócio no campo de negócios agreste pode ser entendida por meio da análise dos “volumes” de recursos diferenciadores no mercado local associado ao negócio e dos traços distintivos dos seus proprietários. Com o reforço do material colhido, o modelo tornou-se teórico-empírico e orientou a elaboração de 3.2.

com a estrutura da tese em continuada revisão, soluções foram surgindo em processo de reflexão teórico-empírica que se deu ao longo do período de imersão em campo.

A estrutura de análise

A montagem da estrutura é, ao mesmo tempo, incentivo e limite da análise. É, por isso, momento chave e decisivo para o desenrolar de uma tese construída nos termos relatados. Para elaborá-la foi preciso entender dois pontos importantes. Primeiro, que em relação aos eixos do roteiro de apoio às entrevistas, há ao menos duas mudanças: a linguagem, que precisa ser adequada em função da denominação que se quer dar ao agrupamento dos trechos mais significativos selecionados das transcrições das entrevistas; e as questões teóricas, que podem ser notadas mesmo quando apenas implícitas, em particular as convicções e os interesses de confronto teórico. Segundo, o sentido que orienta o que se faz nesta etapa é o da preparação para analisar com objetivação⁵² o resultado da conversação registrado em texto transcrito – este se trata de um tipo específico de material textual⁵³, oriundo de entrevista conduzida pelo pesquisador, com o apoio daquele roteiro criado especificamente para tal fim.

A seleção e o agrupamento dos trechos mais significativos do material precisaram ser ordenados para análise. O primeiro passo neste sentido foi a concepção de “temas” e “temáticas” nas quais estes viriam a ser agrupados. Tais temas, algo que pode se dizer equivalente a “categorias” no linguajar *mainstream*, precisaram ter certa especificidade de um ou mais assuntos que sejam relevantes à análise, porém ao mesmo tempo, alguma abrangência que lhes permitisse abrigar trechos dos diversos entrevistados que assim poderiam ser comparados entre si. As temáticas, conjuntos de temas de análise agrupados por semelhanças ou proximidades entre si, foram sendo configuradas a partir da reunião dos temas. Esta se deu por meio da identificação de tais proximidades e similaridades entre alguns deles e diferenças em relação aos demais.

⁵² Objetivação entendida como procedimentos metodológicos para que terceiros possam entender tal análise e julgá-la. Seu sentido é a qualidade social almejada pelo que é apresentado em forma de texto científico.

⁵³ Muito embora os áudios gravados serviram de apoio e foram consultados sempre que necessário, o que se quer aqui registrar é que o processo analítico se volta para o material escrito, que foi transcrito conforme a precisão e os cuidados, de amplo conhecimento nos meios científicos, ao desempenho adequado de tal atividade.

Os eixos esboçados no modelo teórico se tornam teórico-empíricos ao resistirem à confrontação com o trabalho de campo e deste receber *inputs* para a elaboração dos temas e das temáticas conforme abaixo.

Estrutura de análise

| Eixo teórico-empírico | Recursos diferenciadores no mercado local (primeiro eixo) | Traços distintivos dos proprietários (segundo eixo) |
|-----------------------|--|--|
| Temática 1 | <i>História e trajetória do negócio</i> | <i>Origem e trajetória de vida e de trabalho no setor</i> |
| Temas | - história e trajetória do negócio | - origem e trajetória de vida - história e trajetória de trabalho no setor |
| Temática 2 | <i>O negócio hoje</i> | <i>Traços gerais para análise comparativa</i> |
| Temas | - práticas e infraestrutura relacionadas às compras - equipe de trabalhadores - contratação e serviços de terceiros - processo, rotina e infraestrutura produtiva - finanças, investimentos e forma de cálculos: custos, rentabilidade e preço de vendas - práticas e infraestrutura relacionadas às vendas - demais aspectos significativos (não previstos ou particulares) | - estilo de vida - visões e crenças gerais - amplitude da visão do contexto e de seu(s) negócio(s) - rede e posição social - práticas de poupança/econômicas, poder econômico e disposição de crédito (nome na praça) - modo e práticas de gestão |
| Temática 3 | <i>Comparativos com outros negócios</i> | <i>Singularidades relevantes do perfil</i> |
| Temas | - atributos, valor e qualidade relativos do produto - atributos, valor relativo da marca - vantagens e desvantagens gerais - atributos específicos comparados | - demais traços significativos do perfil em análise (comparativos, típicos ou particulares) |

Alguns detalhes da elaboração da estrutura e de sua operacionalização

A estrutura de análise acima apresentada somente se consolidou após uma seleção preliminar de trechos de duas ou três entrevistas. Em alguns casos, esta análise preliminar do material indicou a fusão de dois temas, a adaptação de um terceiro ou mesmo a exclusão de outro.

Numa versão anterior da estrutura, dois temas “modo e práticas de gestão da produção” e “modo e práticas de gestão da comercialização” foram esboçados na segunda temática do segundo eixo, “Traços distintivos dos proprietários”. Entretanto, com a análise das primeiras entrevistas e a observância que a diferenciação entre modos e práticas de gestão da produção/comercialização não emergiu nos trechos selecionados, foi decidido que bastaria um único tema sob o nome de “modo e práticas de gestão”,

afinal, não havia nas falas transcritas diferenciações ao ponto de se manter aqueles dois temas separados.

Os temas “finanças, investimentos e forma de cálculos: custos, rentabilidade e preço de vendas” e “práticas de poupança/econômicas, poder econômico e disposição de crédito (nome na praça)”, por exemplo, surgiram da fusão de outras denominações anteriores que, ao tomarem este formato, se mostraram mais úteis à análise. Enquanto com o primeiro tema se procurava obter elementos sobre o *modus operandi* da dimensão financeiro-econômica do negócio, com segundo se intencionava reunir falas transcritas que oferecessem elementos para analisar a “racionalidade e o status econômico” do proprietário do negócio. A intenção aqui era, por exemplo, saber como e onde ele compra, se obteve empréstimos, em quais situações precisou deles, se faz ou não poupança.

Já o tema “práticas e infraestrutura relacionadas às vendas” foi anteriormente denominado de “práticas de vendas”, mas como se observou que a infraestrutura de vendas – ou seja, se o proprietário possuía ou não um banco na feira, um *box* no Moda Center, uma loja de fábrica ou vendia principalmente via representantes (e assim não dependia tanto do que vendia no seu ponto de venda) – se mostrou um aspecto decisivo na diferenciação dos negócios, passou a ter espaço na própria denominação do tema.

Diante das singularidades de algumas falas que eram relevantes à pesquisa, porém não se encaixavam claramente em alguns dos temas até então concebidos, foram inseridos temas genéricos como “demais aspectos significativos (não previstos ou particulares)” ou “demais traços significativos do perfil em análise (comparativos, típicos ou particulares)”. Estes temas recebiam trechos potencialmente relevantes ou mesmo já relevantes à análise, porém não diretamente associados aos demais temas.

Para operacionalização da seleção dos trechos nas entrevistas de acordo com o tema ao qual poderia ser relacionado, fez-se necessária a designação de um código para cada tema, de modo que fosse viabilizada a identificação de um determinado trecho transcrito com um ou mais temas⁵⁴. Os códigos foram compostos de três letras que pudessem ser facilmente relacionadas ao tema ao qual se referia e assim fosse facilitada a memorização deles por parte do pesquisador⁵⁵.

⁵⁴ Isso foi feito na margem da página impressa de cada uma das transcrições, ao lado do trecho selecionado.

⁵⁵ Tal cuidado na seleção das letras do código foi um detalhe importante pois após a identificação e seleção dos trechos nas primeiras entrevistas o pesquisador já o fazia sem precisar consultar a lista com a equivalência código-tema.

A título de ilustração, o código designado ao tema “processo, rotina e infraestrutura produtiva” foi PIP e ao tema “amplitude da visão do contexto e de seu(s) negócio(s)” foi AMV. Assim foi elaborado um espelho de codificação para todos os temas da estrutura de análise, tendo sido estes códigos o elo entre os trechos selecionados das transcrições e os novos arquivos a serem montados – com os trechos já destacados de cada um dos entrevistados agora agrupados nos respectivos temas aos quais foram relacionados.

Com os códigos designados, para uma melhor visualização da estrutura de análise, avaliação sobre possíveis ajustes e mesmo incorporação por parte do pesquisador, utilizou-se uma folha de papel tamanho A3. Dobrada ao meio, cada lado da folha recebeu o título de cada um dos dois eixos teórico-empíricos e neles foram sendo aproximados e/ou distanciados os códigos atribuídos a cada um dos temas, esboçando relações entre eles, agrupando-os ou separando-os conforme pertinência temática. Assim foram rascunhadas algumas versões até que se chegasse naquela que foi utilizada na análise preliminar e, após ajustes, levada adiante.

A identificação e o agrupamento dos trechos das transcrições, por meio da estrutura de análise, levaram à formação de arquivos denominados de “destaques nos temas” – na realidade, um arquivo para cada uma das entrevistas transcritas selecionadas. Nestes, por exemplo, todos os trechos selecionados da transcrição de um entrevistado e associados ao código PRO, foram listados sob o seu tema correspondente: “atributos, valor e qualidade relativos do produto”. Após tal atividade ser executada para todos os temas, em todas as oito entrevistas transcritas escolhidas, foram identificados os temas mais férteis em termos de relevância analítica, qualidade e quantidade de trechos selecionados.

Uma vez o material pronto, a análise em si se concentrou nestes temas considerados mais fortes, por terem vencido todo este processo analítico, e se revelou na redação do texto da tese – principalmente alimentou o capítulo três. Nela está o que se teve vontade e se pode dizer, com responsabilidade científica, sobre o objeto de pesquisa construído.

1.4.4 Sobre a lógica e as sensações da análise

A lógica e as sensações da análise se dão juntas, jogam um jogo curioso. O desafio que se enfrentou aqui foi de tentar registrar e dar forma textual a algo que se deu por aproximações sucessivas, por idas e vindas, próximo daquilo que Wittgenstein (1999) chamou de “movimento da serpente” – no qual se acredita que lógica e sensações do processo analítico são vivenciadas em simbiose e de modo sinuoso.

Enquanto o que foi relatado acontecia, o candidato se sentiu como quem dá forma às peças de um quebra-cabeça que ele mesmo precisaria, logo depois, encaixar. Pareceu-lhe um processo de ajuste fino e tentativas de melhor (re)encaixe das peças (temas), composição de cenas específicas (temáticas) e montagem do conjunto das cenas (a estrutura de análise) que, mesmo uma vez pronto, requereria ajustes impostos por seu uso. À ilusão do “eureka” do primeiro encaixe, geralmente se seguiu a tomada de consciência de que outro melhor ainda poderia ser feito. E assim, por tentativa, erro, e melhor acerto alcançado, se seguiu até chegar a configurações-soluções que acreditou serem satisfatórias.

O que ainda se pode tentar dizer aqui é algo sobre as sensações do vivido ao fazer o que foi feito. Para isso é preciso mencionar aqueles pequenos avanços conquistados dia após dia, ao seguir gerando sentido ao que se faz e, ao mesmo tempo, vendo este sentido tomar forma no trabalho em curso. Isso é algo que pode dominar, motivar e/ou consumir quem se empenha neste ofício. O êxito ou o fracasso de um trabalho científico pode advir daí.

A formação de uma convicção no bom encaminhamento na lógica e nas soluções de análise recebe confirmações que não estão apenas no plano do que é razoável, principalmente quando se acredita que, ao longo do trabalho científico, muito se é intuído. É com intuição que também se atinge níveis de convicção e razoabilidade satisfatórios para seguir adiante, tomar outras decisões, até chegar ao momento que se pode dizer: “pronto! É isso que se tem a submeter à avaliação”. É este o melhor “esboço” que se pode apresentar neste contexto. E como dizem muitos romancistas sobre seus livros, eles são esboços dos quais se livram por acreditarem não ter mais condições de melhorá-lo.

Esta tese foi feita por meio de um processo de envolvimento integral do pesquisador que a linguagem não tem como dar conta. Evoluímos como pesquisadores

quando também conseguimos fazer evoluir nossa sensibilidade. Quando conseguimos melhor lidar com nossa ansiedade ou, por outro lado, com a tentativa de esperar ainda um pouco mais, com a vã ilusão de que se poderá chegar mais próximo de qualquer “perfeição”. É com sensibilidade, desenvolvida a partir da mais dura e árdua experiência de trabalho, por processos indizíveis, que se consegue evoluir na capacidade de reconhecer o melhor momento possível, até onde valeu a pena empenhar-se em avançar. Tem-se então a sensação de que se chegou ao máximo de razoabilidade possível naquela contingência vivida a qual se dá o formato de tese. E então pronto, chega-se à convicção de que é possível bem defendê-la perante o júri.

Capítulo 2. Uma terra em confecção: gênese de uma atividade capital no interior do Nordeste brasileiro

“As disposições econômicas mais fundamentais, como necessidades, preferências e propensões – ao trabalho, à poupança, ao investimento, etc. – não são exógenas, isto é, dependentes de uma natureza humana universal, mas endógenas e dependentes de uma história, que é aquela mesma do cosmo econômico onde elas são exigidas e recompensadas.” (Pierre Bourdieu em “O campo econômico”)

“Como isso foi possível?” Era desta pergunta que Bourdieu se servia para estudar a gênese dos objetos de pesquisa que abraçava. Aqui, ela me servirá à investigação sobre como foram sendo criadas, na história contemporânea de parte específica de uma região, as condições para a configuração de tamanho ambiente de negócios de produção e comercialização de confecções. Para isso, preciso reescrevê-la nos termos desta tese: *como foi possível o germinar de tais negócios em meio à aridez agrestina?*

A região Nordeste do Brasil, em termos geoclimáticos gerais, pode ser subdividida em quatro grandes áreas: (1) o litoral e a zona da mata; (2) o agreste; (3) o sertão; e (4) o meio-norte (como pode ser visto no mapa 2 mais adiante). Em termos políticos, a região é dividida em nove estados, dentre eles, Pernambuco. O interior nordestino no qual se dá o fenômeno sobre o qual trata esta tese é a área agrestina, mais especificamente, o Agreste pernambucano (mapa 3). Muito embora tal parte do Agreste tenha também suas subdivisões, estudos como o de Bezerra (2011) mostram como a atividade extrapola as fronteiras das subdivisões do Agreste pernambucano e do próprio estado.

Antes de seguir adiante, uma ressalva é importante: a minha pretensão neste capítulo é de reconstituir argumentativamente os aspectos e momentos da história contemporânea da região que me foram mais significativos em termos socioculturais, na trajetória da emergência do objeto de pesquisa desta tese inscrito em seu título, os filhos das feiras e campo de negócios agreste. Não se pretende nem se tem condições de aqui recontar algo mais amplo como a “história da região”. Entretanto, ao empreender tal esforço, acredito que alguns aspectos relevantes da história regional surgem neste caminho.

Se toda história que se procura recontar é parcial, restrita e limitada, inevitavelmente apenas alguns dos seus aspectos serão selecionados e reescritos, outros não contemplados, em particular quando se procura reelaborá-la em narrativa

comprometida com fins investigativos específicos. Quando este processo se dá de modo reflexivo, se tem em mente tanto o cuidado relativo ao que Bourdieu chamava de “sociologia espontânea” (cf. 1.3.3), quanto a maior clareza possível dos interesses que orientam as escolhas do investigador.

Neste sentido, parte-se de um dos princípios metodológicos da construção do objeto de pesquisa na sociologia bourdiesiana: a elaboração da “história social da emergência de um problema”. No caso desta tese, tal elaboração se dá a partir da compreensão do *modus operandi* bourdiesiano como linguagem (cf. tópico 1.3) e ciente da necessidade de composição que a nova investigação empírica impõe. Ou seja, aqui tal gênese se dá nos termos: (1) de *um contexto específico no Agreste de Pernambuco*, Nordeste do Brasil, no qual uma atividade se destacou e foi massificada ao longo das últimas décadas; (2) de *personagens atuantes nesta história*, os proprietários dos negócios de produção e comercialização de confecções; e (3) de *um espaço de forças, posições e relações objetivas e simbólicas* – constituído a partir da investigação sobre tais personagens e seus negócios naquele contexto. Filhos das feiras e campo de negócios agreste são estenografias elaboradas de modo fiel ao construtivismo bourdiesiano (cf. primeiro capítulo), são os instrumentos criados para orientar a investigação e sua apresentação nesta tese. Servem ao estudo, principalmente explicitado no terceiro capítulo, dos itens dois e três (acima apontados) respectivamente.

Ao lembrar que “Bourdieu insiste na importância de considerar a emergência da esfera econômica como um fenômeno cultural, cuja gênese deve ser objeto de investigação” (Raud, 2007: 210), e que para ele, tal gênese é coletiva e individual, ao mesmo tempo em que é fundamental para o entendimento da “conduta econômica socialmente reconhecida como racional em certas regiões de certas sociedades de uma época determinada” (Bourdieu, 2005b [1997]: 53), desejo recontar a emergência sociocultural de agentes econômicos a serem objetivados num espaço social composto pelos filhos das feiras e pelas unidades produtivas-comerciais que criaram naquele pedaço de mundo. Ou seja, como está posto no título deste capítulo, trata-se da gênese de uma atividade que se torna capital à uma terra em confecção no interior do Nordeste brasileiro – elaborada de acordo com o princípio da sociologia bourdiesiana aqui colocado em prática em função dos meus interesses investigativos.

Os parágrafos anteriores serviram como bússola para se chegar aos tópicos-temas seguintes que visam: recuperar a história coletiva da qual emerge o objeto da tese (2.1), abordar a trajetória constitutiva de seu contexto próximo (2.2) e tratar de aspectos relevantes a sua atualidade (2.3).

2.1 Condições de emergência

O fato de Caruaru, principal cidade da região, ter somente sido fundada como município em 1857 pode informar sobre a contemporaneidade da constituição política e da urbanização desta parte do Agreste pernambucano. A história da região da qual emerge a atividade e os negócios de confecções é bastante recente quando observada com os olhos do processo civilizador ocidental⁵⁶.

Os municípios que hoje compõem o eixo da atividade surgiram em localizações estratégicas ao trânsito naquele contexto, às margens dos rios Ipojuca (Caruaru) e Capibaribe (SCC e Toritama). Não somente tais municípios, mas também diversos outros que os circundam, são fruto de uma história localizada que condiciona a emergência da produção e comercialização de confecções, nos termos que esta se configura neste milênio.

Quando penso na variedade das condições de emergência do fenômeno em estudo nesta tese, pergunto-me: o que me é possível observar como mais importante, dentre tais condições, para o contexto no qual os filhos das feiras e o campo de negócios agreste foram conformados (e hoje conformam)? Para seguir adiante a partir desta questão, recupero no próximo tópico aspectos elementares da constituição do contexto local mais amplo em termos sociohistóricos e geográfico (2.1.1). Em seguida, me atendo àqueles que elegi como mais relevantes aos meus interesses investigativos: o

⁵⁶ Processo este que se serviu da interação entre os primitivos habitantes indígenas, quilombolas, vaqueiros e mascates que transitavam pela região. Entre estes personagens históricos se davam tanto conflitos como alianças, trocas comerciais e outras articulações políticas, bem como a mistura de povos e raças que contribuiu para a formação cultural local. “O Quilombo dos Palmares, com uma série de redutos satélites, exerceu influência na segunda metade do século XVII, por [...] grandes porções da Mata e do Agreste. A sua destruição deu margem a que inúmeras sesmarias surgissem em áreas antes fora do domínio do governo português.

A luta contra os índios cariris, revoltados ante a pressão cada vez maior dos pecuaristas que lhes tomavam a terra e os escravizavam, fazendo por qualquer pretexto o que chamavam de ‘guerra justa’, não só possibilitou o desbravamento do Agreste e de parte do Sertão, como também aniquilou o poderio indígena, fazendo com que os remanescentes das poderosas tribos se recolhessem às serras, aos brejos altos menos acessíveis aos brancos e menos cobiçados pelos criadores de gado.

Assim, após esses dois eventos, a liquidação do Estado Negro e das tribos indígenas, passaram os governadores a doar sesmarias nas ribeiras [...]. Aí se constituíram, nos primeiros tempos, grandes fazendas” (Andrade, 2005: 153).

comércio de feira de rua (2.1.2), a família de origem rural que se encontra com o desafio da modernização e da urbanidade (2.1.3) e os laços sociais e os diversos fluxos por eles viabilizados neste processo (2.1.4) – tais temas até podem ser inscritos sob o que procuro significar por meio dos títulos a cada um deles atribuídos, porém jamais cobertos por completo no tipo de sociologia na qual aqui se acredita e pratica.

2.1.1 Geografia, história coletiva local e contexto

“O que caracteriza o Agreste é a diversidade de paisagens que ele oferece em curtas distâncias, funcionando quase como uma miniatura do Nordeste, com suas áreas muito secas e muito úmidas.” (Andrade, 2005: 44).

Situada numa faixa entre a Zona da Mata e o Sertão, no interior do Nordeste brasileiro, há uma região que corta seus estados orientais como Pernambuco e Paraíba (ver mapas 1, 2 e 3). Trata-se de “uma zona de transição, com trechos quase tão úmidos como o da Mata e outros tão secos como o do Sertão, alternando-se constantemente e a pequena distância, que o povo chamou de Agreste” (Andrade, 2005 [1963]⁵⁷: 37), localizada quase que totalmente no Planalto da Borborema e cuja ocupação se deu de modo tardio. “A parte alta, as superfícies aplainadas sobre a Borborema, não haviam sido exploradas, haviam sido contornadas por criadores de gado. [...] Só após a guerra holandesa [1634-36], porém, é que esta região seria conquistada e economicamente integrada ao Nordeste” (Andrade, 2005: 152; Vêras de Oliveira, 2013: 235-7).

Um instrumento jurídico de doação de terras criado em Portugal foi adaptado, utilizado e teve papel relevante na ocupação da região. “Por meio de doações em regime de *sesmaria*, foram implantadas grandes fazendas na região. Sua ocupação se restringia praticamente aos vaqueiros, principais responsáveis pela administração da criação extensiva de gado” (Vêras de Oliveira, 2013: 236). Deste modo, as terras legalmente concedidas para atividades produtivas foram ocupadas por tais vaqueiros que, além de cuidar da criação pecuária, cruzavam o interior, abriam caminhos margeando os rios, fundavam ranchos e feitorias que depois utilizavam para pernoitar.

⁵⁷ Manuel Correa de Andrade foi um geógrafo de relevância nacional que dedicou sua carreira ao estudo do Nordeste, em seu consagrado livro “A terra e o homem do Nordeste” ele se ateu especificamente ao Agreste (cf. Andrade, 2005 [1963]: 151-181).



Mapa 1: O Nordeste no Brasil⁵⁸



Mapa 2: As regiões geoclimáticas do Nordeste



Mapa 3: O Agreste do estado de Pernambuco

⁵⁸ Créditos e/ou fontes de todos os mapas e fotografias que ilustram esta tese se encontram em tópico específico ao final das referências bibliográficas.

Uma mudança nos rumos daquela história e da ocupação da região começa a ser percebida a partir de meados do século XVII. Desde então a pecuária não mais conseguia absorver a população agrestina, e os habitantes das suas porções semiáridas passaram a se agrupar nos brejos úmidos, se dedicando à “agricultura de mantimentos e à cultura de cana-de-açúcar que era transformada por engenhocas em rapadura e aguardente, dando origem a sítios e até pequenas vilas” (Andrade, 2005: 156). A fixação da população em localidades de condições climáticas mais favoráveis converte os que antes eram agregados dos fazendeiros da caatinga em “foreiros, agricultores e rendeiros, que abasteciam o Agreste de gêneros alimentícios e, quando a cultura e o comércio do algodão abriram condições, passaram a fornecer também à Mata e ao Sertão” (Andrade, 2005: 156; Vêras de Oliveira, 2013: 236).

É preciso algum esforço para imaginar os detalhes de como as pessoas viviam em propriedades rurais denominadas de “sítios” ou se organizavam em vilas (esparços e incipientes espaços urbanos, como podem ser vistos nas fotos 1 e 2), de como se ocupavam e garantiam sua subsistência nestes contextos, haja vista que a cultura oral era dominante, sendo leitura e escrita hábito de poucos. Por outro lado, é recorrente nos diversos tipos de registros históricos que grande parte da “população agrestina era, em geral, pobre, limitando-se a cultivar o algodão [...], o milho, o feijão, a mandioca e a cana-de-açúcar, para fazer mel e rapadura. As lavouras davam, assim, lucros reduzidos” (Andrade, 2005: 157). Andrade (2005: 157) também apontou que a produção de algodão “se expandia desde os meados do século XVIII, mas que só no início do século XIX realizaria uma revolução no Agreste e no Sertão”. Entre 1750 e 1940, “o algodão [ver foto 3] foi um dos principais produtos nordestinos e o único que enfrentou a cana-de-açúcar com algum êxito, na disputa por terras e braços” (Andrade, 2005: 158). Vêras de Oliveira (2013: 236) lembra que “outros ciclos econômicos conviveram com a pecuária e o cultivo do algodão, embora com menor importância socioeconômica, a exemplo do cultivo do café e do agave, sempre associados à agricultura de subsistência”. Xavier (2006: 77) também recupera que “o capital mercantil no Semiárido nordestino sempre manteve a associação entre a plantação de algodão, a criação de gado e a cultura de subsistência”.



Foto 1: Rua do Comércio de Caruaru, 1905



Foto 2: Santa Cruz do Capibaribe, 1903



Foto 3: O proprietário do caminhão, os locais e a carga de algodão, final da década de quarenta, SCC

Além da população agricultora, mas que se dirigia regularmente ao que se chamava de “arruado”, tanto para vender seus produtos agropecuários como para se abastecer dos itens que naquele incipiente aglomerado urbano poderia obter, os comerciantes que se estabeleciam por lá desempenharam importante papel naquela história. Para além do comércio com os agricultores, eles tanto ofereciam guarita, alimentação e produtos básicos aos caixeiros-viajantes⁵⁹ que iam e vinham no percurso litoral-sertão-litoral, quanto seguiram a ampliar as ruas dos vilarejos com novas casas e comércios.

Em contraste com a pobreza e as limitações econômicas da maioria dos habitantes da região, e diferente da figura do comerciante estabelecido, também se encontravam no Agreste os coronéis. O fato de muitas vilas terem sido formadas dentro de suas posses demarcava a influência original destes personagens na vida urbana incipiente. Os coronéis da região tinham “palavra de rei” na extensão de suas terras e, muitas vezes, para além delas. Controlavam com “pulso firme” a vida das famílias de sua mão de obra e mesmo depois com o desenvolvimento urbano dos municípios na região, permaneceram por muito tempo com lugar privilegiado naquela hierarquia social. Muitos deles se converteram ou se associaram tanto com as lideranças políticas que ocuparam o poder público quanto com a elite comercial municipal. As “dinastias rurais” também se aproximavam do mundo urbano.

Se, de fato, não se percebe uma grande diferenciação social entre os membros da grande massa que conformaram as urbanidades agrestinas como SCC (Xavier, 2006), há uma distinção imensa entre eles, o coronel e seus herdeiros. A sociologia nacional denominou de coronelismo, patriarcalismo, pessoalismo e mandonismo muitas das práticas que observou como historicamente vinculadas a este personagem.

Duas instituições também tiveram atuação destacada no processo de conformação urbana no Agreste pernambucano: a Igreja católica e o Estado. A primeira, não somente como elemento concreto do arruado que deu início a municípios como Caruaru e SCC, mas também em seu papel social, político e cultural de interferência para que as pessoas seguissem os rumos cobertos pela crença cristã e pelos interesses dos seus clérigos. O segundo, por exemplo, tanto ao legitimar tais agrupamentos como cidades, munindo-os com o aparato da burocracia pública que assim lhe seria

⁵⁹ Antigos mercadores, mascates que viajavam maiores distâncias e desempenhavam, além do comércio, o papel de comunicação entre as culturas locais e destas com a então vigente nos centros urbanos maiores que frequentavam.

necessário, quanto ao promover a urbanização no país por meio de infraestrutura física como estradas e ferrovias – fundamentais para que tais urbanidades pudessem ter meios de comunicação efetivos com as metrópoles então em formação. Enfim, a urbanização de lugares “tão ermos” não aconteceu sem o incentivo institucional de uma nação burocrática em construção.

Naqueles tempos, os dias de feira de rua e de missa eram centrais (ver foto 4), tanto para quem morava no campo quanto na “rua”, como os primeiros chamavam (e ainda chamam) o então vilarejo – que tinha sua origem geralmente vinculada a uma fazenda, uma igreja nela construída e ao comércio de rua que ali se estabelecia. Uma das partes mais relevantes à dinâmica da vida naqueles lugares se dava nestes dias. Não somente a fé e os produtos circulavam, mas também os hábitos, os costumes diferentes se tocavam. Os padres, os caixeiros-viajantes, os comerciantes estabelecidos, as filhas do coronel, os agricultores-feirantes e os outros compradores interagem naquele contexto, encenam uma peça que poderia ter como palco muitos dos lugarejos hoje constituídos municípios na região. Os historiadores locais observam que a origem de parte significativa deles está vinculada à construção de uma Igreja e ao estabelecimento de um entreposto comercial, de uma feira que se dava inicialmente nos dias de missa, mas que se expande e toma o corpo de um incipiente aglomerado urbano (cf. Ferreira, 2001: 101-102).

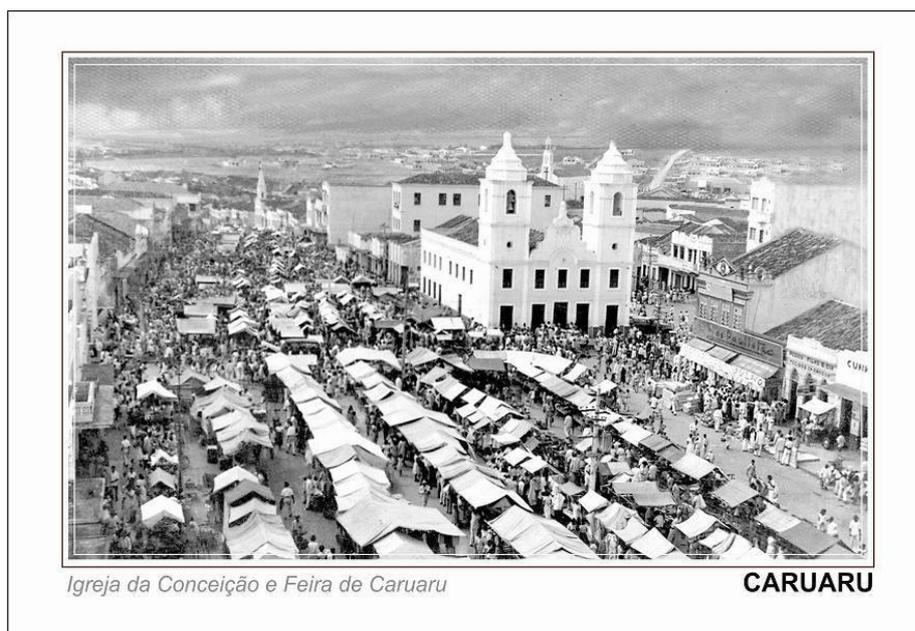


Foto 4: A feira e a igreja, centro de Caruaru em meados do século XX

No que tange seus traços geoclimáticos, as terras da região apresentavam “uma área ampla de semi-aridez acentuada ... os municípios de Jataúba e Santa Cruz do Capibaribe bem como amplas porções dos municípios de Brejo da Madre de Deus, Taquaritinga do Norte e Toritama” (Melo, 1980: 182 apud Lira, 2006: 101). Além desta semiaridez, também havia alguns brejos úmidos, tipo de microclima mais ameno e que oferece melhores possibilidades de uso da terra. A região:

abrange áreas de brejos onde a agricultura é favorável, porém também possui faixas muito secas, sendo estas inapropriadas para o plantio. Sendo assim, muitas destas populações serviram, no passado, de força de trabalho, migração sazonal, para as áreas da monocultura canavieira.

Toritama, Santa Cruz do Capibaribe e Caruaru localizam-se nas faixas mais secas. Embora o último município citado possua em seu território dois brejos: Terra Vermelha e Brejo dos Cavalos, a sua maior área é predominantemente seca. (Lira, 2006: 101)

Foi ao explorar seus brejos que o Agreste ganhou fama no âmbito estadual ao se tornar “conhecido também como o ‘celeiro’ pernambucano, que teve, durante muito tempo, função abastecedora de alimentos para a capital e a região metropolitana do Estado” (Lira, 2006: 101). De todo modo, Lira (2006) registra as dificuldades relacionadas a pouca pluviosidade (apenas durante três meses do ano) e de infraestrutura apropriada para o armazenamento de água, o que levou a população da região a conviver historicamente com limitações relativas ao seu abastecimento.

Se, por um lado, o declínio posterior da agricultura na região se dará por meio da “expulsão” do pequeno proprietário rural para que suas terras pudessem ser ocupadas pela pecuária extensiva (cf. Cabral, 2007; Lira, 2006; Xavier, 2006). Por outro, é possível imaginar num mundo em pleno processo de modernização ocidental, tanto o desconforto da população camponesa com uma vida rural associada ao arcaico quanto a busca de uma melhoria objetiva nas condições econômicas de sua família, de uma educação de melhor qualidade para os filhos, de acesso aos bens de consumo que pudessem vir a simbolizar evolução no seu estilo de vida. Em termos objetivos e simbólicos, a “modernização” do mundo faz com que a condição de vida e os horizontes de futuro da família camponesa-agricultora também mudem. Deste modo, as projeções familiares relacionadas ao “urbano” servem de mola propulsora à migração. Além disso, e principalmente a partir do século XX, com o crescimento da densidade populacional da região e o agravamento, com a crise da cultura do algodão, das condições precárias

de vida, o Agreste tornou-se uma base de emigração. Os principais destinos dos que partiram foram às grandes cidades próximas (sobretudo Recife) e as metrópoles nacionais (São Paulo e Rio de Janeiro) (Andrade, 2005: 164; Vêras de Oliveira, 2013: 237).

Ao mesmo tempo, alternativas locais surgiram – como o uso do couro na produção de calçados, em Caruaru e Toritama, e o caso da costura com retalhos de tecidos em Santa Cruz do Capibaribe (Lira, 2011: 84) – para quem naquelas vilas e cidades já moravam, bem como para os demais que lá chegavam advindos do entorno rural.

Além desta dinâmica mais ampla, há uma continuada conjugação local (1) das necessidades de compra de produtos necessários à sobrevivência em meio rural, (2) da venda dos produtos agrícolas cultivados a partir do trabalho dos membros da família desde a mais tenra infância, (3) de um contexto de vida que tinha na missa e na feira dos “arruados” seus principais eventos, com (4) a necessidade dos habitantes destes pequenos vilarejos em formação de se abastecerem de itens produzidos no entorno rural e (5) o trânsito dos caixeiros-viajantes, que faziam o percurso litoral-sertão (cf. Andrade, 2005; Ferreira, 2001; Vêras de Oliveira, 2013). Tudo isso se aglutina ao longo da trajetória histórica local. Esta, conforma e é conformada pelo modo de estar e agir no “mundo” do comércio de feiras de rua que ali se engendrava. Aos meus olhos, aquele “mundo” foi decisivo no passado, na configuração de entrepostos comerciais de apoio para o trânsito do comércio, servindo de meio para a circulação de mercadorias, notícias e hábitos de vida que eram compartilhados, e ainda o é no presente.

2.1.2 O papel central do comércio de feira de rua

“Uma menor concentração fundiária associada a uma característica histórica de região de transição, entre a Mata e o Sertão, fez do Agreste um lugar propício ao desenvolvimento do comércio, particularmente com o estabelecimento de grandes feiras em cidades como Caruaru e Campina Grande. Essas passaram a exercer um papel central na conformação socioeconômica da região.” (Vêras de Oliveira, 2013: 236-7)

“Eu não sei se a feira é de Caruaru ou se Caruaru é da feira” Josué Euzébio

A origem do que é hoje o principal centro urbano da região está tão vinculada à constituição de sua feira de rua que o dilema original se impôs aqui como epígrafe⁶⁰ (cf. Ferreira, 2001: 101-102; Sá, 2011: 30-33). Também Santa Cruz do Capibaribe, antes mesmo de se tornar município em 1952, já abrigava uma feira livre semanal, como se vê na foto abaixo.



Foto 5: Dia de feira de rua, Santa Cruz do Capibaribe, 1947

O fato histórico de uma feira constituir uma cidade não é algo novo ou singular, muito pelo contrário, é recorrente na história da Humanidade. Nos quatro cantos do mundo encontraremos o comércio nas ruas, por meio de feiras regulares, como ponto de partida para a constituição de uma municipalidade, interligação de uma região ou então ambos. O que penso ser necessário enfatizar aqui é que, no caso do Agreste, além de tal atividade ter ainda hoje papel capital na dinâmica de grande parte das pessoas que por lá vivem e trabalham, ela se expandiu para o desenvolvimento da atividade comercial de modo geral e para além desta. Deixou marcas profundas nos hábitos e nas práticas das pessoas que compõem o tecido social do qual se faz tal terra em confecção.

Para avançar neste sentido, seguindo com o caso de Caruaru, recupero de investigação anterior (Sá, 2011: 32) que

⁶⁰ Sobre o caso de Caruaru, Josué Euzébio, quando me confirmou a frase acima, complementou (por email em 30.07.2014) informando que: “cronologicamente surgiu primeiro a fazenda (1710, mais ou menos); a capela (1782); a feira (1793, mais ou menos); e a vila (1848) que depois foi elevada à categoria de cidade (em 1857). No entanto, o crescimento do lugar acredito que deve muito a existência da capela, mas, principalmente, a feira”.

o então Diretor de Documentação e Patrimônio Cultural da Fundação de Cultura de Caruaru, Walmiré Dimeron, quando perguntado sobre o que seria a feira em sua visão, colocou: Caruaru possui um tripé cultural constituído por feira, forró e barro. *A feira, no entanto, destaca-se por ser a célula mater não apenas dessa formação, mas também da identidade do nosso povo.* Tudo o que somos hoje - o nosso jeito de falar, de nos expressar, as nossas relações cotidianas - está impregnado dessa herança, presente desde os primórdios da colonização dessas terras.⁶¹

Se é possível observar que naquele contexto, entre a grande parte dos feirantes-agricultores, havia muito mais similaridades que diferenças, com Bourdieu também é interessante atentar para o fato de que tal elemento constitutivo socio-econômico-cultural, denominado pelo entrevistado de “célula *mater* de nossa formação”, deixa marcas diferentes nos indivíduos, a depender da posição social de quem e como frequentava a feira, do que fazia nela, de como tal pessoa era vista pelos demais e comparada entre eles. Não somente palco das cenas de vendas, compras ou mesmo trocas do comércio de rua, as feiras da região eram espaços de socialização, de exibição de posses pessoais, de demarcação das diferenças entre os hábitos, enfim, de exposição da sua desigualdade social.

O mascate estrangeiro estabelecido, o agricultor e sua família, o Padre, o feirante (que, em muitos casos, foi agricultor ou é filho de uma família de agricultores que se estabeleceu com a prole na cidade, cf. Sá, 2011: 51-57), o grande fazendeiro, entre alguns outros, são personagens que também marcavam presença no ambiente de feira. Deste modo, tais feiras de rua se tornaram espaços de confluências de pessoas de diferentes origens e trajetórias de vida, então ocupantes de distintas posições sociais e portadores dos signos distintivos a elas correspondentes.

Nelas, tanto se abastecia a dispensa com suprimentos (e o bolso com o dinheiro das vendas) quanto se desfilava e se exibia modos refinados que se acreditava ter, as novas roupas costuradas com tecidos melhores ou piores que as dos outros, os empregados que dispunha ou a qualidade da mercadoria que se expunha para venda. Era lá que o menino pobre se oferecia para carregar as compras da “madame”. Que os membros da família de raízes rurais desempenhavam seus novos papéis como comerciantes de rua, ou quando prósperos, estabelecidos nas lojas construídas nas vias ocupadas pela feira. Era lá que os ainda agricultores e suas famílias vinham não

⁶¹ Entrevista realizada em 30.10.2008, no âmbito da pesquisa que deu origem ao trabalho citado. A resposta foi atualizada com o entrevistado em 30.07.2014.

somente para vender o que produziam em suas terras e se abastecerem do que precisavam da cidade para a nova semana, e ainda traziam os filhos. Estes ajudavam os pais não somente no trabalho agrícola, mas também no comércio do que lá foi produzido. Era assim que todos respiravam “os ares da cidade”, da vida urbana por muitos já então sonhada e imaginada num futuro próximo, distante do “atraso” e do marasmo do universo rural em declínio⁶². A riqueza e a pobreza, a abundância e a necessidade, o material e o simbólico, enfim, tudo isso circulava pelas ruas naqueles dias de feira.

A partir da perspectiva bourdieusiana, até mesmo o tipo de produto que se vendia ou comprava pode ser visto como signo distintivo. Em termos gerais, os comerciantes dos produtos mais caros como carne eram mais prestigiados que o vendedor de bananas, por exemplo. Os feirantes que vendiam e ainda vendem os produtos de menor valor econômico, ou mesmo em pequenas quantidades, tendem a dispor de menos importância na hierarquia da feira.

Os compradores mais abastados podiam vir a pagar mais caro em razão de suas posses, afinal, no comércio de feira da região, o preço também pode variar neste sentido, a depender do cliente. Por outro lado, a relação que muitos feirantes e comerciantes locais estabeleciam com seus clientes era muito pessoal, e neste caso, os clientes podiam usufruir da seleção diferenciada dos produtos que compravam. O tratamento era cordial e visava – como estratégia prática não calculada, ou seja, como o que Bourdieu queria significar quando recorria ao termo *habitus* – criar o vínculo, a fidelidade, lucrar mais com aquele negócio.

O que não se pode negar, independentemente da posição ocupada e função desempenhada, é que a vida sociocultural que abrigava o comércio de feira de rua deixa marcas significativas no jeito de falar, pensar, agir e negociar das pessoas da região. Ao considerar, com Bourdieu, o surgimento e a massificação da produção e comercialização de confecções como um fenômeno não somente econômico, mas também fruto de um contexto sociocultural, é possível observar que as pessoas e os negócios, numa região como o Agreste pernambucano, são ambos portadores da herança das práticas socioculturais relativas a este tipo específico de comércio de rua.

⁶² A história de Neide, elaborada no capítulo quatro de Sá (2011) ilustra bem este ponto. Ela disse ter tomado para si como objetivo de vida sair da roça e assim construiu sua trajetória de menina criada no sítio, filha de uma família de agricultores, para a condição de feirante estabelecida em Caruaru. Também neste aspecto específico, o trabalho de Bourdieu sobre a condição camponesa foi referência lá e o é aqui (cf. Bourdieu, 2006a [1962]).

Ou seja, mais do que um evento semanal de suprimento das necessidades de econômicas, de consumo e animador das relações sociais locais, a feira de rua pode ser vista como um microcosmo de reprodução, coerção e conversão de práticas culturais. É como se ela fosse um ancestral presente não somente por meio das feiras da sulanca, mas nas disposições herdadas por pessoas que tecem a trama desta terra em confecção.

História viva 1: a cidade-feira pelas lentes do seu historiador

Josué Euzébio Ferreira nasceu em um povoado que hoje pertence a outro município da região, porém somente foi registrado em Caruaru, em 1951. Seu pai era agricultor e sua mãe o ajudava, mas ela tinha como tarefa maior cuidar dos doze filhos e da casa. Ele foi criado no povoado do Juá, 2º Distrito de Caruaru e veio morar em Caruaru em 1966. Em 1971 foi para São Paulo onde se formou em História pela USP (Universidade de São Paulo). Sua mãe desde solteira costurava em casa, quando chegava o fim do ano, ele e seus irmãos ficavam ansiosos para ganhar roupa nova. Seu pai seguia para a Feira de Caruaru no sábado e comprava os tecidos que a mãe indicava. A partir daí, tudo era com ela (que recebia alguma ajuda de amigas ou de uma irmã).

Hoje reconhecido por muitos em Caruaru como o principal historiador local vivo, tive a oportunidade de entrevistá-lo em 2008, por ocasião da pesquisa que resultou no livro “Feirantes” (Sá, 2011). Foi naquela entrevista que ouvi dele as palavras que tomei de epígrafe deste tópico. Em 2014 o depoimento foi atualizado pelo próprio Josué e assim me foi possível selecionar trechos e organizá-los para a composição deste quadro.

Para ele, hoje é possível observar que todas as cidades mais próximas de Caruaru também têm seu dia de feira. Agrestina, Altinho, Bezerras, Bonito, Brejo da Madre de Deus, Riacho das Almas, São Caetano, Toritama, etc., enfim, todas escolheram um dia da semana para realizar sua feira de rua. Além disso, nestas cidades também se pode encontrar um pequeno centro comercial. A partir disso é possível perguntar: Por que então os moradores daquelas cidades vão comprar os produtos de que necessitam na feira e no comércio de Caruaru? Por que não compram nas próprias cidades? Josué acredita que, embora existam tais feiras e casas comerciais naqueles municípios, os produtos mais sofisticados e considerados modernos não são oferecidos por lá. É a força comercial de Caruaru que oferece uma maior variedade de produtos. Desde a produção local, de cunho popular ou de caráter industrial, até as coisas que são fabricadas nos grandes centros industriais de fora. Até mesmo produtos específicos, como a renda do Ceará, são vendidos na cidade.

A mesma ideia era válida para outros ramos de negócios, tais como as ferragens e os implementos agrícolas, os eletrodomésticos, com ênfase para máquinas de costura e lojas de automóveis – vale lembrar que naqueles tempos o trem resolvia a grande demanda, as estradas

municipais eram precárias e a produção agrícola era transportada por animais. Era mais ou menos assim a dinâmica comercial em Caruaru até os anos 30 ou 40 do século XX.

Já quando se trata do ramo de tecidos é necessário fazer algumas considerações sobre as transformações de comportamento e hábitos então em curso. Antes dos anos 60, a população da zona rural de Caruaru, ou de cidades vizinhas, comprava nas lojas as chamadas “peças” de tecidos e levavam para suas casas. Lá eram costuradas as roupas da família. Afinal, a maioria das famílias rurais tinha em casa alguém que sabia costurar e uma máquina (manual e/ou de pedal). Era assim que as roupas, principalmente das crianças e das mulheres, eram feitas.

A partir da década de 70 é possível dizer que o comércio da cidade se atualizou em função dos avanços tecnológicos no comércio de roupas. A venda de roupas prontas se generalizou, não somente nas lojas, mas se estendeu às barracas da própria feira de rua. Josué lembra que tudo isso acontecia antes de se materializar a Feira da Sulanca, cuja dinâmica tem dado um novo impulso à economia de várias cidades do Agreste e para além deste. Para ele, uma feira como esta cria uma infinidade de atividades que, de modo geral, são “invisíveis”, e assim acompanham a dinâmica maior da economia informal, marcada na região pela terceirização de serviços na produção.

Como pode ser visto no decorrer desta tese, é em meio a tal herança e trajetória histórica local de comércio de feira de rua que emerge um contexto que tem na atividade confeccionista sua força motriz mais marcante. É neste agreste das confecções (2.3) que atuarão os proprietários (filhos das feiras) e seus negócios de produção e comercialização de confecções (que constituem o campo de negócios agreste).

2.1.3 A família de raízes rurais e sua dimensão estratégica⁶³

O modo de sobreviver e se organizar em unidade familiar herdado dos meios rurais agrestinos e reconfigurados em meados do século passado na região é algo que, assim como o comércio de feira, deixa marcas e constitui o contexto, os personagens e os negócios aqui reconstruídos como objeto de tese.

O êxodo das propriedades rurais ou a inserção de atividades produtivas de algum caráter moderno-industrial nestas, como é o caso dos últimos tempos naquela região,

⁶³ Não me vejo em condições de, nem acredito ser aqui pertinente, promover uma investigação sobre a construção dos elementos identitários e afetivos mais marcantes à instituição família no interior do Nordeste do Brasil. Deste modo, neste tópico me atendo ao aspecto que mais me chama atenção na instituição quando a observo a partir dos meus interesses investigativos nesta tese: a sua origem comum e a sua dimensão inscrita no título deste tópico.

insere famílias com tais raízes na dinâmica formativa da atividade produtiva e comercial de confecções que lá emerge. Um traço marcante, que me faz ver semelhanças neste tipo de família, é que mesmo muitos dos seus membros, que não chegaram a viver no campo e hoje vivem nos municípios da região, possuem tais raízes ancestrais inscritas em seus *habitus*. Ou seja, ao migrarem ou crescerem nas cidades, trouxeram consigo ou receberam por meio do convívio e da educação doméstica as heranças deste tipo de família inscrito em seus corpos e no seu jeito de estar no mundo.

A dinâmica da região vem mostrando que esta e outras famílias, mesmo tendo origens distintas, também se conformaram ao contexto partilhado com a atividade de confecções incipente, precisaram se adaptar a este e, ao assim fazê-lo, o modificaram e se modificaram. Dentre elas, o caso das famílias de raízes rurais é o mais emblemático e recorrente naquele momento da história coletiva local.

No modo como se dava a migração dos seus filhos mais velhos para os grandes centros urbanos do país, uma dimensão estratégica já poderia ser observada. Para vencer a seca e a vida difícil no campo, a estratégia familiar indicava que alguns precisavam partir e encontrar outras fontes de renda. Afinal, se a família crescia de forma desmedida, as terras, pelo contrário, além de permanecerem as mesmas, tendiam a ter sua rentabilidade decrescente e/ou oscilante a depender da safra, da variação do preço pago no que lá era produzido e do declínio da competitividade do pequeno produtor rural. Diante das grandes proles, uma lógica recorrente pode ser conjecturada mais ou menos deste modo. Primeiro segue o filho mais velho para São Paulo. Quando ele consegue “mandar a passagem”, arranjar um trabalho, vislumbrar outro ou mesmo já possui contatos que o possibilitam efetivamente conseguí-lo, seguem os demais em sequência. São eles que mandam parte de suas economias para o apoio no sustento da família, compra dos tecidos para fazer as roupas de fim de ano, do material escolar para as irmãs mais novas, ou mesmo para permitir que estas sigam o maior tempo possível com os estudos e não necessitem, como muitos dos homens mais velhos, abandoná-los por trabalho.

Se, por um lado, a estrutura familiar e a necessidade do trabalho doméstico desde a mais tenra infância permanecem numa condição de poucos recursos financeiros amplamente compartilhada. Por outro, é preciso que toda a família se organize nos termos de um trabalho que não é mais na e com a terra, mas sim com máquinas e tecidos. Aqui alguns fatores são decisivos: a mulher-mãe-dona-de-casa-costureira que

cuida da família e, ao mesmo tempo, costura para fora, recorrendo à ajuda dos muitos filhos que bem servem como mão de obra polivalente. Nesta ciranda da vida e do trabalho doméstico era recorrente a participação da figura do “agregado”, uma pessoa que não é membro original da unidade familiar pai-mãe-filhos, porém é incorporado a ela e tomado como mais um deles. Deste modo também era possível se relacionar com um vizinho de sítio, de casa ou de banco de feira. Neste contexto, os filhos mais velhos (e/ou os “agregados”) cuidam dos mais novos, ajudam no serviço, colaboram com o complemento de renda e a superação das condições adversas que assolavam as não poucas famílias muito pobres. Além de tolerado socialmente e até mesmo estimulado, o trabalho infantil casava bem com a desvalorização prática da educação escolar. De modo geral, poucos anos na escola e educação básica incompleta compõem uma herança presente ainda hoje em parte significativa da população agrestina.

Os pais de tais famílias recorrentemente não tinham estudo ou qualificação. Agricultores desenraizados, procuravam um modo de conseguir alguma fonte de renda, uma atividade remunerada esporádica, afinal, emprego era algo estranho à maior parte das pessoas naquele lugar, naqueles tempos. Viajar vendendo a produção doméstica em feiras de rua pelos municípios e estados vizinhos era uma atividade que poderia ser desempenhada mesmo por quem mal sabia ler. Em termos objetivos, tornar-se mascate mostrou-se a melhor alternativa possível para muitos que largaram a enxada e se instalaram na cidade.

O que denomino nesta tese de campo de negócios agreste é construído a partir do entendimento de um processo, que encontra na adequação da atividade agrícola familiar à atividade de costura doméstica também familiar, mola propulsora para o desenvolvimento e reconfiguração da dimensão estratégica daquele tipo de família. É difícil situar historicamente como e de que modo se teve início tal prática, mas se sabe que se trata de tradição de largo tempo, de desde quando ainda não se tinham tais cidades e se precisava, em grande parte por razões de economia doméstica, costurar as roupas que a própria família usava. O grande número de membros que se tinha, as condições econômicas e a distância de produtos com preços mais acessíveis são aspectos que projetaram a atividade à condição de prática transmitida pela tradição familiar.

Esta herança tecida pela tradição é central na composição da dimensão estratégica que passa a ser, aos meus olhos, progressivamente relevante nas práticas de

adaptação, sobrevivência e prosperidade (ou não) na nova conjuntura. Esta, mesmo ainda agreste, desafia não somente a capacidade de conversão e ordenação das atividades cotidianas nos termos da produção e comercialização de confecções nos quais se envolviam, mas também em razão das projeções que lançam ao futuro. No seio deste tipo de família, práticas de cálculo econômico vinculadas a ideias de prosperidade futura podem ter ganho impulso. Ou seja, além da manutenção e desenvolvimento de práticas úteis como a costura, novas aptidões objetivas e práticas, requeridas pelo ambiente do pequeno ou médio centro urbano, precisaram ser forjadas no ambiente doméstico onde a família e o negócio conviviam. Em xeque estão as disposições incorporadas e voltadas à dinâmica de vida e atividade rural. Inevitavelmente, esta adaptação coloca em evidência sintonias e conflitos entre tais demandas e o aprendizado prévio e incorporado campesino.

Enquanto dois aspectos cruciais permanecem, a coordenação da vida doméstica associada à atividade de costura por parte da mãe e a exploração da prole como mão de obra, outros novos germinam. Nesta organização familiar recontextualizada no meio urbano, penetrada pela atividade da confecção como ocupação diária constante – que envolve a maior parte de seus membros, tratada como fonte de ganhos contínuos e não somente recurso de economia doméstica – se desenvolve sua dimensão estratégica, em particular nos novos termos produtivos e comerciais então requeridos em seu seio. O “como fazê-lo” de modo a garantir a contribuição necessária à renda familiar e mesmo a possibilidade de prosperidade é um desafio de aprendizado coletivo a ser compartilhado entre seus membros. É um desafio de sobrevivência e adaptação, maior em alguns casos, menor em outros tantos, que precisou ser vencido para que tais famílias pudessem se fixar e assim conformar as emergentes urbanidades periféricas agrestinas.

2.1.4 Por entre laços e fluxos, gente e retalhos

Em meados do século passado, além da condição de vida já delicada de grande parte de sua população, o Nordeste sofreu com duas grandes secas. Paralelamente, o processo de industrialização no Sudeste do país crescia e demandava por trabalhadores.

A década de 1950 foi particularmente complicada para o Nordeste. Duas grandes secas marcaram esse período – a de 1952/1953 e a de 1958 – aprofundando, assim, o estigma de região fadada ao subdesenvolvimento. O descaso público era notório e o desemprego, a fome e a mortalidade infantil se acentuavam. Enquanto isso, o Sudeste registrava um desenvolvimento industrial ascendente e uma economia em expansão dentro da fase mais importante da industrialização brasileira, quando o Estado resolve investir na produção de bens duráveis, o então chamado fordismo periférico. O único órgão federal atuante no interior do Nordeste naquele momento era o Departamento Nacional de Obras contra a Seca – DNOCS, que se ocupava de tudo, das construções de barragens, pontes, a obras de emergência e paliativas. Porém, não existiam políticas públicas para o desenvolvimento da região. (Burnett, 2013: 22-3)

Diante de uma situação como esta, a migração era a alternativa mais evidente quando se enxergava “em São Paulo” um lugar para se conseguir um emprego, fazer a vida e ajudar a família. O futuro se encontraria por lá e não na tristeza da seca.



Foto 6: Crianças e a terra seca nordestina



Gravura única: A migração nordestina representada em xilogravura

Num contexto como aquele de crise na terra “da gente” e de busca por um futuro melhor na metrópole, se por um lado é possível imaginar solidariedade, generosidade entre os membros da família, bem como a valorização desta que tende a ser estendida aos outros conterrâneos “menos favorecidos”, por outro, se configura o poder de quem dá e a obrigação de quem recebe, uma prática – associada ao que se chamou de coronelismo e/ou pessoalismo – que se herda e constitui as relações sociais características da região. Este modo típico de se relacionar pode ser ilustrado por uma pergunta como essa: “fulano é filho de quem?”. Um crédito, uma “carona” ou um emprego ao chegar em São Paulo, enfim, um favor poderia ser concedido a depender da relação com aquela família. Obviamente, este modo de relacionamento social se reproduzia na condição do migrante e nas atividades econômicas que abraçava. Dentre estas, o comércio de retalhos. Pedacos de tecidos que sobravam das indústrias dos grandes centros urbanos nacionais. Junto a este comércio, outras mercadorias (máquinas, botões, zípers, enfim, aviamentos) começaram a chegar em Santa Cruz do Capibaribe (cf. Gomes, 2002).

Historicamente, a migração pode ser entendida como necessidade e estratégia de sobrevivência da família de raízes rurais, conforme tópico anterior. Como nele foi visto, com muita recorrência aquelas famílias eram numerosas e a produtividade da terra não crescia na mesma proporção, muito pelo contrário, sua rentabilidade e mesmo viabilidade para a manutenção dos seus membros estava em xeque. A migração era uma alternativa a qual parte dos seus membros precisaria se submeter para que a família-mãe pudesse ter mais chances de ser mantida.

Para além da unidade familiar, a trama desta terra em confecção se dá por meio de “laços de parentesco e ‘conhecimento’⁶⁴” (Souza, 2012), relações e fluxos de pessoas que viabilizaram atividades fundamentais à constituição da “sulanca” como o comércio de retalhos. No início, nos anos trinta, os pedacos de pano eram recolhidos em Recife, conseguidos de graça uma vez que eram descartados no processo industrial. As costureiras os utilizavam na produção de colchas de retalhos que serviam como moedas de troca no comércio com o Sertão, como pode ser visto na *história viva 2*. Depois do declínio da indústria têxtil recifense, os retalhos passaram a ser trazidos de São Paulo, já

⁶⁴ No sentido de “conhecer pessoas”, ter muita gente conhecida a quem se pode recorrer para isso ou aquilo e não no sentido que se dá quando se fala em “conhecimento científico”, por exemplo.

nos anos sessenta do século passado. Há toda uma história que relaciona este tipo de laços sociais com a migração e este tipo de comércio (cf. Gomes, 2002).

Gomes (2002: 134-41, 203) conta que uma família de SCC se estabelece em São Paulo e dá início ao envio de retalhos oriundos das indústrias paulistas para sua cidade de origem. Neste trabalho se observa tal comércio sendo realizado inicialmente por gente de SCC e não de outros municípios agrestinos, eis aí talvez um elemento decisivo original para que a atividade lá tenha germinado (e não noutro município). Há relatos que apontam inicialmente para o trânsito de pessoas nos caminhões de comerciantes do município, que se dirigiam ao centro industrial levando migrantes e trazendo retalhos. Ou seja, para quem em São Paulo não estava e ingressava no negócio dos retalhos, ter um caminhão, condições e saber como nele chegar em São Paulo (ou pagar alguém para fazê-lo) era um aspecto distintivo em termos econômicos e para além destes. Não seria estranho escutar, naqueles tempos, alguém dizer que: “Fulano é rico, é fazendeiro e tem um caminhão”. Era no caminhão que se levava gente e produtos rurais em maior volume para os maiores centros urbanos onde eram comercializados. Trazer o caminhão na viagem de volta, carregado de retalhos, era um negócio de custo baixo e de potencial lucratividade numa região na qual crescia a quantidade de pessoas envolvidas com confecção.

É deste negócio que emergiram as primeiras pessoas de êxito econômico socialmente reconhecido e relacionado ao fenômeno “sulanca”: os atacadistas de tecidos. Foram seus antecessores, os transportadores e vendedores de retalhos que vislumbraram naquela atividade iniciada por mulheres e crianças, realizada em suas humildes casas, com as sobras das indústrias dos centros urbanos do país, um “negócio de futuro”.

A grande mão de obra produtora é alimentada e alimenta este processo, sendo condição fundamental como mercado consumidor dos retalhos-restos e condicionada tanto pelo abastecimento de matéria-prima (que proporcionou a emergência econômica e social de muita gente naqueles tempos), quanto pelo comércio noutros municípios por seus mascates – outro personagem relevante à história coletiva local. É importante pensar que não foi desde o início que a “sulanca” foi conhecida e muita gente vinha à SCC para comprá-la. O papel da venda da produção então doméstica é amplamente atribuído, na história local, ao homem-pai-de-família. As viagens para outros estados, outras feiras, e a venda das peças pelo Brasil afora não somente foram formas de ganhar

o sustento da família e até mesmo prosperar, mas também contribuíram para fazer a fama da região. Decorrem desta fama, tanto o crescente fluxo de compradores para as feiras locais quanto o progressivo crescimento de suas feiras da sulanca, principalmente a partir dos anos setenta, como será visto em 2.2.

Muito embora o retalho tenha sido crucial na constituição da atividade, este fruto dos restos do processo de industrialização do país, descartado inicialmente como lixo, que ganha serventia na periferia, não viaja sozinho nos caminhões. Tais idas e vindas abasteciam não somente as máquinas de costura. Com a migração e o fluxo nos sentidos de São Paulo e Recife, as máquinas e demais insumos necessários à incipiente produção passam a circular pelo Agreste. Além disso, trata-se de fluxo de pessoas e, com ele, de modos de agir e estar no mundo. Modos estes que se tocam com outros diferentes dos originais e assim inserem novos elementos para a reconfiguração do contexto anterior. Um tanto do jeito de ser e de negociar presente noutros contextos urbanos viaja também ao interior, toma parte daquela trama.

O fato do aproveitamento dos restos industriais do principal centro urbano do país ter desempenhado papel importante na história da atividade de produção e comercialização de confecções no Agreste pernambucano é emblemático. As sobras da industrialização metropolitana, além de marcarem momento decisivo nos encaminhamentos históricos da região, servem para ilustrar como uma parte do interior nordestino foi se conectando ao capitalismo contemporâneo nacional e mundial.

A pujança das feiras de rua na região (2.1.2), as famílias de raízes rurais (2.1.3) – geralmente compostas também por uma mulher que sabia costurar, vasta prole e que havia se mudado para (ou mantinha-se em contato regular com) as urbanidades em formação na região –, o modo de se relacionar socialmente característico, o impacto das migrações e do comércio de retalhos (2.1.4) foram os traços que elegi como mais relevantes ao contexto histórico mais amplo e propiciador da emergência da atividade confeccionista na região, ao longo das décadas seguintes. Tais traços são capitais ao argumento histórico com o qual me alinho: os elementos mais decisivos à configuração do contexto no qual emergiu a atividade de produção e comercialização de confecções como negócio são comuns à história coletiva local e não singular ao município de SCC.

Ou seja, quero dizer que a dinâmica e os hábitos inerentes às feiras de rua, à prática da costura doméstica familiar, às heranças rurais presentes na organização familiar, bem como à migração de alguns dos seus membros para grandes centros

urbanos do país, em especial o eixo Rio-São Paulo, são comuns ao espectro mais amplo desta parte do Agreste pernambucano. É como se tal história, construída e constrangida por meio de condições engendradas ao longo de uma trajetória comum, tivesse semeado traços socio-econômico-culturais compartilhados naquela terra em confecção. Serão tais traços que, aos meus olhos, germinarão em SCC⁶⁵.

2.2 A formação do eixo e a repercussão no entorno

“O ‘exército’ de costureiras nos anos 60 e 70 recebia os pedaços de tecidos já cortados, apenas a serem costurados por elas numa só peça de roupa. Naquele tempo, este trabalho que hoje é conhecido como ‘facção’ era chamado de ‘encarregação’. Existem evidências que, no final do século XX e início do XXI, muitas famílias abandonaram as atividades agrícolas, adquiriram máquinas e se transformaram em produtoras de roupas. Isto está acontecendo até hoje em vários municípios da região. Foi assim que as cidades polos como Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru e Toritama estenderam sua influência para uma área muito maior...” Josué Euzébio

Se, ao construir o objeto desta tese nos termos bourdieusianos, fui levado a destacar alguns aspectos condicionantes à própria origem do que nela se estuda, isso não implica em negar que muita coisa se seguiu, naquela terra em confecção, em decorrência da consolidação da produção-comercialização da sulanca em SCC como esfera econômica capital, expandida por parte significativa do Agreste pernambucano e para além dele. Atentar para as condições contextuais regionais decisivas à sua emergência não é ignorar que, em decorrência do que se deu naquele município, uma atividade foi ressignificada, divulgada e massificada também por seu entorno.

Isto posto, a seguir abordo temas que tomo como centrais e assim compõem o contexto próximo da atividade na região. Neste se observa nos anos sessenta e setenta a produção doméstica e a comercialização da sulanca por meio de feira própria em SCC (2.2.1), sua expansão nos anos oitenta para os bancos da Feira de Caruaru e também para ser produzida nos seus subúrbios (2.2.2), bem como que a experiência de SCC é tomada como referência inspiradora ao *boom* do *jeans* de Toritama (2.2.3), já nos anos

⁶⁵ Este argumento histórico foi nutrido por duas fontes: 1. Uma série de conversas que mantive com o historiador local Veridiano Santos ao longo do período mais intenso da investigação empírica. Não somente neste ponto, mas também em diversas outras dúvidas sobre a história e a historiografia local, me servi do conhecimento de Veridiano. 2. O que foi colocado por Souza (2012: 36, grifos meus em itálico) sobre o caso específico de SCC: “Ao contrário do que enfatizam as recentes pesquisas sobre a constituição do Polo de Confeções, pensamos que *a história da sulanca pode ser melhor reconstruída a partir do comércio e da tradição comercial constituinte da história da cidade*. Desta forma, no lugar do surgimento “espontâneo” pretendemos descrever como o desenvolvimento da economia da sulanca – da produção à comercialização – *só foi possível a partir de um acúmulo de experiências, seja ela a experiência do “negócio” e do comércio, seja ela da experiência da costura, outra prática tradicional da região e que aos poucos se mercantiliza, agrega valor, junto com um processo de intensificação da feira local*”.

noventa. Assim, ao formar o eixo Santa Cruz-Caruaru-Toritama, a atividade toma corpo nos municípios vizinhos e no entorno rural que constituem o fenômeno (2.2.4).

Este contexto é constituído a partir das conversas com pessoas que o vivenciaram, da minha experiência de investigação empírica naquela realidade, e do cotejo da literatura científica que tive acesso sobre o fenômeno das confecções na região. Não procuro cobrir em sequência e ao máximo a história recente da região, afinal, acredito que esta seja sinuosa, e como dizia Weber, caótica, complexa e infinita – principalmente a depender do que se considera e de qual perspectiva é abordada. Entretanto, para seguir adiante com meus interesses investigativos é necessário selecionar o que me é mais significativo nesta trajetória próxima e possível de ser datada (não sem correr riscos). Tem-se em mente que tudo o que se segue está imbricado na trama histórica mais ampla que fez emergir e caracteriza tal terra em confecções, desde a história a seguir.

História viva 2: um casal que se estabelece e um mecânico que queria trazer retalhos de São Paulo

Fui recebido na casa deles e conversei com um casal que, advindo de zona rural próxima, chegou para morar em Santa Cruz do Capibaribe no início dos anos 50, quando oficialmente o então vilarejo tornou-se cidade. Lembram juntos que antes, nos anos 40, o comércio se dava na Rua Siqueira, no centro da cidade⁶⁶, mas com a evolução da confecção, as outras atividades ficaram meio de lado, secundarizadas. De modo geral, observam que com a atividade as pessoas passaram a ter uma vida melhor, a cidade foi se “desenvolvendo”. Ela lembra que quando lá chegou criava porcos para conseguir dinheiro e assim comprar máquinas de costura das mais antigas, aquelas movidas ainda à mão. Enquanto isso, seus filhos vendiam picolés, doces etc., nos dias de feira de rua. Tendo começado a costurar cobertas com tecido plano⁶⁷, vendia muito para os “galinheiros”, comerciantes que levavam tais colchas para o Sertão e lá trocavam por galinhas. Se no início a atividade se concentrava na cidade, quando começou a crescer, se passou a procurar costureiras no entorno rural. Tudo isso bem antes de se fazer costura com malha⁶⁸.

Quando se passou para a máquina “de pé”, ela já contratava costureiras. Diz ter chegado a ter umas vinte trabalhando para ela. Naquela época, disse-me que os municípios do entorno (e cita Jataúba, Surubim, Brejo da Madre de Deus) costuravam para eles em Santa Cruz.

No começo os homens só vendiam, muitos também seguiam viagem para vender fora, para municípios do “sul”, e.g., situados no estado vizinho, “de feira em feira”, mas depois começaram a tomar conta dos fabricos e mesmo a costurar, principalmente com as máquinas industriais que tornavam o trabalho mais pesado. Para ela, a vida na cidade “melhorou no tempo de Noronha, ele trazia retalhos de São Paulo e ajudava o povo, era bom demais ... foi ele quem levantou a moral de Santa Cruz, vendia muito fiado [e anotava no caderno pra não esquecer], e o gerente do Banco do Brasil,

⁶⁶ Naquele tempo, as principais atividades eram o comércio de carvão para Recife, o algodão, a mamona, galinha de capoeira e agricultura em geral. Havia alguns armazéns grandes e os cereais eram vendidos na “cuia” e no chão, “cada um se virava como podia”, disse-me ele.

⁶⁷ Um tipo de tecido então mais comum na região e viável de ser costurado naquele tipo de máquina.

⁶⁸ Que precisa ser feita em máquina semi-industrial. Tal máquina é introduzida no município entre o fim dos anos 60 e início dos anos 70 e marca a expansão local da atividade. É difícil imaginar o que ainda hoje se chama de sulanca sem a inserção desta máquina, trazida por pessoas como Seu Mauro Feitosa (que surge na história a seguir), no seio da vida cotidiana da família agrestina.

Barroso, que facilitava empréstimos para a compra de máquinas [as semi-industriais]”.

Além de Noronha (que trazia os retalhos de São Paulo e era generoso com seus compradores) e Barroso (que viabilizou a compra das máquinas por meio de empréstimos bancários), Mauro Feitosa é outro personagem recorrente nas histórias que se recontam em SCC.

Depois de ter trabalhado em São Paulo por dez anos, ele decidiu retornar à sua terra natal em 1968. Foi então que desempenhou papel chave na história da atividade de confecções da região. Disse-me ele que, como já trabalhava com mecânica por lá, trouxe consigo uma máquina de costura semi-industrial (overlook) que teria sido a primeira deste gênero da cidade:

“Naquele tempo, aqui em Santa Cruz, ninguém conhecia máquina semi-industrial, então ficou aquela curiosidade. Mas o meu interesse, para que o pessoal conhecesse a máquina, não era vendê-la, é porque eu trazia os retalhos de malha de São Paulo e para costurar malha tem que ser em máquina overlook, em máquina comum o ponto da costura estoura, não presta. Às vezes tinham oito, dez mulheres lá em casa. Eu costurava para que elas vissem e ia ensinando, até que uma comprou e outras depois também. Quando o povo começou a acreditar, começou a comprar. Depois de uns anos, comecei a trazer máquinas para vender também, as primeiras máquinas industriais de Santa Cruz fui eu quem trouxe ... o tecido já tinha, mas era tecido de algodão, malha não, essa só veio depois da máquina”. Ele acredita que “tudo isso começou pelo motivo de ter vindo uma máquina industrial para dentro desta cidade, senão ia ficar naquela costura de máquina comum”. Naquela não se poderia costurar malha, a produção local se limitaria à costura tradicional em tecido plano, e assim, por exemplo, a moda íntima e a feminina, segmentos que caracterizam a atividade na cidade, não poderiam ter se desenvolvido nos termos que o foram por serem dependentes da costura de malha. Nos anos setenta, Seu Mauro lembra ter vendido muitas máquinas ao Banco do Brasil. O banco oferecia carência e as financiava de modo muito favorável aos interessados. “As máquinas ficavam quase de graça”, lembra ele.

2.2.1 Casas de máquinas e a Feira da Sulanca em Santa Cruz

O comércio de feira de rua, a migração de população rural para uma incipiente urbanidade, o comércio de retalhos e de máquinas semi-industriais – nas quais seria possível aumentar a produção e costurar a “helanca do sul”, tipo de malha que será a marca da “sulanca” de SCC – advindas de São Paulo, o fato do Banco do Brasil ter concedido crédito⁶⁹ para a compra daquelas máquinas, enfim, todos estes foram aspectos que repercutiram de modo decisivo no processo de conformação de SCC em terra de confecções.

Situada a 180 quilômetros da capital Recife, com clima e vegetação típicos do semiárido, no início dos anos sessenta SCC era um município que vivia sua primeira década de fundação (1952). “Em 1960, a cidade correspondia a uma ou duas ruas de casas, onde se erguia a [Igreja] matriz” (Xavier, 2006: 181), era pouco mais que uma igreja e um “arruado”. Foi já a partir daquele tempo que teve início tanto seu crescimento em dimensão urbana quanto em população – ambos atrelados às proporções que a atividade de confecção tomava no município (Xavier, 2006; Campello, 1983)⁷⁰.

Os retalhos que lá chegavam abasteciam casas repletas de gente e com crescente número de máquinas. Advindas do campo e instaladas na cidade, muitas famílias adaptaram sua rotina de trabalho na roça para as casas de máquinas. Por outro lado, a experiência e a desenvoltura da venda em feiras de rua não era algo estranho a quem se deslocava a tais centros para comercializar a antiga produção agrícola. Para muitos, a adaptação aqui foi da mercadoria, dos frutos da terra para o que se costurava naquelas máquinas que traziam, já em sua denominação, parte da industrialização para a economia doméstica agrestina⁷¹.

⁶⁹ Algo difícil de se obter naquele tempo, considerando o caráter doméstico e familiar dos incipientes negócios que não tinham como apresentar a documentação solicitada para este tipo de operação. Conta-se muito, como na história viva anterior, que os critérios do banco foram relativizados pelo gerente que se tornou personagem mítico da história do município.

⁷⁰ A tese de Xavier (2006) pode ser vista como um investimento nas trilhas investigativas apontadas por Campello (1983), dissertação pioneira sobre SCC e os negócios de confecção da região. A partir da constatação do já significativo crescimento da população, bem como do espaço urbano no município nas décadas de 1970 e início de 1980, por meio da acomodação de pessoas de origem rural que se envolviam progressivamente com a atividade de confecções, Campello (1983: 9) desenvolve seu trabalho a partir de três hipóteses: (a) o crescimento urbano em Santa Cruz está relacionado com a atividade de confecções; (b) a atividade tem forte interdependência com o desemprego estrutural do país; (c) a atividade no município é coerente com a expansão do capitalismo.

⁷¹ Cabral (2007) trata esta inserção das máquinas semi-industriais na dinâmica produtiva doméstica em SCC como um “primeiro choque de modernização” que a atividade teria recebido no fim dos anos sessenta. Entretanto, é válido recuperar com Campello (1983: 120) que uma trajetória-padrão de trabalhadora-costureira no campo à produtora e vendedora na cidade “não ocorre abruptamente, e o processo não é igual para todos. [...] *Ocorre gradativamente e nem sempre propicia uma ascensão vertical,*

A vida cotidiana daquele lugar parecia seguir em compasso com a cadência da costura doméstica. Foi naquela SCC dos anos sessenta que nasceu e cresceu uma das pessoas com quem pude conversar ao longo da investigação empírica. Então trabalhando como gerente-responsável por um setor da marca-fábrica do irmão, mesmo com poucos anos de estudo, ela já teve os mais diversos tipos de negócios e desempenhou importantes funções no setor de confecções local, recebeu prêmio por sua atuação empresarial e é tida como uma referência do sucesso da cidade. Entretanto, nos anos sessenta, sua realidade era bem diversa da atual. Naqueles tempos, sua mãe ficou viúva ainda jovem e com muitos filhos para criar. Segundo minha informante, Sr. Noronha fornecia, com prazos para o pagamento bem maleáveis e estendidos, fardos de retalhos para sua mãe costurar e criar a prole envolvida na incipiente produção doméstica. Lembrando ainda que a dinâmica de vida e trabalho em sua casa era “uma bagaceira só”⁷², algo bem desestruturado mesmo, disse-me que trabalhou desde quando tinha uns cinco anos, afinal, “para uma família de condições precárias, uma criança desta idade já dá pra fazer alguma coisa”.

Os fabricos e as facções surgem em decorrência da expansão e evolução deste tipo de produção doméstica em série – em meio a qual muitos dos filhos daquela terra foram criados. Quando a mão de obra familiar não mais tinha condições de suprir a demanda de trabalho que a produção crescente exigia, outras pessoas (vizinhos ou parentes mais distantes) passaram a ser contratadas e pagas por dia de trabalho⁷³, ou ainda por atividade-tarefa cumprida (como a costura de uma quantidade pré-definida de peças, que era feita na casa da própria costureira, por meio da qual era facionada a produção do fabrico).

No decorrer dos anos setenta, os mascates locais seguem viajando por outros municípios e estados do Nordeste, de feira em feira, vendendo e divulgando a “sulanca” como produto de SCC (Burnett, 2013). Nos anos oitenta, os sulanqueiros ainda faziam tais viagens para vender a produção local, como pode ser ilustrado pela foto 7.

possibilitando à maioria dos microempresários apenas um meio de sobrevivência, sem maiores lucros” (Campello, 1983: 120, grifos meus).

⁷² Estes e os demais trechos de depoimentos de entrevistados, utilizados ao longo da tese, foram adaptados sempre e na medida necessária, da linguagem corrente na região para a linguagem escrita pertinente a este contexto (tese) no qual se insere. Tais ajustes foram feitos sempre procurando a manutenção do que foi significado pelo depoente e, na medida do possível, do modo como fez tal proferimento.

⁷³ Ou mesmo por um valor previamente estipulado por um período de tempo maior, isso quando tais pessoas eram incorporadas à dinâmica doméstica do trabalho familiar.

Entretanto, desde a chegada das máquinas semi-industriais observou-se um significativo incremento da produção. Quando o fluxo de clientes aumentou para a cidade essas viagens foram diminuindo. Uma vez que passou a estar mais fixo na região, o homem foi se inserindo progressivamente em atividades relacionadas à produção⁷⁴.



Foto 7: Mascates de SCC vendendo sulanca na Bahia, final dos anos setenta

Além deles, aquelas unidades produtivas também abasteciam os bancos de feiras que tomavam cada vez mais as ruas da cidade e assim seguiam modificando sua paisagem (cf. Xavier, 2006). Pode ter sido ao constatar isso que Xavier (2006: 18) projetou o objetivo de sua tese: “analisar as transformações espaciais e da economia agropecuária para a produção de confecção e sua correspondente urbanização, nas décadas entre 1960 e 2000”. Assumindo que “a função dos agentes privados tem uma significação mais expressiva na condução da atividade empreendedora de sobrevivência”, seu objeto de estudo foi “a formação e estruturação de uma aglomeração e seus efeitos territoriais em termos regionais e intraurbanos” no contexto que intitula de “Aglomeração Produtiva de Santa Cruz do Capibaribe”. Segundo ela, tal organização implicou tanto do aumento da “mancha urbana” de Santa Cruz quanto na integração entre o rural e urbano, “a partir do meio rural” (Xavier, 2006: 24-25).

⁷⁴ Informações obtidas em entrevista com Bruno Bezerra, então Secretário de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente de SCC em 19.09.2013. Ele complementou que, com a mulher posicionada no eixo central da atividade em seu início, por ela abraçar a causa da família com mais afinco que o homem, a produção doméstica cresceu sob seus domínios. Para ele, naqueles tempos em SCC era comum se trabalhar 14 horas diárias, afinal, o trabalho se dava em casa, permeado pelas conversas de calçada com as vizinhas e pelas atividades domésticas corriqueiras. Até a diversão era trabalhando, conversando na calçada e costurando.



Foto 8: Produção doméstica feminina em SCC, início dos anos oitenta



Foto 9: Feira da Sulanca em SCC, meados dos anos oitenta

1979 é marco na cronologia da atividade de produção e comercialização de confecções da região em razão de dois importantes fatos. Além de ter sido asfaltada a estrada que liga SCC à BR-104 (principal via de acesso e interligação dos municípios da região) e deste modo facilitado o acesso à cidade, sua Feira da Sulanca ganhou autonomia, se desvinculou da tradicional feira livre municipal e passou a acontecer noutro dia da semana, em separado da primeira (Campello, 1983).

Foi também no final dos anos setenta que Rodrigo chegou à SCC. Quando ele tinha apenas três anos de idade, seus pais fugiram das dificuldades da vida rural e da seca que assolava o lugarejo onde viviam, no interior do estado vizinho. Aos sete anos

ele já vendia pelas ruas da cidade, nos dias de feira, as peças íntimas (calcinhas) que a família produzia. Hoje casado e morando numa casa humilde do subúrbio, depois de ter costurado como facção ou mesmo trabalhado vendendo para outras pessoas, ele sobrevive da produção que toca na sala de casa (também contratando costureiras-facções para costurar partes das peças) e da venda de calcinhas no antigo Poeirão ou Calçadão – espaço do qual os comerciantes, que não adquiriram um ponto de venda (*box*) no Moda Center ao lado, se utilizam para a comercialização dos seus produtos, no primeiro semestre de 2014 estava em curso uma obra de qualificação na área conhecida por estes nomes. Rodrigo me disse que Santa Cruz do Capibaribe é como uma galinha que, ao abrir suas asas, diz para os seus “pintinhos”, “cheguem meus filhos, cheguem pra cá!” Afinal, ele deve ter visto ao longo dos anos desde quando sua família chegou por lá, muita gente fazendo o mesmo e encontrando em SCC um lugar para se estabelecer, encontrar trabalho e possibilidades de melhor subsistir e sonhar com uma vida melhor.

Se histórias como a de Rodrigo são mais recorrentes, outras como a da minha informante são mais divulgadas, celebradas e tomadas como exemplo do que também seria possível aos demais. De um modo ou de outro, ambos compõem a história viva desta terra em confecção. História feita de gente e negócios que possibilitaram a construção teórico-empírica dos filhos das feiras e do campo de negócios agreste como personagens e espaço social que intitulam esta tese.

Ainda hoje SCC concentra o maior número de negócios de produção e comercialização de confecções dentre os municípios do eixo (cf. SEBRAE, 2003, 2013). Seu pioneirismo repercutiu ao longo das décadas seguintes projetando a cidade para a condição de epicentro irradiador da atividade confeccionista (e demais periféricas a esta), nos termos da “sulanca”, pelo seu entorno. Foi assim que serviu de referência para municípios vizinhos como Toritama.

Neste processo, seguiram sendo estabelecidas diferenças sociais, e.g., entre os “naturais” ou mais antigos “da terra”, os que chegavam do entorno – e que, em muitos casos eram vistos com algum preconceito (como os “gangarras”, um povo que habitava as redondezas do núcleo urbano do município) – ou ainda os forasteiros que adviam de mais distante e chegavam para servir de mão de obra para a produção local, uma vez que esta se apresentava como possibilidade concreta de ocupação e renda numa região historicamente carente disso.

Assim sendo, é pertinente recuperar que, no início dos anos oitenta, a Feira da Sulanca de SCC já se consolidava como *locus* de venda da crescente produção de confecções do município e do seu entorno. A inserção daquele produto na maior e nacionalmente renomada feira de rua da região, a Feira de Caruaru, era uma questão de pouco tempo.



Fotos 10 e 11: Rua Siqueira, centro de SCC, em dia de Feira da Sulanca, em dois momentos distintos do século passado; à esquerda, em meados dos anos oitenta, e à direita, em meados dos anos noventa

2.2.2 A sulanca na Feira de Caruaru e a produção suburbana

“O município de Caruaru, na qualidade de segunda cidade mais importante do estado, embasava o processo de urbanização de Santa Cruz do Capibaribe como núcleo financeiro e comercial. Desde os anos 60, consolidavam-se em Caruaru as atividades financeiro e administrativas ao mesmo tempo que crescia o aparelho burocrático governamental, estabelecido na época que o município se estabelecia como centro comercial de um produto agroexportador [o algodão]. Antes mesmo da década de 60, Caruaru tinha um papel importante na implementação da economia urbana de Santa Cruz do Capibaribe e de outras cidades da região, através da comercialização de produtos agropecuários e de roupas nas suas feiras.” (Xavier, 2006: 109, a partir da história oral de SCC)

É interessante observar que se, por um lado, por ser a principal cidade da região, Caruaru “embasou” a urbanização de SCC, por outro, “recebeu” dela a sulanca como produto dos rumos tomados na cidade vizinha. Situada a cerca de 130 quilômetros da capital Recife e a outros 60 quilômetros de SCC, no início dos anos oitenta do século passado e então com pouco mais de cento e vinte anos de idade municipal, Caruaru já

era uma cidade que detinha papel central consolidado no âmbito do Agreste pernambucano. Além da feira e do comércio estabelecido e variado, a oferta de serviços (médicos, educacionais e jurídicos dentre outros) já era diferenciada em relação aos vizinhos. Seu destacado papel na dinâmica regional, associado ao desejo de seus habitantes de a distinguirem, talvez esteja na origem de denominações que a cidade recebeu ao longo dos anos: “Princesa do Agreste”, “Capital do Agreste” e “Capital do Forró”.

Assim como Josué Euzébio, seus demais historiadores e moradores mais antigos destacam que o comércio de tecidos e roupas em suas lojas e feira é anterior ao fenômeno da sulanca de SCC. Entretanto, será no início dos anos oitenta que aquele tipo específico de produção de confecção, (1) doméstica-familiar, (2) em série, na qual se costurava (3) um tipo de malha trazida de São Paulo, que é vinculada a origem do próprio nome sulanca (“helanca do sul”), (4) em máquinas semi-industriais, passará a ser também vendida na Feira de Caruaru (Véras de Oliveira, 2013; Lira, 2011). Esta nova etapa comercial tanto será associada ao *boom* do *jeans* na vizinha Toritama quanto ao crescimento deste tipo de produção no subúrbio da própria Caruaru.

Enquanto o número de pessoas que passavam a se dedicar à produção de confecções crescia nos mais diversos bairros da cidade, a proporção que a venda de sulanca tomou na Feira de Caruaru também a projetou para um dia específico da semana, deixando o sábado para a tradicional feira livre municipal. Assim como em SCC, com o passar dos anos, nos dias de Feira da Sulanca o centro da cidade cada vez mais se apinhava de gente (principalmente sulanqueiros e sacoleiras), mercadorias, carregadores, carros, ônibus, ambulantes, fiscais municipais, pedintes, etc., todos reunidos em função das demandas e possibilidades daquela grande aglomeração humana e do comércio da produção de confecções agrestina que ali se dava com regularidade semanal.

O dia da Feira da Sulanca passa a ser tido como o “melhor dia” de feira para demais feirantes, como os que vendem refeições e lanches, por exemplo. Se antes o “grande dia” de feira era aquele no qual os agricultores traziam seus produtos para o comércio urbano, hoje muitas pessoas que vivem na cidade são feirantes que vendem frutas e verduras (grande parte delas compradas na CEACA - Central de Abastecimento de Caruaru) no sábado e roupas (geralmente obtidas em consignação com um fabricante

conhecido, e.g., um vizinho de bairro, parente ou amigo da família) no dia de sulanca. O fluxo de gente e o montante negociado é significativamente maior no segundo caso.

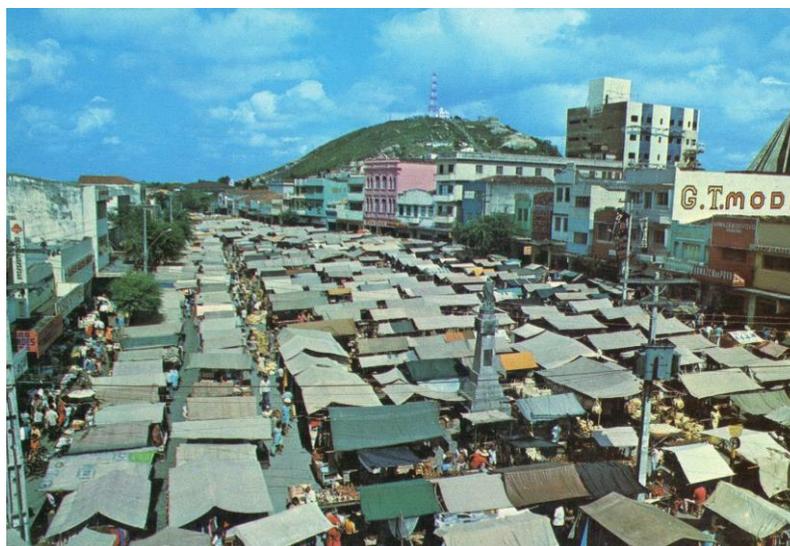


Foto 12: Feira de Caruaru tomando a Rua do Comércio nos anos oitenta, antes da transferência para o Parque 18 de Maio (ocorrida em 1992)

Em paralelo, os bairros do município se dividem e se especializam na produção de um ou mais tipos de confecção (e.g., o *jeans*, a moda feminina ou a infantil), do mesmo modo como se faz nos demais municípios que seguiram se integrando na atividade, na trilha aberta pelo caso paradigmático de Toritama. Além disso, o fenômeno da produção doméstica não fica restrito aos bairros mais populares do subúrbio de Caruaru, também se faz presente em bairros de classe média e alta como o Maurício de Nassau. Em bairros como este, por trás de uma fachada residencial, podem ser encontradas máquinas em ação. Estive numa de suas “casas só de máquinas” – diferente das anteriores de SCC ou de bairros vizinhos como o Salgado, a casa na qual estive no Maurício de Nassau não aparentava ser também residência, nem os trabalhadores membros da família – e mesmo tendo sido indicado por um conhecido, a proprietária do negócio não quis conversar comigo. A condição de produtora não formalizada e o receio da fiscalização devem ter motivado sua negativa. Por ser um centro regional e, conseqüentemente, mais inserido no âmbito da interferência regulatória do Estado, faz todo sentido tal atitude. Principalmente quando considerado que Caruaru tem um percentual de negócios formalizados maior que os demais municípios do eixo (cf. SEBRAE 2003, 2013), o que torna a “clandestinidade” algo mais problemático por lá.

No caso do Salgado, e de sua concentração na produção de peças em *jeans*, as facções são partes integrantes da paisagem urbana do bairro. Mais que isso, são atores chave no processo produtivo das confecções na região. Transitar por suas ruas é encontrar pequenos anúncios afixados nas portas das casas nas quais é oferecida a execução de um ou outro serviço específico e necessário à produção das peças de roupa (corte, costura, travete, bordado , etc.). Durante o período de campo tive a oportunidade de entrar em algumas delas.

Numa facção-casa de uma jovem de vinte e poucos anos, as peças, as pessoas e as máquinas se espalham pela grande sala. A cozinha é algo que foi improvisado no quintal. Ela mora lá mesmo, em algum lugar tem um quarto. Na garagem, um automóvel utilitário aparentemente novo. Com cerca de sete pessoas trabalhando para ela, a dona da facção me recebeu de bermuda *jeans* curta, camiseta e chinelo, numa saleta improvisada com tapumes de madeira crua. Quem somente vê a fachada da casa não consegue imaginar que gente, máquinas e peças de roupa se amontoam ali dentro.

Já noutro bairro, ainda no subúrbio da cidade, uma das produtoras com quem pude conversar trabalha por conta própria na confecção de bermudas, saias e calças femininas noutro tipo de tecido. Ela contrata uma pessoa para cortá-lo nos moldes que usa em sua pequena produção. Além disso, disse-me contar com a ajuda do irmão e vizinho (para levar o tecido e buscar as peças no corte que manteve no bairro onde morava anteriormente) e da filha universitária (para algumas etapas da produção e para a venda, feita no banco que uma de suas irmãs possui na Feira de Caruaru). Nascidas no Sertão do estado, há muitos anos se radicaram na cidade. Nos dias de feira, além de vender sua produção com a filha, ajuda a irmã a revender as peças de uma fábrica de outro município do Agreste. A sua máquina e o aparato de costura ocupa grande parte da sala da casa recentemente financiada, num bairro recém projetado e afastado do centro. A irmã exalta suas virtudes como “costureira de mão cheia”, que já costurou em São Paulo, trabalhou para outras pessoas em Caruaru mesmo e chegou a ter um fabrico bem estruturado, na época em que seu marido ainda era vivo. Perdeu quase tudo numa causa trabalhista (grande parte das pessoas que trabalham no setor na região o fazem de modo informal, sem suas carteiras de trabalho assinadas ou seus direitos trabalhistas garantidos), algo que, segundo ela, a fez com que não mais contratasse ninguém. A irmã, que participou de nossa conversa, acrescenta que ela é perfeccionista, não aceita que as coisas sejam feitas de modo diverso do que acredita ser o melhor. A sua rotina é

regida pela periodicidade semanal da feira. É neste intervalo de tempo que compra, produz e prepara a mercadoria a ser vendida.

O fenômeno da produção suburbana de confecções em Caruaru, associado à pujança que a mercadoria chamada de “sulanca de Santa Cruz” adquire na sua tradicional feira de rua, constitui elemento crucial à inserção do município no eixo central da atividade. Além do crescimento do comércio de insumos necessários à atividade, em decorrência da histórica força do comércio municipal como principal abastecedor dos municípios menores e zonas rurais vizinhas (como já havia sido destacado na *história viva I*), a venda de confecções em suas ruas de feira e no comércio estabelecido assume um traço mais varejista (em comparação ao atacado de SCC).

Ainda é válido registrar que, como vimos em 2.1.2, é nesta cidade que aquilo que chamo de *habitus* feirante (cf. 3.1.1) tem suas raízes mais fincadas na história coletiva local que se irradia pelo agreste das confecções.



Foto 13: Vista aérea do Parque 18 de maio em dia de Feira da Sulanca

2.2.3 O boom do jeans em Toritama

Entre SCC e Caruaru, a 22 quilômetros da primeira e 36 da segunda, às margens do Rio Capibaribe e da rodovia BR-104, se encontra Toritama. O menor município em extensão do estado pertenceu a dois outros vizinhos (Vertentes e Taquaritinga do

Norte), antes de alcançar sua emancipação em dezembro de 1943 (Vasconcelos, 2012: 52). Além da extensão, é preciso observar que

as características naturais de clima e relevo de Toritama sempre foram um impedimento para o desenvolvimento de uma produção agrícola voltada para a monocultura de alguma espécie. Tal problema fez com que durante muito tempo o município apresentasse uma irrisória população espalhada em pequenas propriedades voltadas para a produção de culturas de subsistência. (Vasconcelos, 2012: 59)

Como colocou Lira (2006: 103)⁷⁵, Toritama recebeu forte influência de Caruaru nos anos sessenta, na projeção de sua produção de calçados em couro. Com a queda de competitividade nos anos oitenta, acolheu a experiência de SCC como um novo caminho. Por meio deste, seria possível aproveitar a *expertise* local e o maquinário utilizado na produção de calçados, uma vez que havia muita semelhança entre as duas atividades, adaptando-o na costura de retalhos em tecido *jeans* – muito embora antes da massificação do *jeans* outros tipos de confecções tivessem sido produzidos sem alcançar o seu destaque, mas já em decorrência da expansão da sulanca de SCC. Estes retalhos foram trazidos inicialmente, segundo a população local, por um Sr. chamado Valdir.

O que impressiona na história recente de Toritama é que somente em cerca de duas décadas, contadas a partir de meados dos anos oitenta do século passado, a cidade passou a produzir um percentual expressivo do *jeans* nacional (cf. Lira, 2006: 103). Se SCC havia se autodenominado como “Capital da Sulanca”, e mais recentemente “Capital da Moda”, Toritama logo passou a responder por “Capital do *jeans*”. Deste modo, ambas se juntaram a Caruaru na busca por distinção e titulação municipal.

Ainda no início dos anos oitenta, quando uma das pessoas com quem conversei era um menino recém-chegado à cidade com a família, a economia urbana estava centrada na produção de calçados. Segundo ele, do mesmo modo como hoje é voltada para o *jeans*. Foi naquela época que quase todos então produtores de calçados

⁷⁵ “Toritama, que como Santa Cruz do Capibaribe, buscou outras atividades econômicas, como alternativa a cotonicultura, tornou-se produtor de calçados a partir da década de 30 [quando ainda não era município] e ganhou importância na década de 60, por influência de Caruaru, que já possuía destaque na atividade calçadista.

Com uma produção bastante artesanal e destinada também a populações de baixa renda, decaiu na década de 80, por elevação de custos com a matéria-prima e concorrência com o Sudeste. Novamente, para sair da crise, ingressou na produção de *jeans*, sob influência do outro município vizinho, Santa Cruz do Capibaribe, que já trabalhava com confecções.

A atividade é caracterizada pela informalidade, ocorrendo, predominantemente, em domicílios e com mão de obra familiar. Os “fabricos”, como assim são chamados, espalham-se por todo município e produzem 15% da produção do *jeans* nacional” (Lira, 2006: 103). Matos (2008:17) também apresentou, conforme matéria do jornal Diário de Pernambuco e dados do Sebrae, estimativa que 16% do *jeans* nacional é produzido na região, ficando atrás apenas da região do Brás em São Paulo.

começaram a migrar para a produção de confecção em *jeans*. A dificuldade de obtenção de matéria-prima (couro e afins), a melhor qualidade dos produtos do Sudeste do país, bem como a introdução de tecnologia de produção sintética e em plástico naquela indústria são apontados pela literatura como as principais razões do declínio da produção calçadista local (cf. Campello, 1983; Lira, 2006; Vasconcelos, 2012; Heleno, 2013).

Meu interlocutor lembra que, ainda menino, chegou a trabalhar como ajudante do irmão para um fabricante de calçados. Seu patrão, seguindo o movimento dos demais produtores, decidiu migrar para a fabricação de *jeans*. Foi trabalhando para ele que aprendeu as etapas da produção de peças neste tecido. Como os homens já trabalhavam no município na costura de calçados em máquinas, a transição para a costura de *jeans*, serviço mais pesado do que a costura de malha popularizada por SCC, foi mais fácil e assim o preconceito de gênero com a atividade, tida pela tradição regional como “coisa de mulher”, foi mais facilmente superado.

Para iniciar a produção própria, comprou com o irmão um fardo de *jeans* ao ex-patrão, contaram com a mãe para ajudar com a costura, e venderam tudo na primeira feira que foram em SCC. Pagaram o fardo, pegaram outro e decidiram “expandir o negócio”. Contrataram uma tia para costurar com a mãe e assim dobraram a produção. Com o crescimento progressivo da demanda, procuraram e encontraram mão de obra para costura na zona rural. Sexta-feira era o dia dedicado às entregas e recolhidas de mercadoria nos domicílios das costureiras, para isso contavam com o carro velho cedido pelo pai.

Outra pessoa com quem conversei em Toritama hoje está na faixa dos quarenta e cinco anos. Ele também começou cedo no ramo e é proprietário de uma fábrica de *jeans* e lavanderia anexas a sua residência. Filho de um agricultor (natural de um sítio no entorno do município) que seguiu para São Paulo e depois voltou para tornar-se vendedor de calçados no Nordeste. Antes da família entrar no ramo do *jeans*, a mãe já costurava o couro dos calçados que eram produzidos no município. Mas ele seguiu com toda a família para o Sudeste, na virada da década de setenta para os anos oitenta, pois seu pai chegou a colocar uma loja por lá. Foi quando começou a produção de *jeans* em Toritama e eles voltaram para fabricar antes mesmo do pai, ainda nos primeiros anos da década de oitenta. A mãe costurava e ele vendia na Feira de Caruaru. Lembra que “naquela época, não tinha nem banco”, colocavam a mercadoria no chão mesmo (na rua

XV de novembro), na madrugada, antes que as lojas fossem abertas. Depois foi vender em SCC no chão também. Nessa época a mãe fabricava umas 50 peças por semana e ele as vendia nas feiras dos municípios vizinhos.

Foi então que se começou a levar as peças produzidas em Toritama para serem lavadas em Recife, a 173 quilômetros de distância a serem percorridos em estradas não duplicadas nem bem conservadas. Assim se foi tomando uma “dimensão mais industrial” e diante dos incômodos das idas e vindas, além do risco de ter a mercadoria apreendida (afinal circulava sem nota fiscal), surgiram as primeiras lavanderias na cidade – a lavagem tornou-se uma etapa muito importante no processo produtivo da confecção em *jeans* pois foi por meio dela que se passou a modificar a cor e os tons do produto. O principal problema ambiental dela decorrente foi o despejo dos efluentes, com muitos resíduos químicos e sem o devido tratamento, nos rios da região. Com o tempo, além de Toritama, passaram a existir muitas lavanderias no bairro do Salgado (Caruaru) e noutros municípios como Riacho das Almas.

Com este incremento no sistema produtivo, o trabalho feito pelas costureiras no final dos anos oitenta e início dos anos noventa, com suas máquinas domésticas em seus sítios, não resistiram às lavagens. Assim muita gente que antes trabalhava na zona rural migrou para a cidade, veio trabalhar nas fabriquetas que se equipavam com maquinário mais adequado. Se, por um lado, acredita-se ter havido então um crescimento na qualidade do que era produzido. Por outro, as lavanderias se multiplicaram e assim modificaram a cor das águas do Rio Capibaribe. A produção clandestina de *jeans* passou a ser objeto de fiscalização mais recorrente tanto da Polícia Federal, por não haver emissão de nota fiscal em grande parte dos negócios, quanto da CPRH⁷⁶, que fechou diversas lavanderias. Parte destas somente reabertas após ajustarem-se ao termo de conduta que regula o tratamento e despejo de efluentes no curso do rio.

Concomitantemente a tudo isso, ao longo dos anos noventa a produção doméstica seguiu tomando as casas da cidade. Fabricos e facções se multiplicaram ao ponto de ser comum escutar que Toritama se tornou uma fábrica disfarçada de cidade

⁷⁶ “A Agência Estadual de Meio Ambiente - CPRH é uma entidade autárquica especial estadual, dotada de personalidade jurídica de direito público, com autonomia administrativa, financeira e patrimonial. Vinculada à Secretaria de Meio Ambiente e Sustentabilidade (SEMAS), integra a Administração Descentralizada do Governo do Estado de Pernambuco, exercendo atividades públicas diretamente, exclusivas e concorrentes da competência do Poder Executivo. A Agência é detentora de poder de polícia administrativa, atuando através da gestão dos recursos ambientais e sobre as atividades e os empreendimentos utilizadores dos recursos naturais considerados efetiva ou potencialmente poluidores, ou que possam causar, sob qualquer forma, degradação ambiental.” Disponível em: <http://www.cprh.pe.gov.br/>. Acesso em: 25.07.2014.

pelas fachadas das suas casas. Ao mesmo tempo em que a média de anos de escolaridade da população do município permaneceu baixa (cf. Vasconcelos, 2012), a oferta de trabalho é constante inclusive para jovens e crianças.

No final dos anos noventa, já projetada por meio do modo como desenvolvia a atividade e tanto produzia, tem início a Feira da Sulanca de Toritama. Para além da sua imensa capacidade produtiva, a cidade se insere no circuito da comercialização com feira própria, onde parte da produção regional de *jeans* é exposta e comercializada até hoje, e assim ocupa lugar no eixo. É nesta feira que também são vendidas as peças costuradas na facção de uma das pessoas com quem conversei, na zona rural de Toritama e que reconto a seguir.



Fotos 14 e 15: Produtos em *jeans* expostos na Feira da Sulanca de Toritama



História viva 3: “tudo veio do jeans”

Numa tarde de novembro ela me recebeu na sala de sua casa. Sorridente e animada com a ocasião, conversamos com alegria sobre sua trajetória de vida e trabalho com confecções. Há alguns anos ela se tornou proprietária de uma facção que trabalha exclusivamente para uma de suas irmãs (que a contrata pagando um valor fixo por cada peça costurada).

Contou-me que o processo todo se dá do seguinte modo: sua irmã compra o tecido, os aviamentos e tudo mais que for necessário à produção e encaminha o tecido para o responsável pelo corte. É de lá que minha interlocutora recebe o tecido cortado, costura as partes das peças, e passa a mercadoria para as outras facções. O rapaz que faz o travete vem buscá-las em sua casa-fábrica no sítio, a lavanderia pega as peças no travete, o aprontamento pega na lavanderia e já devolve as calças jeans prontas e embaladas, direto para sua irmã, a dona da marca. Ela é quem toca o negócio e distribui o produto para mais de dez vendedores que atuam nas feiras da região.

Quando conversamos, contava com cerca de seis pessoas (dentre elas duas filhas) trabalhando para ela no galpão que fez no quintal de sua casa, construída no “chão” que o pai lhe deu, tendo seus irmãos e irmãs como vizinhos (inclusive a dona da marca para a qual trabalha). Começou a trabalhar muito cedo, mesmo querendo brincar, com pouco mais de dez anos tinha que ajudar os pais na fabricação de bonés. A família já não mais vivia da agricultura como seus avós.

Ela passou cerca de treze anos trabalhando para fabricos na cidade, casou-se duas vezes, mas ambas não deram certo. Foi por meio deste trabalho que diz ter conseguido, não somente as máquinas que hoje utiliza em sua facção, mas também construir a casa onde mora com as filhas. Foi com muito orgulho que me disse assim: “essa casa que eu tenho, eu consegui trabalhando com jeans. Tudo o que eu tenho, em termos materiais, consegui trabalhando com jeans. Maquinário, que eu terminei de pagar há pouco tempo, foi trabalhando. Tudo, tudo veio do jeans.”

O histórico de produção com maquinário industrial de calçados em couro nos anos anteriores propiciou à Toritama tornar-se palco do *boom* do *jeans* na região. Ao

inaugurar um novo nicho no mercado local centrado em peças produzidas neste tipo de tecido, tanto se passou a inserir produtos com um preço de venda médio diferenciado em relação aos demais até então produzidos no Agreste, uma vez que o *jeans* permitia que um maior valor pudesse ser progressivamente agregado ao produto e ao seu preço final, quanto projetou tais peças em *jeans* à condição de produto local de maior visibilidade no país.

A rápida ascensão nacional deste pequenino município agrestino, por meio da produção de confecções neste tipo específico de tecido, atraiu muita gente não somente dos municípios circunvizinhos. Diante de suas limitadas dimensões e infraestrutura urbana, parte destas pessoas fez morada na vizinha (maior e mais central) Caruaru, e de lá passaram a seguir todos os dias para a cidade-fábrica na qual hoje quase tudo gira em torno da atividade que por lá explodiu nos anos noventa.

2.2.4 Massificação e expansão regional da atividade

No processo de configuração do eixo e do contexto próximo aos negócios contemporâneos de produção e comercialização de confecções, o êxito econômico que se observava nas cidades centrais seguiu servindo de combustível para que, em diversos municípios e sítios vizinhos, a atividade se alastrasse com maior intensidade e volume a partir dos anos noventa (cf. Cabral, 2007: 103). Os baixos índices de educação da população da região, as dificuldades econômicas atravessadas por muitos dos seus habitantes, a diminuição de possibilidades de emprego e renda nos maiores centros urbanos (em particular para pessoas sem qualificações específicas e estudos básicos completos), enfim, estes são apenas alguns dos aspectos que podem ter levado muitos dos habitantes das cidades periféricas a seguir a solução do vizinho-referência mais próximo.

Se, por um lado, desde meados do século passado se tem registro de pessoas que, no entorno de SCC ou Caruaru, costuravam partes de peças pertencentes a outros, num sistema que apresentava similaridades com as facções de hoje e era denominado de “encarregação”. Por outro, as novas práticas daquele mercado em conformação, que se alastravam junto com a atividade, também estimularam a criação de outros negócios próprios. Estes poderiam tanto proporcionar ganhos suficientes para a manutenção familiar quanto projetar o sonho de uma “ilimitada” prosperidade econômica.

O desenvolvimento da competência prática ao processo produtivo da confecção, a mão de obra disponível e ofertada para a realização de etapas deste processo, para os quais não se teria recursos (máquinas) ou capacidade específica (saber fazer), as grandes feiras nas quais se poderia vender o que se decidisse produzir e as tendências especializadoras que se configuravam nas localidades vizinhas (assim como nos bairros suburbanos de Caruaru), enfim, tudo isso envolveu um número crescente de pessoas no entorno. Não somente para desempenharem partes específicas do processo produtivo como a facção, mas também, após um tempo de aprendizagem no trabalho para outros em diversos casos, tocando um negócio próprio. Para muitos, este passo representava uma libertação da disciplina do horário de trabalho pré-determinado, da subordinação necessária ao patrão e, principalmente, da humilhação a qual se está sujeito quando se trabalha para outra pessoa naquele contexto. Ou seja, talvez fosse a “melhor” alternativa dentre poucas disponíveis, como é possível ver na história de Maria.

História viva 4: o fim da humilhação de Maria?

Numa pequena cidade próxima de SCC desde os primeiros anos da década de noventa vive Maria. Lá chegou com a família e com seus dez anos de idade, todos advindos de um município do interior do estado vizinho. Desistiu dos estudos na quinta série, precisava trabalhar. Assim falou-me sobre aquele período: “Desde pequena eu fui interessada. Eu toda vida quis ter o meu, nunca gostei de pedir, nem a pai, nem a mãe, nem a ninguém. Toda vida, até para comprar um chinelo que eu queria, eu tinha de trabalhar. Eu trabalho a noite todinha para poder ter ‘o meu’. Acho que de dez anos de idade pra cá eu não dependia mais deles pra nada não. Comprava comida, fazia feira, meu dinheiro era só para casa, para não estar dependendo de ninguém. E até hoje agradeço a Deus por ter tido minha infância assim.”

Por muitos anos seguiu costurando para outros, mas depois de sua primeira gravidez, não pode mais sair de casa para trabalhar. Pediu ao patrão que colocasse uma máquina em sua casa e assim, de lá, ela pudesse continuar a trabalhar. Ele não quis. Ela então conseguiu tanto que um conhecido lhe comprasse uma máquina quanto que esta fosse paga aos poucos. Assim começou a produzir para ela mesma, na sala de sua casa. Foram três anos fazendo calcinhas e já são mais sete produzindo cuecas (roupa íntima é a especialidade do município onde ela mora), mas Maria emenda: “tenho dez anos de sulanca e até agora não arrumei nada”. A casa na qual mora foi o

companheiro quem comprou. Ele já trabalhou na sulanca, mas hoje trabalha noutro estado distante. Segundo ela, apesar das dificuldades, do ganho muito pequeno em cada peça que vende, sua vida mudou para melhor depois que deixou de trabalhar para os outros e passou a negociar. “Quando você trabalha para os outros, tem gente que, somente porque tem um negocinho a mais, quer lhe pisar, humilhar. A humilhação é você trabalhar para os outros, eu mesma já chorei muito em cima de máquina, humilhada. E eu dizia para mim: ‘eu num posso parar. Se eu parar, com o que é que eu vou comer?’ Fui muito humilhada, mas aí ... hoje, graças a Deus o meu lucro é pouco, mas dá pra ir sobrevivendo, está bom. Riqueza ninguém arruma mais, né? Arrumando o básico, está melhor do que trabalhar para os outros.”

Perguntei-lhe o que estaria fazendo hoje se não fabricando calcinhas e ela me disse que, provavelmente, estaria “na cozinha dos outros”, fazendo serviços domésticos. Para ela, conseguir um emprego melhor hoje em dia somente é possível quando se tem estudo. Seu filho mais velho, com cerca de quinze anos, já pediu para deixar de estudar e começar a trabalhar. Maria respondeu-lhe assim: “enquanto eu puder lhe dar de comer, você vai continuar no estudo ... eu fui obrigada a fazer porque num tinha outro recurso, né? Mas você, enquanto eu puder, vai estudar ... porque a única coisa que o pobre hoje pode dar é o estudo”.

A história de Maria é apenas uma, num dos muitos municípios, distritos e sítios que circundam o eixo. Alguns destes envolvidos nesta trama se especializaram em segmentos específicos, seguindo o exemplo do que fez Toritama com o *jeans*, como o caso de Pão de Açúcar – distrito pertencente à Taquaritinga do Norte em cuja entrada apresenta uma placa na qual se lê “Pão de Açúcar: A capital da camisaria” – e da sua produção de camisas masculinas.

Nos últimos anos, esta massificação e expansão regional da atividade também foi nutrida por diferentes tipos de migração, tais como: a. de retorno, já que muitas pessoas e famílias agrestinas seguem regressando do Sudeste do país para se restabelecerem na região, pois parecem acreditar que nela é possível bem viver hoje em dia, esperança que muitos pareciam não ter ao seguir rumo ao eixo Rio-São Paulo; b. pendular, de pessoas que seguem diariamente de um desses municípios agrestinos para

trabalhar no setor, noutra município do eixo central⁷⁷; c. intrarregional, afinal, muita gente de outros estados da própria região Nordeste ou de outras partes do estado de Pernambuco (do Sertão, por exemplo) tem chegado para fazer a vida na região, em busca de trabalho e possibilidades de um futuro melhor (sobre o tema da migração recente relacionada ao fenômeno, cf. Lyra, 2003; Vasconcelos, 2012).

Nascidos em São Paulo, porém filhos de famílias agrestinas migrantes, que para lá tinham ido em busca de trabalho, as histórias de Geraldo e de Dorival (cf. 3.2.4 e 2.3.4 respectivamente) podem ilustrar o que foi colocado no parágrafo anterior. Além daqueles fluxos migratórios e da circulação nos dias das feiras da sulanca, há um trânsito constante entre os municípios periféricos e um ou mais dos municípios centrais. Não somente as vendas nos dias de feiras, mas também as mercadorias que são vendidas e despachadas via representantes (que se concentram mais em SCC), as compras de insumos e até mesmo alguns serviços especializados faccionados, para quem produz na periferia daquele sistema, podem precisar ser feitos em um dos municípios do eixo.

De modo geral, a tendência que muitos dos proprietários de negócios apontam é que os municípios periféricos e a zona rural são menos fiscalizados que os centrais. Para quem pretende manter seu negócio na informalidade, sem registrar seus trabalhadores ou emitir notas fiscais para seus produtos, produzir ou lavar peças por lá é uma estratégia potencialmente mais exitosa.

Estive num sítio na zona rural de um dos municípios periféricos ao eixo, porém não muito distante do seu núcleo urbano, onde funciona um dos seus maiores fabricos. No sítio e fabrico, havia um grande galpão onde estava a máquina de “empanar” (na qual a malha é estendida para que seja feito o corte), algumas pilhas com retalhos-sobras dos cortes e outras com peças defeituosas que seriam perdidas. Ao lado ficava uma sala com um computador e um *plotter*. Segundo meu informante, este é um tipo de equipamento que poucos têm naquela cidade. Por meio dele é impresso o desenho computadorizado do corte da peça, ou seja, os moldes projetados com precisão para melhor orientar e aproveitar o corte do tecido. A estamparia estava noutra sala, a costura mais adiante, e em salas separadas o estoque de mercadorias e as máquinas de bordar. Estas últimas também seriam, ainda segundo ele, das mais avançadas do município. Por

⁷⁷ Um dos principais empresários locais disse-me que, para ele, as pessoas de Toritama hoje querem mesmo é ser “empreendedores”, e que a maior parte de seus trabalhadores vêm dos municípios vizinhos. Entretanto, é de se esperar que, parte destas pessoas, após alguns anos de trabalho, juntando algum dinheiro, prefiram produzir onde mora a viajar diariamente para trabalhar para os outros e correr risco de situações como a vivenciada por Maria, na história viva 4.

trás do primeiro galpão, um outro ainda maior em construção. Como os setores então eram espalhados por uma estrutura não planejada, e que aparentemente foi sendo construída na medida em que a produção foi demandando, os planos são de unir tudo num espaço único e planejado para tal, em dois amplos andares difíceis de serem vistos por quem passa lá na frente, pela estrada de terra batida.

Este é apenas mais um dos reflexos da expansão e massificação da atividade de confecções por municípios localizados no entorno do eixo Caruaru-SCC-Toritama. É por meio deste alastramento e desta pulverização produtiva que é configurado o que aqui se chama de agreste das confecções⁷⁸. Neste, não somente os traços históricos (2.1) que condicionaram a emergência do fenômeno e o contexto próximo então formado (2.2) se fazem presentes, outros temas contemporâneos são destacados pela relevância neles observada, a partir dos meus interesses investigativos nesta tese (2.3).

2.3 O agreste das confecções no novo milênio

Ainda na década de noventa, o Sebrae⁷⁹ iniciou uma atuação mais efetiva na região por meio de seu escritório de Caruaru. Ao mesmo tempo, o empresariado local de maior destaque e êxito reconhecido passa a se reunir em entidades como a Associação Empresarial de Santa Cruz do Capibaribe (ASCAP), Associação Comercial e Industrial de Caruaru (ACIC), Sindicato de Indústrias do Vestuário do Estado de Pernambuco (SINDIVEST), a Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL) e do próprio Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresas (SEBRAE). Por outro lado, a grande massa dos pequenos produtores e comerciantes segue confeccionando em suas casas e vendendo nos espaços de feiras, de modo parecido como o visto nas décadas anteriores. Entres estes, há uma pequena parcela de sulanqueiros que se articula em associações, como o caso da Associação dos Sulanqueiros de Caruaru.

⁷⁸ O que se intenciona ao usar tal termo é explicado no item 2.3.3 a seguir.

⁷⁹ “O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos. É um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.” Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 25.07.2014. Santos Lima (2011), em dissertação sobre a atuação do Sebrae na região mostra que, além do papel técnico, a instituição atua politicamente incentivando e promovendo o associativismo entre o empresariado local. É em parceria com estas associações que a instituição busca ofertar seus serviços de “qualificação” e “padronização” à filosofia de negócios sebraeana.

Deste modo, entre os empresários e sulanqueiros associados e os produtores domésticos individuais, uma série de possíveis configurações produtivas e comerciais coexistem hoje em dia. Ou seja, os negócios de produção e comercialização de confecções da região variam entre extremos. Desde a costureira que tem algumas máquinas em casa e faz todas as etapas da única e simples peça íntima que vende nos dias de feira, circulando por entre os bancos dos demais, até o proprietário de uma fábrica situada em distrito industrial, com mais de cem funcionários, que chega a comprar máquinas no exterior e vende seus produtos para várias partes do país. Seja por meio de representantes nos mais diferentes estados ou das suas lojas de fábrica espalhadas pelos municípios do eixo.



Foto 16: Mercadoria exposta para venda de modo inusitado entre Caruaru e Toritama



Foto 17: Marcas da expansão da atividade pelas estradas da região

Diante disso, por meio dos tópicos seguintes, procuro tratar de temas que destaco por sua relevância ao contexto no qual atuam os mais diversos tipos de proprietários e negócios de produção e comercialização de confecções da região. As

mudanças e continuidades que perpassam as condições de emergência (2.1) e a trajetória de expansão (2.2) se refletem numa terra objetivada como contexto, que aqui também segue em confecção.

2.3.1 Centros de vendas, avanços mercadológicos e contemporaneidade da feira

Como recuperou Vêras de Oliveira (2011), no início deste milênio dois tipos de iniciativas marcaram a reconfiguração do agreste das confecções, ao menos nos termos dos novos interesses que emergiram ao longo da sua história contemporânea e o aproximaram progressivamente do capitalismo atual. A primeira delas foi a construção de centros comerciais nas cidades do eixo (a segunda foi a elaboração de um projeto estratégico de reposicionamento da imagem do produto local tratado no item 2.3.3). Esta, além de também ter se dado na primeira década deste século, se tornou emblema concreto do cenário contemporâneo local. Deste modo, ao projeto institucional capitaneado pelo SINDIVEST-SEBRAE

associou-se, a partir de meados dos anos 2000, este outro, que, somados, concorreram decisivamente para uma reconfiguração na constituição do Pólo: a construção de gigantescos centros comerciais nas cidades de Toritama, de Caruaru e de Santa Cruz do Capibaribe, nessa ordem cronológica, por parte de investidores privados, contando com um apoio discreto dos poderes públicos municipais. (Vêras de Oliveira, 2011: 6)

O Parque das Feiras⁸⁰ foi o primeiro deles, em 2001. Situado às margens da rodovia BR-104, no trecho que corta o perímetro urbano de Toritama, o centro de compras pioneiro tem seu fluxo de compradores vinculado aos dias de feira de sulanca, que se dá no seu entorno, e aos períodos de festas (São João e Natal), nos quais há uma maior procura pelos produtos lá comercializados. A estrutura é simples e composta por pequenos *box* (alguns proprietários compraram dois ou mais e fizeram *box* maiores ou mesmo lojas) nas quais hoje se vende não somente *jeans*, mas também demais gêneros confeccionados na região.

Muito embora sua construção tenha sido um marco na história do agreste das confecções, afinal, trata-se do primeiro grande espaço coberto construído por

⁸⁰ “O Parque das Feiras é um complexo de nove hectares que comporta mais de 700 *box*/lojas, ainda possui praça de alimentação e estacionamento para mais de 2 mil veículos.” Disponível em: <http://toritama-jeans.com/parque-das-feiras-toritama>. Acesso em: 25.07.2014.

investidores privados para a comercialização da produção de confecção da região, além da maior parte dos negócios ocuparem as bancas e ruas do seu entorno (como a central rua do *jeans*, ver foto 20, que tem um pórtico e uma cobertura bem alta que constitui um símbolo da cidade e deste tipo de comércio na região), os maiores proprietários optaram, nos últimos anos, pela construção de suas lojas da fábrica no entorno do Parque, também às margens da rodovia. Lá dividem o espaço físico e o mercado consumidor maior com os feirantes.



Foto 18: Estacionamento do Parque das Feiras repleto de ônibus e carros



Foto 19: Feira da Sulanca em Toritama nas margens da rodovia, no entorno do Parque das Feiras e da Rua do *jeans*



Foto 20: Rua do *jeans* e “carros” dos carroçeiros (que servem ao transporte das mercadorias)



Foto 21: Loja de grande fábrica local, do outro lado da rodovia

Inaugurado em 2004, o Polo Comercial de Caruaru⁸¹ tem história e trajetória distinta. Também foi construído por um grupo empresarial local nas margens da mesma rodovia que dá acesso ao Parque das Feiras, porém na saída de Caruaru, aproximadamente 35 quilômetros antes do primogênito. Obra maior e mais refinada que o anterior, muito embora hoje abrigue lojas das principais marcas de confecções da região, bem como de diversos pequenos e médios comerciantes, de algumas marcas nacionais do setor supermercadista (Makro), de magazines em geral (Lojas Americanas), e seja frequentado por um público consumidor varejista, não se pode dizer que o Polo foi o sucesso comercial no sentido esperado. Parte das suas lojas não foram vendidas e ocupadas, outras partes do seu espaço interno foram alugadas para uma grande empresa de telemarketing e para instituições de ensino superior públicas e privadas que se instalaram no município. Além disso, um dos seus blocos teve suas lojas desfeitas e o espaço hoje é utilizado para a promoção de eventos dos mais diversos, entre eles, a Rodada de Negócios⁸² promovida pelo Sebrae, Associação Comercial e Industrial de Caruaru (ACIC) e outros.

O fato da Feira da Sulanca de Caruaru ter permanecido no centro da cidade⁸³, cerca de 7,5 quilômetros de distância deste Polo, pode ter contribuído para que a parte ocupada por lojistas de confecções possa hoje ser vista como um espaço diferenciado de comercialização varejista da produção de confecções regional – quando comparado aos outros dois grandes centros de compras dos municípios do eixo, bem como com a

⁸¹ “O Pólo Comercial de Caruaru está localizado no km 62 da BR-104, principal via de acesso para as cidades de Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Nele foi erguida uma estrutura com 64 mil m² de área coberta. O prédio é dividido em 4 módulos, dos quais 3 possuem lojas, *box* e quiosques e o outro abriga grandes empreendimentos. São 3 mil vagas de estacionamento para veículos, com espaço para motos, autos-passeio, microônibus e ônibus. Os três módulos com lojas possuem mais de 580 operações, sendo 87% destas voltadas para vestuário.” Disponível em: <http://toritama-jeans.com/polo-caruaru>. Acesso em: 25.07.2014.

⁸² A Rodada de Negócios da Moda Pernambucana é um evento realizado semestralmente, já há alguns anos, e que se estrutura física e estrategicamente em acordo com o modelo de “Feira de negócios” recorrente no Brasil e mundo afora. Neste específico, compradores de diversas regiões do país são selecionados e trazidos para o evento (com suas despesas pagas). Os empresários pagam pela estrutura, pelo espaço dos *stands* e lá expõem suas peças à venda. Os *stands* são ordenados conforme o segmento (moda feminina, íntima, masculina, *jeans* adulto, infantil, surf wear, etc.) no qual o negócio se encaixa. Ver: <http://www.rodadamodape.com/>. Acesso em 24.07.2014.

⁸³ É recorrente a discussão acerca da retirada da Feira da Sulanca do Parque 18 de Maio, no centro do município. Alguns anos atrás foi ventilada a possibilidade da feira ser transferida para o imenso estacionamento que existe ao redor do Polo Comercial. Além disso não ter se concretizado, o grupo empresarial proprietário negociou o terreno vizinho para o Alphaville, principal grife nacional de condomínios de classe alta e média-alta. Desde então a ida da feira para lá passou a não ser mais interessante aos interesses e negócios dos empresários. Entretanto, em 2014 foi anunciada a mudança da feira para uma outra área também nas margens da rodovia BR-104 e próximo ao Polo, porém não dentro dos seus limites físicos atuais, mais distante, do outro lado da rodovia.

estética e a dinâmica mais geral de feiras da região. Mas isso não se deu sem tensões. Anos atrás, em conversa com um dos então gestores do empreendimento, ele me falava do desafio que era sensibilizar os proprietários das lojas, grande parte feirantes e comerciantes da região⁸⁴, para seguirem os horários de abertura e fechamento do Polo (ao invés de abrir ou fechar suas lojas quando bem entendessem, dando continuidade à prática do banco de feira), investirem na qualificação do atendimento prestado aos clientes e na ambientação da loja, enfim, “se converterem”, serem adequados ao que se projeta para aquele tipo de espaço, também comercial, porém que se propõe (e se configura) como algo diferenciado quando comparado à feira de rua.



Foto 22: Fachada e estacionamento do Polo Comercial de Caruaru



Foto 23: Lojas e corredor interno do Polo Comercial de Caruaru

⁸⁴ Para eles, durante certo tempo e talvez até hoje, ter uma loja no Polo é sinal de êxito e diferenciação, quando comparados aos que somente podem vender seus produtos em feiras de rua ou mesmo no comércio estabelecido do centro da cidade.



Fotos 24 e 25: Nos corredores da Feira da Sulanca de Caruaru, uma feirante (acima) expõe seus produtos mesmo sem dispor de um banco ou *box* e uma sacoleira (abaixo) observa a mercadoria exposta à céu aberto



Mais jovem e reluzente dos três centros, por receber um número bem mais expressivo de compradores no atacado que os vizinhos, o Moda Center Santa Cruz⁸⁵ foi inaugurado em 2006, após um longo período sendo construído em sistema de condomínio⁸⁶. Com uma ampliação que já recebeu, a obra tomou um porte ainda maior

⁸⁵ O Moda Center Santa Cruz proclama-se em seu *website* como “o maior centro de compras de moda da América Latina, com 9.624 *box* e 707 lojas, construídos num espaço de 32 hectares, com 120.000 m² de área coberta. Toda semana, durante a realização da feira, às segundas e terças, o empreendimento recebe uma média de 30 mil clientes, podendo chegar a 100 mil pessoas nas altas temporadas de vendas (maio/junho e novembro/dezembro): em sua maioria, lojistas e sacoleiros das regiões Norte e Nordeste, em busca de moda de qualidade com preços diferenciados. Para atender a este público, o centro de compras oferece 6 mil vagas de estacionamento, 58 restaurantes e 18 hotéis. Uma estrutura monitorada por seguranças e câmeras, que também conta com caixas eletrônicos, farmácia, alojamentos gratuitos para motoristas, casa lotérica, posto ambulatorial, carrinhos de compras, banheiros com chuveiro, sistema de som e TV.” Disponível em: <http://modacentersantacruz.com.br/>. Acesso em: 25.07.2014.

⁸⁶ No qual os compradores dos *box* e lojas financiam a obra na medida que pagam pelo que compram e se tornam sócios do empreendimento. Além de um ex-prefeito e político local, algumas das lideranças empresariais que se destacaram na década de

em relação aos dois primeiros. Na sua área externa podem ser vistos amplos estacionamentos para ônibus e hospedagens para os sacoleiros – como são chamados os compradores em razão de muitos deles carregarem sacos imensos ou contratarem carregadores para transitarem com as mercadorias que compram visando revender nos lugares de onde vem. Internamente, uma imensa área coberta com corredores repletos de *box* lado a lado e dois grandes corredores laterais com lojas maiores. Além disso, praças de alimentação, banheiros e demais elementos infraestruturais ocupam aquele espaço imenso que se apinha de gente nos “dias de feira” (dias nos quais os vendedores lá recebem os compradores que chegam também de outras regiões do país, principalmente do próprio Nordeste) e nos períodos de maior fluxo de compradores ao longo do ano.

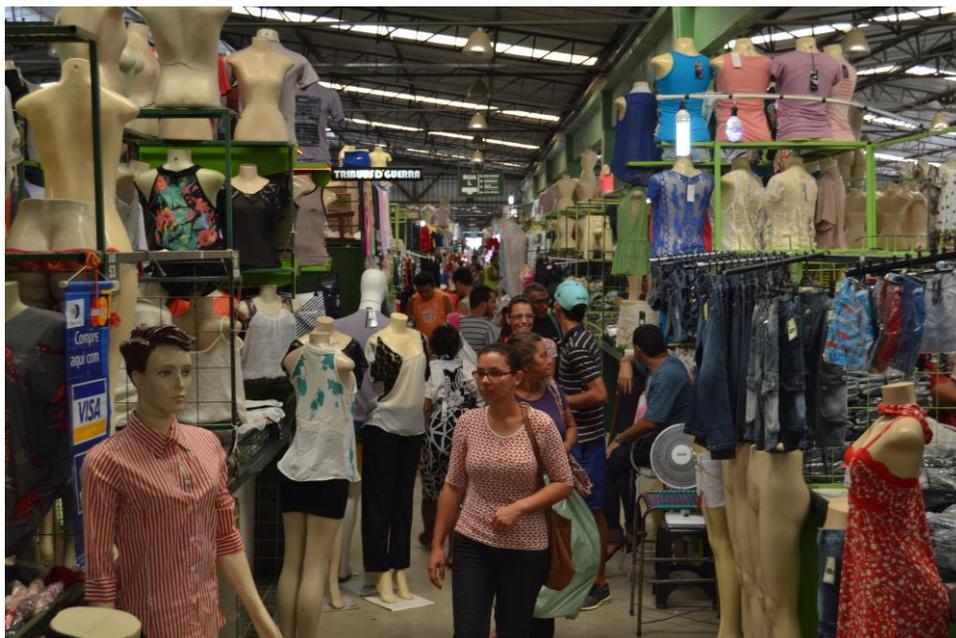
As pessoas que vendiam seus produtos na antiga Feira da Sulanca no centro da cidade e não tiveram condições financeiras, ou não quiseram comprar um desses espaços comerciais, se instalaram no terreno vizinho, numa área que se chama de Poeirão ou Calçadão. É lá que são ofertados os produtos mais baratos e populares. O complexo formado pelo Moda Center e o Poeirão abrigou os comerciantes que antes de 2006 vendiam suas confecções nas ruas do centro. Hoje, no material institucional do Moda Center se diz que pessoas de mais de 54 municípios do entorno possuem ou alugam um *box* no qual vendem confecções nos “dias de feira”.

noventa (associadas à ASCAP e envolvidas com o CDL local) estiveram à frente do projeto. Alguns deles compraram vários *box* que se valorizaram absurdamente ao longo dos anos e os alugam por um bom valor. Uma das pessoas que participou ativamente do grupo que tocou este projeto contou-me que, uma vez incumbida de vender *box* e lojas, sua estratégia foi primeiro vender lojas aos maiores proprietários e depois anunciar na mídia local que aquelas marcas já haviam garantido seu espaço no Moda Center, “agora era a hora de juntar-se a eles”. Assim foi vencida a desconfiança de muitos que, alimentadas pelos atrasos e problemas jurídicos nos quais se envolveu o projeto, não acreditavam no retorno daquele investimento, e tudo foi vendido. O desejo de fazer-se mais próximo dos grandes deve ter tido forte apelo entre os médios e pequenos proprietários.



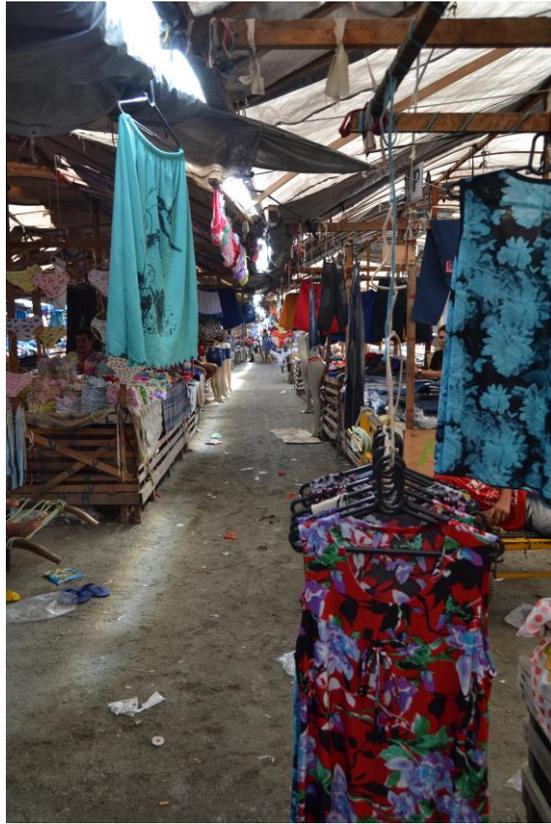
Fotos 26 e 27: A fachada e uma visão aérea do Moda Center e do seu estacionamento





Fotos 28 e 29: Corredores internos do Moda Center repletos de pessoas, mercadorias e carroças de carga





Fotos 30 e 31: Do outro lado do muro, corredores, mercadorias e fretista no antigo “Calçadão” ou “Poeirão”



Além dos centros de vendas em si e das feiras da sulanca que permanecem no centro de Caruaru (no Parque 18 de Maio e nas ruas do seu entorno), ao redor do Parque das Feiras e na margens da rodovia BR-104 em Toritama, no Poeirão e no Moda Center em SCC, há de se destacar que os maiores fabricantes e comerciantes abriram lojas das suas próprias fábricas ou grandes espaços de vendas de multímarcas – em espaços comerciais que oferecem conforto e se apresentam, em termos estéticos, próximos de uma loja de centro comercial ou até mesmo de *shopping center*. Na região também se vende bastante via representantes, figura de desempenha papel fundamental no escoamento da produção local. De todo modo, muitos proprietários já fizeram ao longo dos anos sua própria clientela. São pessoas que, já tendo comprado a eles uma ou mais vezes na feira, fazem contato telefônico e encomendas para revenda, em sua região, diretamente ao fabricante. Alguns dos proprietários-feirantes com os quais conversei dizem que a maior parte de suas vendas vêm se dando por este tipo de contato ou via representantes. Segundo eles, as feiras “caíram muito” nos últimos anos.

Em termos produtivos, excetuando uma grande fábrica local (que já deteve mais de quinhentos trabalhadores diretos e outros muitos indiretos em negócios terceirizados), as maiores fábricas da região geralmente possuem mais de cinquenta e menos de duzentos trabalhadores. Dentre estas é possível encontrar novas máquinas importadas, tecnologia de ponta, gerentes e equipe qualificada, além de procedimentos produtivos padronizados e estrutura hierárquica bem definida. A tendência que se apresenta em muitas delas é a busca por um nicho de mercado mais específico, ofertando produtos diferenciados, quando comparados com a produção local de modo geral, e com um preço competitivo para o mercado nacional. Muitos destes não mais colocam suas “melhores” marcas para vender na feira (pois alguns dos seus maiores clientes nacionais as vendem nos seus magazines ou em *shopping centers*). A tendência é que tenham uma “marca de combate”. Esta sim segue para feira, enquanto as outras para o mercado nacional. A diferença entre a qualidade dos produtos em si, quando existe, tende a ser pequena, mas a marca e o canal de venda muda a lucratividade que pode ser obtida no produto e quem irá vesti-lo. De todo modo, a produção regional é majoritariamente vendida para o próprio estado e estados vizinhos nordestinos. “A maior parte das empresas (63%) vende seu produto em Pernambuco. Outros estados para onde há vendas incluem Bahia (30%), Paraíba (21%) e Minas Gerais (13% das empresas)” (SEBRAE, 2013: 98).

Hoje há um calendário anual na região que contempla desfiles de moda nos centros de compras, feiras de negócios como a “Rodada de Negócios da Moda Pernambucana” e toda uma publicidade institucional que visa atrair um público comprador maior, em particular atentando para a sazonalidade das vendas. Os centros comerciais erguidos nos municípios-eixo não somente concretizam o encontro das feiras de rua com o mercado convencional estruturado em seus pilares contemporâneos, mas também simbolizam mudança marcante na paisagem urbana da atividade na região. Além de terem surgido em companhia de uma evolução mercadológica mais ampla conformada ao longo das décadas anteriores, possibilitam diferenciação também objetiva e simbólica entre o banco de feira de rua e o *box* ou a loja num centro comercial, por exemplo.

2.3.2 Demais atores chave

Em outubro de 2013 foi anunciado por Eduardo Campos, então governador do Estado (mas que em 2014 foi candidato à Presidência da República), uma parceria com a prefeitura de Santa Cruz do Capibaribe do seguinte modo:

queria dizer da alegria de concretizar e formalizar essa parceira do nosso governo com a Prefeitura de Santa Cruz do Capibaribe para dar sequência a um conjunto de ações articuladas que possam, assegurar, impulsionar e melhorar a atividade da confecção no Agreste pernambucano. Todos sabem que a nossa história, a história do desenvolvimento econômico de Pernambuco, teve uma grande contribuição no processo de industrialização, da presença da indústria têxtil que quase que formou a periferia do Recife e a Região Metropolitana de nossa capital. Surgida basicamente em torno das fábricas de tecidos, trazidas ainda pelos ingleses, esta atividade marcou a cena urbana [...]. Ao tempo que nós vimos as fábricas têxteis fecharem [em decorrência da crise que assolou o setor nacionalmente em meados do século passado] e reduzir o emprego industrial na Região Metropolitana, nós assistimos a pujança, a força, a coragem, a capacidade, a imaginação, do povo do Agreste pernambucano, em particular no início em Santa Cruz do Capibaribe, construir um arranjo produtivo que hoje é um dos arranjos produtivos mais importantes da nossa economia, que nasceu em Santa Cruz pelo talento, pela capacidade de muitas pessoas de fazer das dificuldades uma oportunidade para empreender e nós vimos nascer todo um conjunto de atividades ligado à confecção⁸⁷.

⁸⁷ Vídeo do discurso do então governador reproduzido no dia 21.10.2014, ao lado do Calçadão, em SCC. Tal vídeo foi seguido por falas eloquentes dos políticos locais no palanque montado ao lado da tela de projeção, num evento exemplar do modo de fazer política regional o qual tive a oportunidade de presenciar.

A parceria envolvia as seguintes iniciativas: (1) a duplicação da rodovia local que dá acesso ao município e o interliga à principal rodovia regional recentemente duplicada, a BR-104; (2) a realização de uma obra de grande porte que geraria o “novo Calçadão”, uma estrutura similar a do Moda Center, sendo que disponibilizada pelo poder público aos demais feirantes não possuidores de um *box* ou loja no centro de compras privado vizinho; e (3) a ampliação da unidade local do Senai e de sua oferta de cursos técnicos.

A pujança da informalidade da grande parte daqueles negócios, que não pagam impostos ao estado, agora recebe investimentos públicos numa iniciativa que, mesmo não podendo deixar de ser analisada de modo associado aos interesses políticos do então governante, legitima a atividade como um trunfo econômico do estado. Afinal, uma vez revestida com a devida roupagem, a experiência local poderia ser utilizada como um exemplo do “desenvolvimento econômico” promovido pelo estado em regiões tidas nacionalmente como “atrasadas e pobres”. É interessante observar que este é o mesmo estado que, ao longo das últimas décadas, foi apontado como tendo realizado um “pacto do diabo” (cf. Tandler, 2002) com a atividade da região, mais ou menos do seguinte modo: “você não nos cobra políticas públicas ou ações infraestruturadoras e nós não os fiscalizamos, multamos e os enquadrados na lei, enfim, o estado faz ‘vistas grossas’ para a informalidade dos seus negócios”.

O caso acima serve para demonstrar a condição atual na qual os negócios de produção e comercialização de confecções na região se encontram. Uma vez que ganharam notoriedade, hoje estão envolvidos por um amplo leque de instituições e demais atores que desempenham direta ou indiretamente papéis relevantes ao seu funcionamento. Os governos municipais e estadual, instituições estaduais⁸⁸, federais⁸⁹, as associações e sindicatos de classe (nos municípios-eixo geralmente há uma associação dos empresários⁹⁰, outra dos sulanqueiros e no caso de SCC, uma das costureiras), o Sebrae, o Senac, o Senai, as lavanderias, as facções, o comitê gestor, os representantes de vendas, os vendedores de insumos e máquinas, os consultores, os

⁸⁸ Como a Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (AD Diper), a Agência Estadual de Meio Ambiente (CPRH), o Instituto de Tecnologia de Pernambuco (ITEP) e a própria Universidade de Pernambuco (UPE).

⁸⁹ Como a Polícia Federal e a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Esta última instalou-se na região em 2006 e ofereceu cursos de graduação como de Design (ênfase em moda), Economia e Administração em sintonia com as demandas locais levantadas no planejamento e montagem do projeto do seu Centro Acadêmico do Agreste (CAA).

⁹⁰ Como a Associação Comercial e Industrial de Toritama (ACIT). Sobre ela, ver Andrade (2008: 125-7). Este trabalho também apresenta várias das entidades atuantes no município e na região (cf. Andrade, 2008: 101-169).

trabalhadores, os compradores, os prestadores de diversos tipos de serviços (contábeis, de informática, manutenção de máquinas, etc.).

A singularidade de cada um destes atores e a amplitude desta teia de relações que os une constituem um ambiente institucional de complexidade dignas de estudos específicos, como fez Andrade (2008) sobre o caso singular de Toritama. Durante a realização da investigação, tive a oportunidade de conversar com pessoas vinculadas e/ou com passagens por alguns destes atores coletivos e institucionais que participam efetivamente da dinâmica que hoje se observa no agreste das confecções. Para a composição deste tópico, selecionei e reelaborei as conversas que tive com dois destes atores por acreditar que ambas podem trazer elementos importantes tanto sobre o papel que alguns deles desempenham quanto sobre os proprietários e seus negócios de confecções.

Um secretário econômico municipal

No segundo semestre de 2013, quando conversamos, além de dirigente do CDL⁹¹ e proprietário de uma empresa no setor de informática, que presta serviços para empresas locais, Bruno atuava também como Secretário de Desenvolvimento Econômico, Agricultura e Meio Ambiente de SCC. Ele é autor de um livro esgotado sobre a história dos negócios de confecções na cidade: “Caminhos do desenvolvimento: Uma história de sucesso e empreendedorismo em Santa Cruz do Capibaribe”.

Eloquente e entusiasmado com o dinamismo econômico que vê na região, Bruno mostrou-me num mapa a sua abrangência. Destacou o desconhecimento do governo estadual e demais instituições do poder executivo federal sobre a atividade na região. Contou-me que, por exemplo, foi feita uma fiscalização federal da venda de mercadoria sem notas no Moda Center num sábado (dia de abastecimento dos *box* e não de venda). Ou então o caso da “informação” que chegou a um dos secretários de estado de que o município estaria cobrando impostos dos comerciantes do Moda Center, enquanto o que se paga lá é a taxa do condomínio.

⁹¹ Câmara dos Dirigentes Lojistas que tem unidades nos mais diversos municípios do país. Sua origem está vinculada ao Sistema de Proteção de Crédito (SPC) e vinculada a busca associada dos empresários de proteção contra os cheques sem fundos e práticas afins. A unidade de SCC existe desde 1992 e apresenta como sua missão “unir, representar e fortalecer o comércio de Santa Cruz do Capibaribe, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do associado e da comunidade”. Disponível em: <http://www.blogdadclsc.blogspot.ie/>. Acesso em: 24.07.2014.

Na secretaria municipal, disse-me enfrentar os desafios ambientais relacionados à atividade e que, neste campo em particular, é muito difícil superar uma cultura do “tudo pode”. Além deste, outro problema que comentou foi a não qualificação da mão de obra, algo que espera combater com uma nova e ampliada unidade do Senai na cidade. O então secretário destacou ainda a dificuldade que tem para planejar sua atuação na gestão pública, que precisa de tempo e antecedência para se fazer as coisas, enquanto na feira, a dinâmica e a lógica que prevalece é a da próxima semana.

Para ele, “os fabricantes locais merecem ser formalizados”, porém grande parte deles não tem como pagar impostos, “cada história precisaria ser analisada” e assim identificados tanto os casos de pessoas e negócios que se mantêm na informalidade como vantagem competitiva, quanto aqueles que não têm como fazê-lo pelo porte e/ou limitações econômicas do negócio. Bruno acredita que a legislação não acompanha nem se propõe a tratar a disparidade dos casos, o foco dela é a arrecadação e não a legalização da atividade.

No início dos anos noventa, ele observa que as associações estavam se fortalecendo e as lideranças empresariais locais começavam a perceber a importância de se articular, de empreender iniciativas de associativismo, em meio a uma grande crise financeira. “Algumas confecções que são destaque hoje, naquela época estavam começando a focar mais no processo de formalização, a década de 90 foi um período de mudanças profundas. Os que estão bem hoje são os que naquela época perceberam que precisavam de profissionalização, de estabelecer relações com o Sebrae, foi um momento mesmo de amadurecimento destes empreendedores”. Por outro lado, aos seus olhos, os proprietários de fabricos não acompanharam este movimento e ficaram limitados à lógica da feira. “Era um pessoal que estava sofrendo porque não tinha acesso à informação, enquanto uns estavam crescendo, outros estavam inchando e não tinham controle do processo”.

Bruno contou-me que em 2001 um grupo de empresários do município, via ASCAP⁹², foi por conta própria à FENIT⁹³ em São Paulo, representando o estado mesmo sem o apoio do governo. “Já era aquela coisa de abrir mercados, ver tendências,

⁹² “A ASCAP surgiu em 1992 com o objetivo de representar os confeccionistas do Pólo, fortalecendo e aprimorando todos os setores produtivos têxteis, trazendo, através de palestras realizadas por profissionais que são referência em áreas que vão desde a gestão, a capacitação de recursos humanos até a produção final, enfim, muitas informações úteis aos seus associados.” Disponível em: <http://www.ascapsantacruz.com.br/>. Acesso em: 24.07.2014.

⁹³ A Feira Nacional da Indústria Têxtil (Fenit) é um importante evento de moda brasileiro que acontece anualmente em São Paulo.

investir em estilismo”. Segundo ele, era um número pequeno, mas que seguiu “o caminho correto, os melhores confeccionistas hoje são associados à ASCAP e boa parte também à CDL”, foram esses que se tornaram “espelhos locais” para os demais, no início dos anos 2000. Por outro lado, “como temos um universo muito grande, também temos sempre um grande amadorismo” e denomina como “rudimentar” as práticas de alguns negócios, como os de um distrito que esteve visitando recentemente. Segundo Bruno, falta para estes noções básicas de organização do leiaute da produção, por exemplo. Em sua visão, somente redistribuindo as etapas já se poderia melhorar todo o processo produtivo. De todo modo, com o Moda Center ele acredita que “se passou para um ambiente no qual se tem qualidade de vida empreendedora”, em oposição à desordem da feira. Falou-me com orgulho que o caso de SCC e do centro de compras está servindo de referência para municípios de outros estados que desejam montar algo parecido.

O desafio que permanece atual em SCC é o “de aliar esse desenvolvimento econômico com o desenvolvimento de qualidade de vida coletiva, não apenas individual”. Afinal, o conforto do ambiente doméstico, dos carros de luxo que circulam pela cidade e a imponência das casas de sua elite são contrastados com os problemas da urbanização mal resolvida e da periferia ainda carente e desestruturada. Para ele, é preciso seguir no caminho do que chama de desenvolvimento econômico, porém procurando gerar a partir dele qualidade de vida coletiva na cidade.

Como secretário, diz que gostaria de conhecer mais sobre a informalidade e a dinâmica da atuação dos negócios (tanto formais quanto informais), afinal, no Moda Center existem negócios formalizados, porém também com práticas informais, que mandam peças para estamperia sem nota fiscal de trânsito, ou seja, nas palavras de Bruno, “em alguma parte da dinâmica produtiva experimenta o sabor da informalidade”.

Por fim, quando o perguntei sobre o desemprego na região, ele me disse: “se você costura bem, não fica sem emprego, se conhece de gerência, escolhe onde trabalhar, agora, se não tem uma competência, é difícil em todo lugar”. Em seguida, reitera que “o impacto dessa estrutura na economia de Pernambuco e da Paraíba é muito grande, e que “o governo sabe menos do que deveria saber” sobre a atividade na região, e conclui: “com essa última seca dura, o que segurou esse povo aqui foi a confecção, essa é a mais exitosa experiência de convivência e produção no semiárido. Você não encontra atividade nenhuma com esse volume de produção e de pessoas envolvidas.”

Uma consultora local

Especializada na área que atua, Nadine estagiou no Sebrae, trabalhou e prestou consultoria para muitas empresas de confecções da região, algumas delas dentre as maiores e mais conhecidas. Trabalhou também com os consultores que idealizaram e coordenam a Rodada de Negócios da Moda Pernambucana em dois momentos, na implementação e depois na consolidação do evento.

Foi a partir daquele estágio no Sebrae que teve acesso às empresas da região e iniciou sua carreira no setor. Disse-me que era evidente nelas a necessidade de uma ação administrativa mais estratégica, afinal, a questão não era somente se formalizar, mas também buscar novos mercados. Atuando há quase uma década no setor, acredita ter começado quando se aumentou a busca de mercados para além das feiras – porque este é, segundo ela, sazonal e segue em declínio já há algum tempo, ao menos desde que começou a atuar no ramo. Ela então se pergunta: como manter um negócio com apenas os dois períodos de grande fluxo de clientes na região (maio/junho e novembro/dezembro)? O caminho no qual acredita é o seguido por “várias empresas que nem sonhavam em se formalizar, se formalizaram e foram para outros mercados fora da feira”.

Hoje Nadine se diz uma profissional diferenciada, em termos de consultoria, por conhecer a realidade local (o que a diferencia dos que vêm da capital). É desta perspectiva que observa a atividade se alastrar. Destaca ser comum, nos municípios da região, a atividade se caracterizar por um maior volume de produção num segmento específico, como camisaria ou roupa infantil, seguindo o modelo de especialização do *jeans* em Toritama. Segundo ela, na cidade de Riacho das Almas há muitas facções que trabalham para os confeccionistas do Salgado (onde o metro quadrado foi muito valorizado nos últimos anos, o que dificulta a construção de galpões ou a ampliação dos existentes). Uma das empresas na qual trabalhou, para melhor se estruturar e crescer, teve que sair de lá e se instalar noutro lugar. Ela também acredita que, se antigamente os compradores procuravam preço e encontravam produtos de qualidade inferior nas feiras, quando foram abertos novos mercados para os quais seria necessária uma qualidade maior, o produto local evoluiu e se equiparou aos demais de outras regiões do país. Hoje, segundo ela, compete de igual para igual no mercado nacional.

Sua primeira experiência de trabalho num negócio específico no setor de confecções foi num dos municípios do eixo. À época, o negócio estava voltado para as feiras de rua, mesmo que já com lojas abertas, seus proprietários não tinham clareza acerca dos rumos a serem tomados. Quando chegou, a estrutura estava passando por mudanças. “Era um puxadinho”, como costumam dizer sobre os negócios locais que começam nos fundos da casa. No entanto, quando crescem tomam conta dela toda, depois se compra uma casa vizinha, depois a outra. Seguindo mais ou menos assim chegam a ter um “chão de fábrica maior”. O casal de proprietários não fugia a este tipo de trajetória recorrente na região. Segundo Nadine, “ambos tinham baixa escolaridade e muita força para trabalhar, vontade de vencer e a falta de estudos não se mostrou empecilho para que se tornassem empresários”.

Dentre eles, o homem convivia mais com a dualidade de tocar a produção e, nos dias de feira, seguir para cuidar também das vendas. Quando se afastava, ficava preocupado com o andamento da produção. Nadine acredita tê-lo feito compreender que as vendas poderiam acontecer sem ele. Buscou abrir dois novos mercados e reativar clientes antigos que poderiam, por exemplo, voltar a fazer compras via mostruários, por telefone, ou mesmo representantes. Enquanto esteve por lá, eles abriram nova loja e ampliaram uma das que já possuíam. Para ela, depois dos seus anos de trabalho lá, “a empresa se mostrou”, tornou-se conhecida.

Foi por meio de uma capacitação, numa associação empresarial local, que conheceu os consultores e recebeu o convite para trabalhar no que era então um novo projeto, a Rodada de Negócios. O papel dela consistia em “vender o projeto” junto ao empresariado local e “qualificá-los” para a participação no evento. Enfim, fazer “o meio de campo” com os possíveis participantes. Seu trabalho era também adequar a empresa para atender aos requisitos solicitados para “ingressar e atuar” neste novo ambiente de mercado. Por exemplo, orientava para que tivessem um administrativo mais organizado, para trabalhar com coleções⁹⁴ (ao invés de seguir na lógica de produzir peças na semana e “jogar” na feira) e, mais ainda, para que essas coleções não fossem para a feira. Algo que muito provavelmente inibiria o interesse de alguns clientes externos, de maior porte, pela mercadoria.

⁹⁴ Sistema de produção e apresentação de produtos que os maiores fabricantes locais colocam em prática em sintonia com as orientações dos consultores locais.

No início, Nadine conta que “ninguém acreditava no projeto”. Ouviu muito deles reclamarem do valor a ser pago para cobrir as despesas do evento, diziam: “Eu que não vou pagar isso tudo pra vender!”

Foi por meio deste trabalho que uma das maiores indústrias da região a convidou para cuidar da comercialização de uma nova marca, criada exclusivamente para ser vendida para lojistas via representantes. A estratégia era decorrente da visão de mercado que, para lojistas maiores e que possuem pontos de vendas em *shopping centers* de outras regiões do país, por exemplo, uma marca comercializada num ambiente de feira, mesmo que numa loja de fábrica, não é interessante para também ser comercializada naquele outro contexto de vendas. Em razão disso, criou-se a outra marca. Muito embora segundo ela, em termos de qualidade, se tratasse do mesmo produto, apenas algumas adaptações foram feitas (i.e., alguns acessórios foram retirados, os produtos eram mais “limpos”, sem os tantos enfeites que mercado local melhor recebia).

Segundo ela, casal proprietário desta empresa tinha um perfil diferenciado, ambos tinham graduação universitária. Com eles, a dinâmica era diferente do anterior porque conseguiam compreender e comunicar melhor acerca de temas como estratégia, marketing, etc. Nadine lembra que quando chegou por lá a empresa vivia um momento de muita visibilidade, foi matéria de uma das revistas de maior circulação nacional e a mídia a procurava constantemente. Ao sair, a empresa já contava com 28 representantes espalhados pelo país e com sua marca sendo vendida em mais de 2.500 pontos de venda.

2.3.3 Para além da sulanca e da marca “polo”

O entusiasmo de um depoimento como o do secretário municipal ou um retrato mercadológico em forma de relato de experiências como as de Nadine contrastam com a desesperança de Maria que, na *história viva 4* (2.2.4), disse-me não ter “arrumado nada” em dez anos como sulanqueira. Os vislumbres da jovem elite empresarial local contrasta com a difícil condição de muitas Marias. Se, por um lado, é inegável as possibilidades que foram abertas (e concretizadas para alguns) pela emergência da atividade de confecções na região, por outro, a dificuldade de sobrevivência digna por meio de um negócio familiar de produção e comercialização convive com muita gente. A esperança e a falta dela, a riqueza e a miséria, os sonhos e os pesadelos, as possibilidades e as

limitações diante delas, enfim, não somente uma história coletiva local e uma atividade comum, mas também os contrastes entre pessoas e negócios constituem o modo como vejo aquela terra agreste que, por entre mudanças e continuidades, segue em confecção.

Aqui gostaria de retomar as iniciativas as quais me referi no início do tópico 2.3.1 e tratar da segunda delas: a elaboração de um projeto estratégico de reposicionamento da imagem do produto local, de acordo com os interesses de penetração em novos mercados externos e mesmo de desvincular-se internamente do caráter pejorativo que o nome *sulanca* assumiu ao longo da sua história. Como membros de um “polo”, tanto o proeminente empresariado local associado poderia melhor se apresentar, de modo diferenciado da condição do *sulanqueiro*, quanto as fábricas e empresas que alguns deles estruturaram (e que são similares a outras empresas Brasil e mundo afora) teriam um nome-marca maior ao qual se afiliar, e assim também se distinguir dos outros. Aqueles que produzem suas peças em casa ou em galpões a ela anexados (por eles chamados de *fabricos*) e vendem nos bancos das feiras de ruas.

O que até o início dos anos 2000 era conhecido por “Feiras da *Sulanca*”, passou a ser denominado, a partir de 2002, sob a ação de um conjunto de instituições e a liderança do Sindicato das Indústrias do Vestuário do Estado de Pernambuco – SINDIVEST e do SEBRAE, por “Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco” ou “Polo da Moda de Pernambuco”. A partir de um convênio estabelecido, em 1997, com uma ONG alemã, a BFZ, e tendo em conta a afirmação das atividades produtivas e comerciais em confecções no Agreste, o SINDIVEST optou por instalar uma subsede na região. Daí resultou o “Projeto de Desenvolvimento do Polo de Confecções do Agreste”:

...

O Projeto implicou em uma ampla campanha na mídia local e junto às associações empresariais. 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 “*sulanqueiro*”, a denominação “empresário” ou “empreendedor”. (Véras de Oliveira, 2011: 6)

Se somadas ao plano de desenvolvimento Sebrae-Sindvest, as pesquisas divulgadas pelo SEBRAE (2003, 2013) e o modo como usa, por exemplo, os termos “empresas” (para se referir a todos os negócios formalizados ou não, domésticos ou não), ou então “empreendimentos complementares” para se referir às facções, é possível observar indícios objetivos de uma “reelaboração discursiva” na qual se converte a

pluralidade dos negócios da região, em termos mais condizentes e pertinentes aos interesses institucionais e associados.

Por outro lado, circular por aquela terra em confecção, para além do circuito do empresariado associado, de suas principais instituições de fomento, e conversar com as pessoas que neste contexto possuem tais negócios é ouvi-las se referir à sulanca, ao “processo sulancal”, ao negócio, ao fabrico, à facção e à feira. Ou seja, grande parte das pessoas envolvidas com a atividade ainda a observa, e nela atua, nos termos do comércio de feira de rua que marcaram a história coletiva local. Ao conversar com muitos deles pude perceber uma clara referência e identificação com as coisas e os termos da sulanca. Os seus interesses estão vinculados à manutenção daquele modo de produção e comercialização informal, que garante não somente a subsistência da família, mas também as possibilidades de êxito econômico e ascensão social. Há muitos deles que se colocam como sulanqueiros de sucesso sem, obrigatoriamente, se verem ou se projetarem como empresários ou “empreendedores”. A produção aumenta, as vendas também, mais pessoas são contratadas para trabalhar para eles, porém tudo segue na informalidade. Enquanto isso, alguns outros produtores locais que seguiram os rumos da empresarialização atravessam dificuldades, como pode ser visto no caso de Dorival (2.3.4).

Tal dicotomia entre os termos “sulanca” e “polo” também é reproduzida em boa parte dos trabalhos acadêmicos que oscilam – dependendo da perspectiva analítica, área de conhecimento, tema do estudo, momento histórico, tipos de pessoas, práticas ou negócios aos quais se referem – no uso de uma ou outra denominação. Ao tomar o construtivismo bourdiesiano como estratégia e linguagem de pesquisa, uma questão repercutiu em mim sobre tal dicotomia: o que se quer significar quando se usa uma das duas denominações ao que hoje se dá naquele pedaço do interior nordestino?

Há aqui uma questão que o modo como Bourdieu pensava conceitos (cf. capítulo um, tópico 1.3.2) permite perceber. Assim como os conceitos, os termos podem ser objetificações compostas por significados e interesses. Se há uma história coletiva de décadas por trás da denominação sulanca, há outra recente, de uma coletividade específica que emergiu daquela maior anterior. Em sociologia, a opção não justificada de uso de um ou outro termo, sob o olhar bourdiesiano, é incorporar numa prática científica os termos criados e disseminados pela “sociologia espontânea”. A quem se propõe fazer sociologia a partir do legado de Pierre Bourdieu cabe o recurso da

estenografia, da recuperação e uso de termos que permitam pensar do modo mais livre possível da *doxa* prevalente em ambos casos.

Em breve olhar é possível perceber interesses em disputa atrelados a ambas denominações. De um lado, o uso corriqueiro vinculado às raízes históricas da atividade e da região e à manutenção da identidade do sulanqueiro. De outro, a iniciativa de formalização e enquadramento do fenômeno de modo apropriado às práticas de mercado condizentes ao discurso prevalente no capitalismo contemporâneo (cf. Boltanski e Chiapello, 2009). Diante disso, resta ao pesquisador que pretende analisar algo que naquele contexto se dá, recorrer a um termo que o permita pensar o fenômeno de modo liberto do que Bourdieu diria ser um “contrabando” do senso comum. Afinal, ao se fazer pesquisa social como ele, se tem a obrigação de atentar para história social da emergência do problema, das denominações que lhe são relevantes e então estenografar termos que atendam aos interesses investigativos de melhor compreendê-lo.

Foi procurando alternativas estratégicas neste sentido que me encontrei com o termo “agreste das confecções”. Tendo sido utilizado por uma investigadora (Souza, 2012) para se referir ao contexto no qual também atuam os proprietários e os negócios de produção e comercialização de confecções, tomados como personagens centrais desta tese, ele me soou mais liberto que a polarização. Aqui, não há um significado prévio a ser exposto escolasticamente como definição do termo em seu uso. Fazê-lo é apenas uma dupla tentativa: (1) de fugir da segregação ou oposição que tais denominações postas, propagadas e vinculadas à tradição sulanqueira ou aos interesses emergentes neste milênio; (2) de dar nome próprio ao espaço de relações objetivas e distinções simbólicas, que penso com Bourdieu, como contexto no qual se insere esta tese. Ou seja, agreste das confecções é o modo como penso o “espaço social” bourdiesiano que abriga e é constituído por diversos campos (dos atacadistas de tecidos, dos trabalhadores, das facções, dos representantes de vendas, dos vendedores de máquinas, etc.). Dentre estes, o campo de negócios agreste que é aqui composto pelos filhos das feiras e por seus negócios de produção e comercialização de confecções.

2.3.4 Dorival: sulanqueiro, empresário ou mais um filho das feiras?

Se em tese se poderia ser objetivada uma distinção entre quem é chamado de sulanqueiro ou de empresário, na prática, a simbiose entre ambos não se dá somente na trajetória de alguns que atuaram como “sulanqueiros” um dia e hoje atuam, se veem ou são vistos como “empresários”. As condições de vida e ocupação que se procura significar com um ou outro termo coexistem em meio a muita sinuosidade e contingência, ambas características recorrentes nas histórias que pude escutar sobre gente e negócios no agreste das confecções. É assim que constituem o tecido socioeconômico-cultural da região, para além dos indivíduos e de suas autodenominações como um ou outro, em sua história presente, como a que reconto a seguir.

Dorival nasceu em Sorocaba, São Paulo, mas veio aos oito anos para Caruaru com a família. Seu pai é filho de agricultores de um município vizinho e trabalhou como operário metalúrgico no Sudeste, mas ao se aposentar resolveu voltar para perto da terra natal. Como a mãe costurava, esperavam em Caruaru complementar a aposentadoria dele com a confecção. Fabricavam então em família moda feminina (malha), porém com uma doença grave que a mãe apresentou, o negócio começou a decair e as coisas foram ficando mais difíceis. Quando ele começou a cursar administração de empresas, numa universidade pública de outro estado, sua mãe faleceu. Sua situação financeira foi delicada ao longo dos estudos, perto do fim do curso conseguiu um estágio na Rota do Mar, maior empresa de confecções de SCC. Mesmo descobrindo que não queria lá trabalhar, procurou conhecer bem seus setores e o processo produtivo daquela grande referência local.

Quando terminou o curso se propôs a estudar para concursos e assim ficou por algum tempo. Estudava mais de doze horas por dia, não queria voltar a fabricar. Mas vira e mexe, fabricava alguma coisa para ajudar nas despesas do pai que o acolheu de volta em casa, mesmo tendo casado e feito nova família. Como não teve êxito nos concursos, e ganhou um bom dinheiro num fim de ano trabalhando como “sulanqueiro de época”⁹⁵, começou a trabalhar com o irmão, vendendo no banco da família as peças

⁹⁵ Algo comum na região. Pessoas que se dedicam à atividade somente nos períodos de maior fluxos de clientes e procura de mercadorias, ou seja, maio-junho e novembro-dezembro.

dele. No entanto, o irmão produzia pouco, tinha muito medo de calotes⁹⁶ e além de não investir na produção, pagava pouco a Dorival.

Foi em 2004 que ele finalmente decidiu começar a fabricar, com oitenta reais que ganhou de uma venda que fez para o irmão, resolveu conversar com ele e fabricar o mesmo vestido infantil (em *jeans*) que o mais velho estava fabricando e dando certo. Disse-lhe para ficar tranquilo, que ele iria vender num banco que um tio tinha em Santa Cruz e os clientes de lá seriam diferentes dos de Caruaru. Estes são mais compradores de varejo advindos de lugares mais próximos, enquanto os de Santa Cruz vinham de lugares mais distantes e compravam no atacado. O irmão ficou um pouco chateado, principalmente por ter que voltar à feira para lá vender suas peças.

Além da ajuda do tio, que cedeu um espaço em seu banco para que ele vendesse a sua futura produção, Dorival também contou com a ajuda do pai para a compra da primeira peça de tecido. Conseguiu acertar para pagar as compras de matéria-prima com algum prazo, exceto a facção que costuraria os vestidinhos. Aí se foram todos os seus oitenta reais.

Com a ajuda do pai, a costura da facção, uma lavagem diferente da mais comum na época, e tendo ele mesmo tirado as pontas das linhas e dado o acabamento, fez cem peças. Seguiu com elas numa lotação⁹⁷, rumo a próxima feira em Santa Cruz pensando que era preciso girar, vender tudo, pagar as dívidas e reinvestir o dinheiro para a próxima feira.

Lá botou sua mercadoria numa “brechinha” do banco cedida pelo tio. “Dei sorte”, disse-me ele. Vendeu cerca de 90% do que fabricou logo na primeira feira. Outra “sorte” foi ter começado no mês de novembro, para ele, “o melhor mês para se ganhar dinheiro por aqui”. Não se apercebeu como um jogador que escolheu o momento certo para fazer sua aposta.

⁹⁶ Nome dado à prática de comprar a mercadoria e não pagar depois, ou “pagá-la” com cheque pré-datado e sem fundos. Diante da informalidade que impera na atividade na região, muitos negociantes sofrem com este tipo de prática recorrente uma vez que, como se trata de produto não legalizado, não se tem como acionar o “caloteiro” judicialmente. Cientes disso, pessoas de outros lugares fazem compras e encomendas em grandes quantidades e depois não pagam. Duas das proprietárias com as quais conversei fizeram questão de me mostrar o grande número de cheques sem fundos que guardam “de recordação”. Tais cheques são utilizados na compra de matéria-prima e pagamentos afins em demais tipos de negócios da região que os aceitam. No entanto, quando não possuem fundos, geram no negociante a obrigação de quitar o débito com o fornecedor que os recebeu.

⁹⁷ Um tipo de transporte informal ao qual muitas pessoas se locomovem da zona rural para o centro dos municípios da região ou mesmo entre eles. O antigo modelo Toyota (que pode ser visto na foto 22, porém adaptado e coberto para o transporte de passageiros) é o veículo muito utilizado para este tipo de trânsito na região. As pessoas são transportadas em sua parte traseira (uma caçamba adaptada) e suas mercadorias no bagageiro.

Quando voltou para Caruaru, na mesma hora foi pegar mais tecido. Aí já fez o dobro, metade para a próxima feira e outra metade para deixar encaminhada para a semana seguinte. Mesmo tendo dificuldade no ponto de venda, o tio não ia para a feira e enviava um vendedor que o atrapalhava, Dorival vendia em outros bancos enquanto os donos não chegavam, vendia com o saco de mercadoria nas costas, era do jeito que desse. Tinha que vender tudo, “o negócio era voltar sem nenhuma peça”.

Foi assim que a coisa, segundo ele, “virou uma bola de neve”. Fez oito feiras naquele fim de ano. Viveu o dilema: usar o dinheiro para ir visitar a noiva (que então morava noutra cidade) ou para começar um fabrico. Mais ou menos um ano depois, registrou a empresa.

Dorival acredita que sempre foi “abençoado com um pouco de sorte”. Além de ter começado na época certa, o setor no qual ficava o banco do tio só tinha *jeans* masculino infantil azul escuro, enquanto o seu produto, devido ao tipo de lavagem, era mais claro; a linha cor de rosa que usou nele estava em moda na época; não sofreu calotes; e não tinha ainda despesas com casa, filhos ou carro. Não tinha nada disso naquele tempo. O dinheiro que entrava era reinvestido, reinvestido, reinvestido...

A “empresa” funcionava na garagem da casa do pai, sem qualquer investimento “mirabolante” segundo ele. Além disso, como a sua madastra era costureira e seu tio cortador, ele foi aprendendo mais sobre o ofício com eles. De produção simples, foi fazendo os vestidinhos que Dorival percebeu a necessidade de uma máquina para “enfestar”⁹⁸. Assim poderia se liberar da ajuda do pai que cortava as peças para ele. Com a compra da máquina, ele mesmo passou a fazer o “enfeste” sozinho. Depois optou por comprar as máquinas de travetar e casear, por ser mais viável economicamente que continuar a faccionar estas atividades, e um carro que o permitiu duplicar a produção – em decorrência de maior capacidade de transporte de mercadorias para as facções. Quando contratou o primeiro funcionário disse: “ah, o estudo parou, eu quero mesmo é ser empresário”. O modo como pensa é parecido com o de muitos outros comerciantes-fabricantes locais: “o importante não é fabricar, o importante é vender, é ter os pedidos para poder fabricar”.

Depois que começou a entender como era feita a compra dos clientes atacadistas, que é possível ter a segurança do representante⁹⁹, percebeu que cedo ou tarde teria que

⁹⁸ Termo usado na região para designar atividade preparatória ao corte do tecido.

⁹⁹ Um modo ao qual muitos proprietários recorrem para reduzir o risco de calote é por meio da venda via representante. Este ator intermedeia a venda da mercadoria para negociantes de outras regiões. Vender por meio de um deles tende a ser menos

trabalhar com cheques. Ainda mais quando ele tinha fornecedores que aceitavam cheques de seus clientes. Não via mistério algum na atividade, para ele, qualquer um poderia pensar estas decisões e assim seguir no negócio.

No final de 2007 adquiriu uma máquina de bordar e saiu da garagem do pai, alugou uma outra maior no Salgado. Mas ainda não era grande o suficiente para caber a mesa de corte que ficou na casa que ele comprou ao pai, somente três anos depois de ter começado fabricar. Mas o problema é que a casa já não era mais casa, era uma fábrica. Lá ele só tinha o quarto para dormir. Para reformá-la e (re)torná-la casa, Dorival teve que tirar a máquina de corte, mas já para uma outra garagem ainda maior, onde foi possível aumentar a variedade de produtos. “A necessidade de crescer vai proporcionando essas idéias”, disse-me ele.

Foi então que a empresa cresceu e se projetou ao ponto de começar a vender na Rodada de Negócios. “Vendi muito, 200 mil reais, mas não entreguei nem a metade”, não conseguiu ordenar a produção para atender aos pedidos. Sempre a empresa tinha seguido seus passos, suas ideias, nunca teve contratado um gerente, contava com o irmão (que tinha “quebrado” e estava naquela época trabalhando para ele) e o cunhado para “tocar o barco” naquele momento. Era hora de procurar ajuda, o Sebrae, o Senai, uma consultoria. Enfim, aos olhos dele, alguém que entendesse daquilo que estava maior do que ele imaginava e podia controlar.

Uma das primeiras medidas foi diminuir o número de tipos de peças produzidas. O consultor foi enfático, “só dá pra fazer algo se você se mudar”. Em 2012 fazia um ano e meio que tinha alugado o galpão no Salgado, onde conversamos. Recorda ele como tudo começou vendendo naquele banco – que seu tio perdeu ao “quebrar”, alguns anos atrás. Depois Dorival comprou um em Toritama, no entorno do Parque das Feiras, e outro em Caruaru. No entanto, com uma queda nas vendas, depois acabou alugando dois *box* no Moda Center e voltando para Santa Cruz.

Ele também não resistiu às idas e vindas entre as três cidades nos dias de feiras e às sucessivas jornadas prolongadas de trabalho. Cochilou no volante, quase morreu, resolveu parar com as feiras e focar na venda via representantes. Mesmo dizendo sentir falta das vendas à vista nas feiras, em 2012 só mantinha um banco em Toritama para a venda do “saldo”, peças com pequenas falhas¹⁰⁰. Trabalhava com escritórios de

arriscado pois o representante perde muita credibilidade entre os produtores quando uma das vendas que ele intermediou não foi paga.

¹⁰⁰ Banco este que a sua esposa, que por muito tempo foi sua secretária no negócio, cuidava das vendas.

representação Brasil afora. Como tinha praticamente saído das feiras locais, vendia mais para outros estados (Paraná, Goiás, Rio de Janeiro e Minas, principalmente), mas fala sorrindo que, por meio de um desses escritórios que tinha clientes em Rondônia, “toda cidadezinha que você imaginar tem índio usando a minha roupa”.

Então especializado no atacado de peças de baixo valor, dizendo-se falar no jargão popular da região, muito embora utilizando alguns termos do linguajar de mercado e *management* com os quais teve contato na universidade, com as consultorias e no meio empresarial local que passou a frequentar, afirma que não se precisa ter formação acadêmica para ser um empresário do setor de confecções por lá. Para confeccionar as 20 mil peças que produzia em 2012, estimou que seriam necessários cerca de 30 funcionários. Porém, do modo como ele fazia, trabalhando com algumas facções, precisava apenas ter sete. E assim justifica sua visão, condizente com o que estariam fazendo os maiores fabricantes: eles estão se “desmontando” em facções porque assim se tem menos funcionários e “dores de cabeça”.

Em 2013, um ano depois, voltei a estar com Dorival. Para a minha surpresa, ele praticamente tinha parado de vender via representantes e agora concentrava a comercialização da sua produção naquele banco que utilizava para vender o saldo, na feira da sulanca de Toritama. Acreditava ele que, o modo como se relacionou com os representantes, sem estabelecer metas, por exemplo, o deixou muito vulnerável e com suas vendas concentradas em poucos clientes.

Com a diminuição significativa destas, Dorival tinha poucas opções. Dentre elas, a mais clara seria voltar a tentar a sorte naquele único banco de feira. Além da negociação e logística da venda de feira ser bem mais simples – não é preciso ir despachar mercadoria via transportadora, pagar frete, emitir nota fiscal, oferecer prazo para o pagamento, enfim, é botar a mercadoria no carro e expor no banco –, havia outro fator que lhe era muito convidativo. Na feira de rua as vendas são realizadas à vista e sem nota fiscal. Volta-se dela com dinheiro no bolso e, sobre o que lá se vende, não se paga impostos – o custo do banco, quando próprio, limita-se à taxa cobrada pela prefeitura (pelo uso do solo e limpeza urbana, enfim, justificada pelos serviços públicos urbanos que são prestados nos dias de feira), o valor cobrado pelo botador de banco (personagem histórico local, é a pessoa que coloca e tira os bancos dos feirantes nos dias de feira) e do ponto de luz que é colocado em cada banco (uma vez que o comércio começa antes do nascer do sol). Em razão desta vantagem, para ele muitas das grandes

empresas que possuem lojas de fábrica e vendem para outros mercados também vendem parte do que produzem na feira.

Em pouco tempo, para sua surpresa, o banco voltou a ser seu principal canal de comercialização. Hoje, apesar de manter um *website* da fábrica, no qual expõe suas marcas e peças, e continuar a contratar uma estilista para desenhar sua coleção, Dorival diz não mais se animar quando um cliente aparece perguntando por ela, “hoje eu quero mesmo é meu cliente de feira”. Entretanto, segue associado à ACIC¹⁰¹ e ainda participando semestralmente da Rodada de Negócios. As suas duas marcas registradas circulam em dois dos espaços mais simbólicos da comercialização da produção local.

Dois eram então seus maiores projetos para o negócio: aumentar seus pontos de venda na feira por meio da compra de outros bancos e vir a construir uma loja da fábrica. Neste segundo, seguindo o exemplo de um concorrente no qual se espelha e que vende um produto, aos olhos de Dorival, de qualidade similar ao seu porém por um valor muito maior. Segundo ele, somente o fato do produto do concorrente estar sendo comercializado numa “loja de fábrica” possibilita isso.

Ao longo do período de campo desta investigação estive no seu banco, que é praticamente vizinho do irmão (que porém fabrica com a esposa em casa e vive disso) e do pai (que vende peças que ele mesmo fabrica com a madastra de Dorival), afinal, era ele mesmo quem tinha voltado a fazer as vendas por lá. Diante da minha presença, um amigo vizinho e o irmão brincam chamando-o de “empresário” e sorrindo em seguida...

Um filho das feiras?

Por um lado, ter marcas registradas, vender com nota fiscal e para outros mercados, participar da Rodada de Negócios (evento que reúne as principais empresas associadas da região), contratar estilista e consultoria, ter um *website* e ser membro de uma associação empresarial, enfim, todas estas são características comuns tanto à condição atual de Dorival quanto a de pessoas que são denominadas como empresárias na região. Por outro, acordar domingo de madrugada, ensacar a mercadoria, colocá-la na

¹⁰¹ “A Associação Comercial e Empresarial de Caruaru (Acic) é hoje a maior Associação Comercial do Norte-Nordeste do País, com mais de 1.700 associados, superando os índices registrados em todas as capitais nordestinas, o que demonstra a força do associativismo no município. Uma história que começou no dia 4 de abril de 1920. Ao longo de mais de 90 anos, a Associação vem cumprindo fielmente seus objetivos estatutários de unir o setor empresarial em prol do desenvolvimento local e regional, além de promover o aprimoramento profissional, não apenas dos empresários, como também dos seus funcionários.” Disponível em: <http://acic-caruaru.com.br>. Acessado em: 27.07.2014.

caçamba do carro e seguir para vendê-la num banco de feira de rua são traços bem diferentes que o afastam da denominação anterior e aproximam sua dinâmica de milhares de pessoas chamadas de sulanqueiras.

Diante do que nos revela esta história e ao se fazer com ela sociologia bourdiesiana, uma série de questões emergem. Empresários ou sulanqueiros? Seriam estes, isoladamente, os melhores termos para chamar pessoas como ele? Seria Dorival um sulanqueiro “diferente”, que aprendeu outras coisas noutros contextos que frequentou (a universidade e o meio empresarial local), mas que estaria voltando à sua condição original? Ou ainda um empresário que, nos momentos de crise, volta para a feira de rua para não “quebrar”?

Aos meus olhos, responder tais questões é uma tarefa ainda mais difícil se nos limitamos, na complexidade do agreste das confecções, ao uso destes termos polarizados. Com a história de Dorival, gostaria de ilustrar uma simbiose empírica que acredito ser fruto da sinuosidade e contingência marcante na atividade que milhares de pessoas, naquele contexto, tomaram para si. Tal simbiose pode ser observada no cotidiano de proprietários de negócios de produção e comercialização de confecções, porém não esclarecidas por meio de termos como empresário ou sulanqueiro. Não me sentiria confortável chamando-os nesta investigação por um ou outro. Afinal, acredito que a condição e a trajetória de vida-trabalho de muitas pessoas com as quais conversei não podem ser bem significadas apenas a partir destes termos. Somente um personagem, de uma história aqui recontada, vivenciou e vivencia situações ambíguas que demandam por uma compreensão teórico-empírica que não se limite a eles.

Assim como em relação à dicotomia entre as denominações “sulanca” e “polo”, a estratégia bourdiesiana aqui praticada levou-me a procurar uma forma de pensar tais pessoas, tendo em vista iluminar do melhor modo possível os meus encaminhamentos investigativos. Neste horizonte, a elaboração de uma compreensão acerca da condição de pessoas que, independentemente de porte do negócio, posição, autodenominação, município, setor de atuação, etc., possuem um negócio de produção e comercialização de confecções – afinal, mesmo que terceirizem parte significativa do que produzem com fábricas, ou então trabalhem sozinhos, são responsáveis pelo orquestramento e sincronia das atividades produtivas e comerciais, bem como pela obtenção de lucro com elas.

Classificá-los e dizê-los deste modo me permite fugir da polarização formada entre os termos que não resistem a uma história como a de Dorival. Com esta

caracterização básica, sinto-me confortável quando me refiro ao conjunto plural mais amplo do qual as duas denominações emergem. Diante da pujante herança e atualidade da dinâmica de feiras de rua na região, inevitavelmente incorporada por parte significativa das pessoas que lá vivem e trabalham, no modo de negociar e de estar naquele pedaço de mundo – conforme pude investigar e resgatar ao longo deste capítulo e mesmo de pesquisas anteriores (cf. Sá, 2011) –, encontrei no termo “filhos das feiras” um modo de chamar pessoas que, como Dorival, possuem tais tipos de negócios no agreste das confecções. É com este termo que sigo adiante tratando dos personagens que compõem esta trama, na condição caracterizada no parágrafo anterior.

Acredito que com este termo posso pensar tais proprietários como herdeiros e, ao mesmo tempo, construtores de uma história coletiva local que rasga adentro este novo milênio – e assim se configura num contexto específico que os localiza e singulariza, no contexto mais amplo do capitalismo contemporâneo e de muitas outras atividades que nele se desenraizaram. Além disso, “filhos das feiras” me permite a suspensão e o distanciamento daquela polarização, ao menos em termos de orientação da pesquisa, ao seguir no rumo dos próximos movimentos desta tese.

Neles pretendo argumentar sobre como se dá e o que caracteriza distinções e similaridades objetivas e simbólicas entre os diversos tipos de filhos das feiras, bem como tais personagens constituíram e seguem sendo constituídos pela outra estenografia que compõe o título desta tese, o campo de negócios agreste. Deste modo, poderá ser visto que tal campo de negócios se estrutura por meio da diferenciação progressiva que alguns dos filhos das feiras tendem a apresentar em relação a outros com os quais, ao mesmo tempo, permanecem apresentando certos traços comuns.

Se em meados do século passado, no espaço simbólico local não existia a figura do grande proprietário de negócio de produção e comercialização de confecções, hoje esta não somente existe como apresenta signos distintivos que a destaca no agreste das confecções. Seu par neste processo de diferenciação é o tipo de negócio possuído e as diferenças objetivas e simbólicas deste para os outros milhares, que também podem ter seus proprietários distinguidos ou assemelhados entre si.

Capítulo 3. Os filhos das feiras e o campo de negócios agreste

Cada ato de produção e comercialização de confecções no Agreste é, como qualquer prática, produto do encontro entre duas histórias, uma história incorporada na forma de disposições e uma história objetificada no campo de negócios agreste. (A partir de Bourdieu em “Por uma sociologia da ciência”)

Praticamente obscura – porque situada abaixo do dualismo do sujeito e do objeto, da atividade e da passividade, dos meios e dos fins, do determinismo e da liberdade –, a relação do habitus ao campo, na qual o habitus se determina determinando o que o determina, é um cálculo sem calculador, uma ação intencional sem intenção, da qual se tem muita comprovação empírica. (Bourdieu, 2005b: 54)

Não posso dizer que Dorival seja um típico feirante. O sotaque que traz como herança de sua socialização primária em São Paulo e a formação universitária em administração se fazem presentes no modo como fala do seu negócio, de como montou uma planilha para estimar seus custos, do seu desejo de vir a ter uma loja da fábrica e, assim como alguns dos seus colegas de Rodada de Negócios, vender seus produtos por um preço mais elevado, diferenciado do que ele pratica no banco de feira. Entretanto, ele se fez feirante em sua adolescência, no começo de sua vida adulta e assim também segue de algum modo e medida até hoje. Como me disse, acredita falar e negociar “no popular”, como eles.

Aos meus olhos, a pujança da instituição “feira de rua” na região também gerou e abrigou personagens como ele que, mesmo não tendo vivenciado socialização primária nela, tiveram-na como decisivo espaço de socialização secundária. Afinal, é por meio da vivência do cotidiano de feira que se incorpora o modo de conviver e de atuar característico a esta instituição de força incontestada no devir local¹⁰². Acredito que este tipo de feira, na história agrestina, possa ser pensado como mãe e contemporânea, passado e presente, fio condutor da vida de milhares dos seus habitantes (como já apontei em investigação anterior, cf. Sá, 2011). Para o meu interesse específico aqui, daqueles que hoje lá possuem negócios de produção e comercialização de confecções. Em particular, a versão “para confecções” da feira de rua local, a Feira da Sulanca, hoje está fisicamente encravada nas cidades-eixo (2.2) e disposicionalmente nos seus filhos

¹⁰² Para inspirar a vinculação de instituições e práticas sociais de gente como Dorival, via instrumento teórico bourdieusiano (*habitus*), creio ser pertinente o que coloca Taylor (2000: 194-5): “As instituições são de modo geral o lócus de regras ou normas expressas. As regras, todavia, não são auto-interpretantes. Sem haver um sentido daquilo de que tratam, e uma afinidade com seu espírito, permanecem letra morta ou se tornam, na prática, travestis. Esse sentido e essa afinidade só podem existir onde existem em nossa compreensão não formulada, corporificada. Elas estão no domínio do habitus, que ‘comme sens pratique opere la réactivation du sens objectivé dans les institutions’”.

que compõem o campo de negócios agreste – o microcosmo social de relações objetivas e simbólicas que constitui e é constituído pelo agreste das confecções.

Deste modo, sinto-me confortável em chamar não somente Dorival, mas também demais pessoas que tiveram sua socialização primária ou secundária marcada por esta vivência na feira, como mais um dos seus filhos. Mesmo que hoje alguns destes proprietários circulem por outros mercados, ao fazê-lo, levam consigo a herança da feira de rua como espaço de criação cultural coletiva e informal de regras sociais de convivência econômica. Ou seja, a feira-mãe é *locus* de aprendizado cultural e concorrência *sui generis* que se projeta nas disposições incorporadas pelos mais diversos proprietários de negócios. Deste modo, a feira é tomada aqui como matriz decisiva à trajetória local, e assim se faz disposicionalmente presente em tais pessoas e nos seus negócios. Estes últimos foram expandidos e consolidados em seu conjunto de modo significativo ao longo das últimas décadas, como visto no capítulo anterior, ao ponto de possibilitar a construção teórico-empírica do campo de negócios agreste.

Em sociologia bourdiesiana, o trabalho empírico e comparativo somente faz sentido se articulado com um esforço compreensivo-explicativo do pesquisador. Aqui, este esforço se direciona a este conjunto de agentes, que incorporaram disposições socioculturais e econômicas historicamente localizadas e assim constituem um campo específico. Procura-se costurar, por meio das posições ocupadas por cada um desses agentes e em comparativo aos demais, a teia de relações sociais objetivas e simbólicas, ao mesmo tempo em que se explicita o mais característico à posição ocupada por cada um deles (3.2.4). Afinal, mesmo que possam ser vistos como aparentemente incomparáveis, estão envolvidos no mesmo campo (Bourdieu, 2006b: 70). Em comum entre todos eles, uma atividade, um jogo que necessita de cumplicidade para ser disputado. Neste há semelhanças e diferenças entre ganhadores e perdedores, entre dominantes e dominados posicionados num determinado espaço social – aqui elaborado em termos construtivistas e relacionais, inspirado e orientado por tal noção bourdiesiana.

Vale a pena lembrar que o próprio Bourdieu (2005b [1997], 2006b) se dedicou a investigações nas quais elaborou objetos de pesquisa como campos econômicos. Muito embora tenha enfatizado as empresas como agentes do campo, não deixou de tratar em ambos do “*habitus* econômico”. Ao considerar as especificidades históricas do contexto agrestino (Calhoun, 1993), em particular (a) seu caráter periférico, (b) sua constituição

recente (cf. capítulo dois), (c) a trajetória da conformação de um campo de negócios de confecções neste e (d) a simbiose que se nele se dá entre a história coletiva local, os proprietários e seus negócios, aqui se procura enfatizar a condição dos proprietários como agentes. Tem-se em mente que são eles os herdeiros do *habitus* feirante (3.1.1), assim incorporam a história a partir da qual tais negócios são gerados e seguem sendo decisivos aos rumos do campo neste estágio – em particular quando consideramos o traço de pessoalização das relações sociais locais (cf. 2.1.4).

Além disso, é válido recuperar que para Bourdieu as práticas econômicas são práticas sociais e deste modo precisam ser estudadas já que a economia não é algo isolado, independente da vida social ou da cultura dos seus indivíduos, muito pelo contrário, “o mundo social se encontra totalmente presente em cada ação ‘econômica’” (Bourdieu, 2006b: 15). Autores como Swedberg (2011) destacaram ser sua atenção à dimensão sociocultural da economia, em particular como elemento decisivo à configuração de um campo econômico específico, a grande contribuição do autor francês à sociologia econômica. Pesquisas que desenvolveu na área “mostram que tudo o que a ortodoxia econômica considera como um puro dado, a oferta, a demanda, o mercado, é o produto de uma construção social, é um tipo de artefato histórico, do qual somente a história pode dar conta” (Bourdieu, 2005b: 17) e foram fruto de uma tentativa de “construir uma definição realista da racionalidade econômica como encontro entre disposições socialmente constituídas (em relação a um campo) e as estruturas, elas mesmas socialmente constituídas, deste campo” (23).

Diante do que foi elaborado até aqui, me é possível argumentar que o campo de negócios agreste abriga feixes de forças socioculturais que, por um lado, o singularizam em termos de origem e trajetória histórica vinculada a um contexto (cuja gênese se procurou reconstruir no capítulo dois), por outro, o impulsionam no sentido do capitalismo contemporâneo, de sua cultura de negócios e de práticas de *management* globalmente disseminadas e já amplamente estudadas (cf. Boltanski e Chiapello, 2009). A partir deste último, significativo montante da produção industrial – que se tornou, ao longo dos séculos passados, marca de seus países centrais – passa a ser secundarizada. Deslocada para a margem do sistema, chega ao alcance das mãos de populações periféricas. A partir do outro polo, a instituição feira de rua agrestina, conformada por pessoas que passaram a produzir o que mais nela se passou a vender nas últimas décadas, se reconfigura em função da atividade que lhe passou a ser capital.

Há de se pontuar a ampliação do mercado para este tipo de produto no Brasil. Revendedores e compradores, também periféricos, de confecções que estariam ao alcance de suas vendas e dos seus recursos econômicos limitados respectivamente. O segundo conjunto, cada vez mais composto por pessoas de baixa renda e em particular por aquelas contempladas nos últimos anos pelas políticas afirmativas governamentais (bolsa escola, bolsa família, etc.) e/ou pelo crescimento econômico nacional, e que passam a ser vistas como potenciais consumidores. Entretanto, necessitando de um produto que seja condizente com sua condição socioeconômica, que caia bem em seu corpo e caiba do mesmo modo no seu bolso, mesmo que este somente seja capaz de atender a um nível de exigência menor do que os consumidores dos grandes magazines e *shopping centers* apresentam.

A lacuna de políticas públicas efetivas de educação, geração de emprego e renda para uma região de histórico como o Agreste, também teve seu impacto na evolução do fenômeno. Entregues à aridez agrestina, uma massa popular se projetou naquele cenário por meio das feiras de rua e da produção doméstica em série. Mas não somente elas, outros membros melhor posicionados naquela hierarquia social, não tão complexa como em sociedades altamente diferenciadas (como a que foi objeto do maior volume de estudos conduzidos por Bourdieu), também se aperceberam das oportunidades abertas pelo *boom* das confecções na região. Ou seja, recorrendo às palavras de Bourdieu (2014: 70), um “campo está sujeito a *pressões* (exteriores) e é habitado por *tensões*, entendidas como forças que agem de modo a afastar, a separar as partes constitutivas de um corpo”.

Uma vez que tal percurso histórico foi reelaborado, não somente sob o impacto do que foi acima pincelado, mas sim de feixes das mais diversas forças além daquelas que me propus esmiuçar no capítulo anterior, é possível lançar um olhar, orientado pela noção bourdiesiana de campo, aos agentes herdeiros contemporâneos da sociedade, da cultura e da economia agrestina. Um contexto que tanto gerou e nutriu uma atividade produtiva-comercial que lhes é comum, quanto permite aos seus agentes serem tratados como um conjunto, mesmo lá ocupando posições diferentes. Afinal, todos aqueles que possuem um negócio de produção e comercialização no agreste das confecções, de algum modo e medida, tomam parte tanto desta história coletiva contemporânea mais ampla quanto constituem o campo de negócios agreste.

A partir disso, neste capítulo é feito duplo movimento. No primeiro, elabora-se sobre os modos de incorporação cultural que podem ser observados nos filhos das feiras (3.1). No segundo, é construído o campo de negócios agreste a partir da comparação entre tais filhos, seus negócios e as posições que ocupam no referido campo (3.2). Ambos são indissociáveis uma vez que “os agentes criam o espaço, isto é, o campo econômico, que só existe pelos agentes que se encontram nele e que deformam o espaço na sua vizinhança, conferindo-lhe uma certa estrutura” (Bourdieu, 2005b [1997]: 23).

3.1 Modos de incorporação cultural dos filhos das feiras

“grande parte da ação humana só ocorre na medida em que o agente se compreende como parte integrante de um ‘nós’ e como tal se constitui a si mesmo” (Charles Taylor)

Antes de tratar diretamente dos aspectos disposicionais destacados e incorporados pelos filhos das feiras, faço aqui um breve movimento que me serve de abertura ao que se segue neste tópico.

Parte dos sentidos atribuídos e compreendidos em nossas ações decorre de processos elaborativos do qual participaram e/ou participam outras pessoas. Com os filhos das feiras não poderia ser diferente. Como procurei expor até aqui, no que fazem eles hoje há muito de heranças geracionais, enfrentamento e modificação das tradições coletivas nas quais se inserem, enfim, das condições históricas locais e globais que constroem e possibilitam a agência humana cotidiana nos negócios de confecções agrestinas – tudo isso em meio ao que o termo “cultura” pode vir a inscrever.

Muito do que acredito ser pertinente tratar sobre tais personagens históricos aos quais me dedico nesta tese vai ao encontro do argumento de Charles Taylor (2000 [1995]) em “Seguir uma regra”¹⁰³. Com este posso dizer que os filhos das feiras agem (e assim se constituem) por meio de “compreensões incorporadas”, ambientadas na coletividade da qual tomam parte e que tem como “pano de fundo” local a institucionalização da prática do comércio de feira de rua – em particular em sua versão “para confecções”.

¹⁰³ Todas as citações neste tópico apenas acompanhadas do(s) número(s) de página(s) se referem a este texto. Algumas paráfrases que elabore a partir do referido texto, em função dos meus interesses argumentativos, são seguidas também do número da página do original.

Ver que nossa compreensão reside sobretudo em nossas práticas envolve atribuir um papel incontornável ao pano de fundo. [...] Mas isso põe o papel do corpo sob nova ótica. *Nosso corpo não é só o executante das metas que concebemos, nem o mero lócus de fatores causais que nos moldam as representações. Nossa compreensão mesma é corporificada.* [...] Em anos recentes, Pierre Bourdieu cunhou um termo para captar esse nível de compreensão social, ‘*habitus*’. Esse é um dos termos-chave de que precisamos para oferecer um relato da compreensão de pano de fundo acima invocada. (185-6 grifos meus)

Além desta última utilidade apontada no instrumento teórico bourdiesiano, o filósofo canadense acredita que a noção é “relevante e potencialmente produtiva” para o desenvolvimento das consequências científicas do que chama de “compreensão corporificada” (190).

Bourdieu explorou a maneira como a compreensão corporificada pode surgir e funcionar em nossa vida, ao lado das instituições que nos definem a existência social. Assim, ele também recorre a uma descrição muitíssimo parecida com aquela que eu atribuiria a Wittgenstein. Regras expressas só podem funcionar em nossa vida ao lado de um sentido inarticulado codificado no corpo. É esse *habitus* que ‘ativa’ as regras. (195)

Ou seja, Taylor (189) associa ao *habitus* bourdiesiano (cf. 1.3.2) a compreensão corporificada, que abriga a compreensão de “pano de fundo” e é a base da capacidade de pessoas como os filhos das feiras para apreender instruções, agir conforme orientações, atender normas de conduta tácitas, enfim, “seguir uma regra” em sentido amplo. No caso dos meus personagens, muito prevalecem regras e normas informais coletivamente praticadas pelas ruas das feiras, afinal, a compreensão corporificada existe não apenas num deles enquanto agente individual, mas também como “co-agente de ações comuns. Esse é o sentido que podemos dar à afirmação de Wittgenstein segundo a qual obedecer a uma regra é uma prática. Ele designa com isso uma prática social” (189).

Um filho da feira dotado de sabedoria prática é menos marcado pela capacidade de formular regras (a serem articuladas em proferimentos ou mesmo por escrito) do que pela capacidade de saber como agir em cada situação particular com a qual se defronta naquele contexto (193). Para Taylor, esta compreensão social incorporada por meio das práticas, associada à noção bourdiesiana de *habitus*, pode ser “base de novas articulações” (190).

Ao pensar com ele sobre os meus personagens e o que incorporam, o sentido do comércio de feira de rua é algo incontornável. A prática social deste existe para dar às ações dos filhos das feiras o significado que elas têm (190).

Uma regra só existe nas práticas que anima, e não requer e pode não ter nenhuma formulação expressa. Como pode ser isso? Somente por meio de nossa compreensão corporificada. É a isso que Bourdieu tenta chegar com a noção de *habitus*. Trata-se de um ‘sistema de disposições duradouras e transponíveis’, disposições de comportamento corporal, agir, postar-se ou gesticular de uma certa maneira. Uma disposição corporal é um *habitus* quando codifica uma certa compreensão cultural. Nesse sentido, o *habitus* sempre exhibe uma dimensão expressiva. Ele dá expressão a certos significados que as coisas e as pessoas têm para nós, e é precisamente ao dar essa expressão que faz esses significados existirem. As crianças são induzidas a entrar numa cultura, são-lhes ensinados os significados que constituem essa cultura, em parte por meio da inculcação do *habitus* apropriado. (194)

Ou seja, incorporar hábitos e costumes não significa simples automatismo, mas sim colocar em prática de modo inarticulado (em termos racionais) o *habitus* que orienta a prática costumeira de um indivíduo e que lhe foi “inculcado” em meio à coletividade a qual pertence e na qual foi socializado. Trata-se então de aprendizado cultural corporificado e praticado ao se seguir um costume a partir do qual se tornam possíveis as “novas articulações” e as mudanças decorrentes “uma vez que levemos em conta a maneira pela qual *as regras são transformadas por meio da prática*” (193).

A relação entre regra e prática é como a que existe entre a *langue* e a *parole* de Saussure: a segunda só é possível por causa da preexistência da primeira, mas ao mesmo tempo os atos de *parole* são aquilo que mantém a existência da *langue*. Eles a renovam, ao tempo em que a alteram. Logo, sua relação é recíproca. [...] Com efeito, **o que essa reciprocidade mostra é que a ‘regra’ reside essencialmente na prática.** (193, grifos meus em negrito)

É por meio da tensão que se dá entre a manutenção prática de uma regra (aqui também entendida como uma prática cultural transmitida geracionalmente e assim tomada como um costume ou tradição) e a sua transformação (que também se dá nas práticas sociais e se mostram por meio dos diferentes modos de incorporação cultural) que emergem novas articulações por entre e por meio de indivíduos atuantes num mesmo contexto, como é o caso dos filhos das feiras no agreste das confecções. Estes modos são frutos de variações das “compreensões incorporadas” num mesmo “pano de fundo”, nos termos de Taylor (inspirado por Wittgenstein). Ou seja, de um processo de

diferenciação social que se articula a partir de história e coletividade na qual são compartilhadas comunalidades, sem que isso implique obrigatoriamente em reprodução pura e simples, muito pelo contrário.

Pensando meus personagens a partir do que pude ler em Taylor e Bourdieu, na base de práticas e modos por meio dos quais a história e a cultura coletiva local são incorporadas cotidianamente penso estar o *habitus* feirante (sobre o qual discorro a seguir). É deste que emergem as variações disposicionais que podem ser observadas entre aqueles que, ao se projetarem num determinado sentido, constituem o campo de negócios agreste ao se constituírem como seus agentes.

3.1.1 Um *habitus* comum?

“O agente social, na medida em que é dotado de um habitus, é um individual coletivo ou um coletivo individualizado, pelo fato da incorporação. O individual, o subjetivo, é social, coletivo. O habitus é subjetividade socializada, transcendental histórico, cujas categorias de percepção e de apreciação (os sistemas de preferência) são o produto da história coletiva e individual.” (Bourdieu: 2005b: 47)

Se ao longo da primeira metade do século passado, o Agreste era uma região na qual parte significativa de seus habitantes vivia do trabalho com a terra, isso mudou com as condições que se configuraram a partir dos anos cinquenta. Elas possibilitaram tanto o germinar da atividade de confecções em Santa Cruz quanto sua conseqüente massificação. Se no início foi ocupação predominante e pouco valorizada de mulheres e crianças de famílias pobres, como foi possível ver no capítulo anterior, ao longo das últimas décadas envolveu progressivamente um contingente mais amplo de pessoas. Parte delas se projetou de diferenciados modos por meio da confecção de negócios próprios.

Os traços históricos coletivos locais anteriormente abordados tanto foram decisivos à emergência de tal atividade quanto do *habitus* feirante. Este é o modo como, a partir desta noção bourdiesiana, me é possível pensar o conjunto de disposições que creio ser recorrente entre seus ancestrais e plenamente herdado ou parcialmente incorporado pelos filhos das feiras em sua infância, por meio do trabalho na adolescência ou mesmo no início da vida adulta. Ou seja, dentre as diferentes disposições observadas nos filhos das feiras há algo que os aproxima originalmente e que antecede a configuração do campo de negócios agreste.

O *habitus* feirante seria como um ancestral comum, porém ainda contemporâneo, que permite aos filhos serem elaborados deste modo, para além das diferenças entre suas trajetórias, perfis atuais e tipos de negócios que possuem, enfim, do modo como se projetaram neste campo. Todos passaram e muitos outros ainda hoje circulam pelas ruas das feiras do Agreste. Compartilham disposições adquiridas na socialização vivida por entre elas. Lá experimentaram ou ainda experimentam seus sabores e dissabores.

Deste modo, a feira de rua pode ser vista como um cosmo no qual diversas práticas sociais são reproduzidas, compartilhadas, adaptadas e/ou modificadas. Lócus de cenas não ensaiadas ou pré-definidas por um *script*, de estratégias e espontaneidade, de solidariedade e competição colocadas em prática simultaneamente, por pessoas que possuem o sentido daquele jogo incorporado. O que então estaria “por trás”, orquestrando as ações atribuídas e associadas à condição de feirante? Ou a partir do termo bourdiesiano, como é possível caracterizar este *habitus*?

A noção de *habitus* (1.2.2) já me havia servido como ferramenta teórica capaz de orientar o esforço compreensivo-expositivo da lógica prática de personagens como os feirantes. Em trabalho anterior tive a oportunidade de registrar um tanto do muito que vivenciei e interpretei *in loco*, deambulando por entre as ruas da principal feira de rua da região, a Feira de Caruaru, munido desta ferramenta bourdiesiana (cf. Sá, 2011). A partir daquele aprendizado, procuro caracterizar o que hoje vejo como imagens de práticas relativas ao *habitus* feirante e os principais traços que identifico neste tipo de pai-contemporâneo dos filhos das feiras.

Lá na feira, tal *habitus* é compartilhado em plena rua, quando se diz “chegue freguesa, que lhe faço um desconto”. Ou então quando se grita: “eita que a macaxeira hoje tá boa demais! Pague dois quilos e leve três!” Se mostra por meio de um pequenino menino que, em pé em cima do banco, anuncia imitando como fazem os adultos: “oito laranjas por um real, quem vai levar, quem vai!” Quando se procura atrair clientela e vender “no grito”, pela oferta vociferada da mercadoria a quem passa, ou se recorre a modos de agradar e manter a freguesia, guardando sua bolsa pesada enquanto ela continua suas compras, ou mesmo separando-lhe um melhor pedaço do bode. Está na habilidade com que se arruma, se coloca o maço de notas de dinheiro no bolso e no jeito como se puxa dele as necessárias ao troco. Ao se ensinar aos filhos que “o apurado não é lucro” ou a embalar bem direitinho a bandeja de ovos que a Dona Maria acabou de

comprar. Tudo isso é vivido e apreendido por meio de um sem número de práticas que se dão naqueles dias de feira – práticas que fazem a cabeça e se inscrevem no corpo de quem cresceu, negociou ou ainda negocia por lá desde muito tempo atrás.

Do mesmo modo que pode e tende a apresentar uma visão tacanha de negócio, na qual recorrentemente se procura comprar algo pelo valor mais baixo possível e revendê-lo alcançando o maior preço, o feirante típico também é capaz de estabelecer relações de solidariedade com o vizinho de banco ou barraca. Cuida e vende por ele seus produtos, quando este precisa se ausentar do banco, empresta-lhe algo quando necessário. Além disso, contabiliza de cabeça custos e vendas, desenvolve uma habilidade mais intuitiva e menos precisa que a convencional para o cálculo monetário. Elabora tais cálculos de modo que lhe é bastante próprio, porque também se dá em sintonia com as regras informais (e.g., de precificação e desconto) lá praticadas e que compõem um tipo de “matemática da feira”. Para sobreviver e prosperar, demonstra em suas práticas que “o importante é vender”, mas ao mesmo tempo, tem clareza até onde pode ir na hora da barganha com o cliente para não “quebrar”. Tudo isso muito me lembra Bourdieu (2006b: 35) quando diz que:

o ‘sujeito’ das acções económicas não tem nada a ver com a pura consciência sem passado da teoria ortodoxa e que, muito profundamente enraizado no passado individual e colectivo, através das disposições de que são responsáveis, as estratégias económicas estão a maior parte das vezes integradas num sistema complexo de estratégias de reprodução, portanto cheias de toda a história que elas visam perpetuar.

Por meio de tal história e cotidiano agrestino compartilha-se um *habitus* entre aqueles que habitualmente estão fazendo a feira e têm sua atividade nela como principal fonte de renda e experiência de trabalho. Ele se mostra no jeito de feirante visto como “desenrolado”, de quem tem convicção de que saberá como improvisar em situações não esperadas, que assim vai se virar do melhor modo possível por lá. Naquelas ruas, o cliente não decide “entrar na loja”, é preciso que o comerciante apresente artifícios para atrair a atenção das pessoas para seus produtos, demonstre alguma astúcia para abordar o potencial cliente de feira (algo que se dá de modo diferente do comércio convencional). É assim que muitos procuram brincar com o público, soltar uma graça, diferenciar a apresentação do que é exposto no seu banco. Também se procura usar de criatividade, afinal se está cercado de pessoas que oferecem produtos iguais ou

semelhantes aos seus. Numa feira dividida por setores como a de Caruaru, o seu competidor direto está no banco do lado. Entretanto, para que se mantenham as boas relações sociais que também constituem a feira, enquanto se tenta ter êxito naquele tipo de comércio, é muito comum que se estabeleça um convívio amistoso com o vizinho, um “irmão de feira”, como é possível por lá escutar.

Além de tudo isso e bem como no sítio, onde parte deles foi criada, os feirantes têm o hábito de acordar quando “o sol se levanta”, principalmente em dia de feira. Lá se tenta vender desde cedo. Tudo começa antes do horário do comércio convencional, já estão todos bem acordados enquanto muitos sequer tomaram café da manhã...

Aqueles que compartilham o *habitus* feirante trazem em si tais regras informais criadas e praticadas coletivamente inscritas em seu corpo. Sabem identificar outros que a tem do mesmo modo (ou não), reconhecem a diferença entre os tipos de clientes e atribuem maior ou menor importância a cada um deles. Afinal, quão mais tiverem o sentido daquele jogo incorporado mais aptos estarão para atuar neste campo. Também nele, é a “lógica da prática” que serve de guia. Afinal, suas práticas “livres” precisam se dar conforme tais regras ali mesmo criadas e reproduzidas. Deste modo é adquirido o sentido prático do comércio de rua. O exercício desta atividade ao longo dos tempos desenvolveu na população local uma cultura do cálculo econômico e do sentido do jogo dos negócios neste tipo de contexto. Um aprendizado matemático coletivo foi compartilhado pelas ruas das feiras ao longo da história local. Assim se “alfabetizou” muita gente, de modo mais marcante que a escola pôde fazer.

O *habitus* feirante orienta a ação de pessoas que, por conta própria ou com a ajuda de familiares e amigos, se viram nas margens do mercado de trabalho “formal”, para o qual muitos não foram preparados. Encontram, reproduzem e elaboram na feira os (des)caminhos de quem não tem uma profissão¹⁰⁴ ou uma escolaridade completa que lhe seja útil e permita a obtenção de um emprego qualificado. Ou então de pessoas que se conformaram com ou “se fizeram” na feira. Enfim, quer seja por opção ou por falta dela, atuam no mesmo contexto, compartilham discursos do senso comum que justificam tal condição, bem como as práticas a esta vinculadas – nos termos bourdieusianos, as disposições relativas ao mesmo *habitus*.

¹⁰⁴ Aqui entendida como habilitação para o desempenho de atividade específica formalizada e geralmente certificada por meio de diplomas. Quem a possui pode vir a obter remuneração diferenciada pela execução daquele trabalho qualificado específico.

Isto posto, o que dizer sobre a hipótese de um *habitus* comum aos filhos das feiras? O que me é possível aqui argumentar com segurança é sobre o *habitus* feirante como origem comum das disposições que caracterizam tais filhos. Se, por um lado, é evidente o quão do comércio de feira de rua ainda hoje é marcante em quem atua no campo de negócios específico em questão, por outro, é possível observar que no agreste das confecções, ao longo das últimas décadas, está em curso um processo de diferenciação a partir daquele contexto e do seu correspondente *habitus* – aqui enquanto *sistema coerente de disposições*.

Assim sendo, parte significativa das disposições que hoje estão “por trás” das práticas dos filhos das feiras são decorrentes de socializações primária e/ou secundária fortemente embebidas naquele contexto (2.1.2). Foi associando-se a este que famílias de raízes rurais passaram a enfrentar o desafio da vida e/ou atividade urbana de fabricação e comercialização de confecções em série. Para vencê-lo, fez-se necessário desenvolver sua dimensão estratégica, envolver e educar seus filhos neste outro sistema produtivo doméstico (não agropecuário) orquestrado no seio do lar (2.1.3) e comercializar a produção por meio da feira-mãe. Aos meus olhos, este traço mais marcante da história coletiva local, que se reflete no *habitus* feirante e nos complexos disposicionais dos filhos das feiras, também está associado aos fluxos e intercâmbios de gente, produtos e práticas com os centros urbanos nacionais em pleno crescimento, entre os anos cinquenta e oitenta do século passado. É neste ir e vir que também se modifica a herança rural e interiorana (2.1.4), assim fazendo emergir modos híbridos de agir e se relacionar, em termos socioculturais e comerciais, nas feiras de rua que então surgiram especificamente para o comércio da produção de confecções regional (2.2).

História social incorporada, o conjunto de disposições compartilhadas por indivíduos, que massificaram os negócios de confecções a partir dos anos setenta, começa a ser modificado pelas semelhanças e diferenças nos rumos que as trajetórias individuais tomam ao longo deste percurso coletivo. Deste modo, se foi possível observar um *habitus* feirante como ancestral comum ainda contemporâneo, será que esta possibilidade (de um *habitus* comum) persiste entre os filhos das feiras, a partir do final do século passado? Mesmo tendo uma herança disposicional que apresenta traços gerais comuns como os recuperados acima, ao sabor de como e do quanto de si cada um investiu nos negócios criados, tais indivíduos têm suas disposições mantidas e modificadas em diferentes intensidades e sentidos. Repito, uns mais, outros menos.

Assim, ao mesmo tempo em que mantêm similaridades com aquela origem histórica comum, distinguem-se entre si (e de como agiam alguns anos atrás) nos termos configurados neste novo milênio em pleno agreste das confecções.

Deste modo me é possível observar um processo de diferenciação sociocultural, para além do econômico também em curso, em particular no que se refere aos proprietários e aos negócios de produção e comercialização de confecções. Neste, por meio das heranças do *habitus* feirante são mantidos alguns daqueles traços históricos, comuns à coletividade local, inscritos nos corpos dos seus agentes contemporâneos e no modo como colocam em prática o sentido do jogo nos negócios em confecção – o que acredito permitir dizê-los filhos das feiras. Ao mesmo tempo, segue-se neste curso a distinção objetiva e simbólica entre eles – associada aos rumos tomados pelos negócios que possuem e pela posição ocupada no campo de negócios agreste. Muito fica do aprendizado socializado no contexto de feira de rua e incorporado por meio do *habitus* feirante. Entretanto, como e em que medida se assemelham e se diferenciam da origem comum, ao seguir os rumos que seguem nos negócios, é o que pretendo tratar nos tópicos seguintes.

3.1.2 Manter e modificar a feira em si

Duas forças antagônicas e coexistentes neste processo de diferenciação em curso são a manutenção e a modificação das heranças disposicionais das feiras de rua – em particular, da sua versão específica para a comercialização das confecções, as feiras da sulanca da região. (1) Manter tais heranças mais próximas ao *habitus* feirante, (2) modificá-las no sentido de uma adaptação aos desafios impostos pela dinâmica de mercado contemporânea (para a qual parte dos filhos das feiras se projeta), ou (3) se esforçar em desvincular-se delas, assim tentando demarcar uma distância entre sua condição atual e a “daquele povo”, estas são as três principais tendências que puderam ser observadas nesta investigação.

O modo de observar as possibilidades de uma atividade, e mesmo de se projetar em seu sentido, pode ser relacionado às práticas exitosas acessíveis. Por se fazerem presentes no contexto de atuação dos filhos das feiras, tais práticas estavam ao alcance dos seus olhos e da capacidade disposicional para vê-las. Em especial, daquela relacionada ao vislumbre, iniciativa e condução de uma atividade econômica específica,

de pouca complexidade inicial, como a produção doméstica de confecções. Observar o que está “dando certo” na feira, imitar e/ou aperfeiçoar aquele negócio, além de ser prática bastante comum e recorrente neste tipo de contexto, é um modo de reproduzi-lo ou recriá-lo em iniciativas individuais ou familiares. Foi assim que os filhos das feiras incrementaram ao *habitus* feirante, mais ou menos a depender de cada caso, uma disposição para a coordenação de atividades produtivas de confecção em série – creio ser este um dos aspectos mais elementares da distinção entre eles. Algo que pode ser visto no que me disse Ionaldo, ao resgatar sua origem como fabricante nos anos oitenta:

Não foi governo, não foi ninguém que veio incentivar a gente não. Foi cada um [...]. Eu vi Fulano [um cunhado] desenvolvendo naquele mesmo ramo, então existia a possibilidade d’eu entrar né, quer dizer, foi assim que nossa região cresceu. Um vendo o outro, e se perguntando ‘por que eu num posso seguir?’ E como o mercado existe pra todo mundo, tudo isso cresceu. Cresceu de um jeito que eu não posso nem te explicar. Porque eu fazia feira fora, como eu falei pra você, e quando eu comecei a fabricar a gente também já tinha a feira livre aqui.

Este depoimento serve para ilustrar o modo como um filho da feira incrementou o *habitus* feirante ao se projetar, por meio da própria feira, como produtor de confecções. Uma vez que este tipo de negócio começa e segue a acontecer também em pleno espaço público, é lógico e esperado o surgimento de novos adeptos-herdeiros da mesma história coletiva, criaturas e criadores daquele mesmo *habitat*. É ao inserir-se nele que desenvolvem a capacidade de atuar estrategicamente nos seus termos e, ao mesmo tempo, o modificam coletivamente. Mesmo se não elaborada de modo compreensivo-discursivo, tal capacidade os orienta na prática cotidiana. Ao menos foi assim que me pareceu ter se dado com Ionaldo.

De modo semelhante podem ser lidas as palavras de Tadeu sobre “a sulanca”. Para ele, mesmo quando surgem grandes adversidades à continuidade do negócio, sempre é possível encontrar “uma brechinha”. “Na realidade, a sulanca tem todas as brechas [para a pessoa se recuperar]. Nem a mãe faz isso. Tudo tem brecha, você pode ‘quebrar’ dez vezes mas tá lá, sempre tem uma oportunidade para você”¹⁰⁵.

Entretanto, a partir de um depoimento como este é possível pensar que tais oportunidades somente podem existir para quem for capaz de enxergá-las e estiver em

¹⁰⁵ Interessante aqui recuperar o que me disse Rodrigo (cf. tópico 2.2.1), sobre Santa Cruz e a sulanca: “Santa Cruz é uma mãe, né? Todo mundo vem vender e todo mundo sobrevive dessa região aqui, né? E assim vai. [...] Eu costumo dizer que Santa Cruz é uma ‘galinha de pintinhos’. Aí ela diz ‘batendo as asas’: ‘chegue meu filho, abre as asas e chegue pra cá!’”.

condições de aproveitá-las. Para isso, acredito ser preciso ter incorporado o “sentido do jogo” da feira em suas práticas. Vislumbrar brechas nela pode ser um tanto óbvio para quem bem conhece sua dinâmica e é seu portador, tem sua “cultura tornada natureza, ou seja, incorporada, quase feita corpo” (Bourdieu, 2007b: 179), mas seria possível dizer o mesmo quando se pensa em pessoas que não bem conhecem seus “caminhos”, não incorporaram suas regras ou o seu modo de negociar? Não creio. O êxito ou o fracasso do negócio pode ser associado a um primeiro motivo aí, uma vez que:

A observação mostra que, mesmo neste universo onde os meios e os fins da ação e a sua relação são elevados a um alto grau de explicitação, os agentes orientam-se em função de intuições e antecipações do sentido prático, que deixa muitas vezes o essencial no estado implícito e que empenha, sobre a base da experiência adquirida na prática, nas estratégias ‘práticas’, no duplo sentido de implícitas, não teóricas, e de cómodas, adaptadas às exigências e às urgências da ação. (Bourdieu, 2006b: 23)

Um segundo motivo pode ser relacionado aos laços sociais aos quais se é possível recorrer quando necessário, numa situação extrema como a eminente “quebra do negócio”. O que disse o próprio Tadeu me é bem útil aqui: “Eu mesmo já ‘quebrei’ umas dez vezes, só que assim, eu só faço mesmo é trincar. Trinco, mas não quebro, porque tudo tem um jogo de cintura na vida. Eu só digo uma coisa a você, a melhor coisa que tem na vida é amizade”.

Tadeu ilustrou-me isso contando uma história de quando “quebrou” e o gerente da loja, na qual já devia um bom montante em compras de malhas a prazo, o ajudou. Mesmo sem estar pagando as dívidas das compras anteriores, lá continuou a comprar fiado. Disse-me que o gerente nunca o deixou sem malha para confeccionar. Quando chegou na loja para conversar com ele sobre o débito, recebeu a seguinte orientação: “você vai abrir uma conta, um cadastro para sua esposa e vai comprar no nome dela e deixe seus cheques voltarem. A fábrica vai querer os juros, mas eu não vou lhe cobrar isso não”. E assim ele lá continuou comprando malhas, inclusive com cheques de seus clientes. Além de pagar a dívida antiga, conseguiu se recuperar nos negócios, se reerguer com a ajuda do gerente-amigo. Aos seus olhos, “nessa região da gente tem uma grande vantagem: o povo sempre vende as coisas dando prazo para você ir pagando. Isso por questão de amizade, de conhecimento da família [...] o negócio é a palavra do cara, você ter um bom nome na praça”. Em situações como esta é recorrente o recurso a parentes e conhecidos tidos ou tomados como amigos.

Se práticas como estas são comuns e ainda hoje se fazem presentes na dinâmica econômica caudatária das feiras agrestinas, outras precisaram emergir a partir da projeção de alguns dos seus filhos para outros mercados, ou da adaptação e incorporação local de práticas externas, referentes à dinâmica mais ampla do capitalismo contemporâneo que se associa a aspectos herdados da matriz-feira.

Quando perguntei à Laura e a sua irmã o que precisaria ser feito para que um dos vestidos que fabricam ficasse pronto, disseram-me elas: “primeiro você olha a tendência da moda, porque mesmo tendo uma mercadoria popular, a gente não pode estar fora dos padrões”. Se uma das diretrizes básicas do mercado contemporâneo é a realização de pesquisas de monitoramento de suas tendências e padrões de consumo, à sua maneira e nos termos locais, as irmãs tomam atividade semelhante como ponto de partida da dinâmica do negócio. Ou seja, para a escolha das estampas dos tecidos que serão comprados, acompanham intuitivamente aquilo que acreditam precisar seguir.

Outro aspecto que aproxima a atividade doméstica e familiar do modo de produção capitalista (e.g., em contraponto ao artesanal) é a divisão em série do processo produtivo. No fabrico das irmãs, cada uma delas e das duas costureiras que lá trabalham faz uma parte do serviço, nunca uma delas faz uma peça completa.

As idas e vindas, as nuances e os dilemas enfrentados por Dorival (ver 2.3.4) também me são bem significativos aqui. Lembrar de sua história, bem como da atuação de uma consultora local (2.3.2) – que trabalhou no sentido de adequar os negócios locais aos moldes da filosofia empresarial do Sebrae, condizente com os dogmas do *management* em tempos de “novo espírito do capitalismo” (cf. Boltanski e Chiapello, 2009) –, reaviva os desafios enfrentados na “transformação” do fabrico em empresa. A contratação de consultorias de gestão, de estilistas para o desenvolvimento de coleções, de publicidade (como *outdoors* da foto 17, tópico 2.3), serviços contábeis, máquinas importadas de última geração, etc., enfim, tudo isso constitui iniciativas condizentes com este movimento adaptativo que se reflete nos negócios.

Um exemplo dos dilemas enfrentados neste quesito. Sobre o modo como as práticas de preço do negócio estão vinculadas à sua imagem, disse-me Dorival: “a identidade da empresa é a minha cara. Muitas vezes os clientes querem negociar comigo, por quê? Porque comigo já tem cara de desconto”. Acredita ele que não valoriza de modo apropriado seu produto. Na hora de vender, acaba por fazer como na feira, baixa o preço para o cliente levar e não prioriza o médio ou longo prazo,

analisando os impactos daquela venda, por aquele preço, no equilíbrio futuro do negócio.

Além da manutenção da feira em si e da mudança adaptativa em conformação ao mercado capitalista contemporâneo mais amplo – claro que não sem tensões como esta vivida acima por Dorival –, me foi possível elaborar uma terceira tendência. Bem menos recorrente que as anteriores e de ilustração mais difícil, afinal, não é explicitada com clareza, talvez por sua delicadeza. Trata-se de uma tentativa com a qual já tinha me defrontado em investigação anterior (cf. Sá, 2011: 83-110), na qual um nordestino que viveu alguns anos em São Paulo, ao retornar e abrir uma barraca de alimentação na Feira de Caruaru, se refere aos trabalhadores que contrata como “esse povo”, considerando-se diferente deles por acreditar ter aprendido a se portar no trabalho como os paulistanos. Ou seja, falo da negação de sua condição original, do meio e das práticas de onde veio e que, mesmo querendo ou não, as leva consigo incorporadas em maior ou menor intensidade, a depender dos esforços modificadores empreendidos, bem-sucedidos ou não.

Em conversas com filhos das feiras que hoje circulam no meio empresarial local, bem como com alguns dos demais atores com eles envolvidos, também me foi possível perceber este tipo de tentativa de destacar-se de onde partiu. É como se por hoje se crer diferente, como um “empresário”, seu passado “feirante” fosse distanciado, negado ou ocultado, por esta condição ser socialmente classificada como algo de menor valor. Talvez, como Bourdieu observou entre pessoas que classificou como pequenos-burgueses em sua França, “sentem-se constrangidos por não se sentirem bem nos seus corpos, pois observa-os do exterior, com olhos de julgamento da classe superior. Assim, vigiam-se, corrigem-se, retratam-se” (Bourdieu, 2007b: 196). Uma vez que o corpo pode ser visto como “a objetivação mais irrecusável” (Bourdieu, 2007b: 179) das heranças culturais praticadas como regra, depois de todo o esforço empreendido para modificar a feira em si, autoavaliações retrospectivas e comparativas da própria trajetória podem não ser desejadas ou mesmo constrangedoras perante o novo olhar incorporado.

Aqui precisarei recorrer a uma fala pública de Arnaldo Xavier, fundador e proprietário da Rota do Mar, hoje a maior e mais conhecida empresa de confecções da região. Sua mãe ficou viúva ainda jovem e tinha dificuldades para criar Arnaldo e seus quatro irmãos. Ele viveu sua infância se virando na feira. Fazia frete, vendia picolés.

Isso ainda antes de trabalhar com a mãe, com ela fabricar e vender confecções. Segundo ele, começou cedo a “comer o pão que o diabo amassou”. Cresceu na feira e na casa-fabrico da família, uma era em frente da outra.

Numa palestra para estudantes universitários¹⁰⁶, então com 44 anos, Arnaldo disse estar trabalhando a mais de 30 anos com isso. Foi deste modo que iniciou sua fala: “Vou começar falando para vocês realmente o que aconteceu. *Não tenho vergonha do meu início, da minha essência. E tem que ser desta forma, não tem outra forma de contar como tudo aconteceu.* É uma história muito parecida com todas as outras da região”.

Por que dizer logo de partida não ter vergonha de onde veio? O que haveria nesta sua essência, ao ponto de levá-lo a fazer tal proferimento? Ainda mais se, como diz ele, sua história se parece com outras da região?

Mesmo considerando que esteja se colocando numa postura de humildade cultural perante o público universitário, a declaração de Arnaldo pode ser ainda mais significativa se acompanhada do que ouvi noutra situação – numa conversa com um proprietário de uma confecção que hoje detém relativo destaque na região, ao ponto de ocupar posto de liderança numa de suas associações empresariais. Ao perguntá-lo sobre as demais pessoas que não possuíam uma “empresa” como ele, mas que tinham negócios de produção e comercialização de confecções, ou seja, os recorrentemente denominados de “sulanqueiros” ou “informais”, sua resposta teve o seguinte teor: “sobre esse povo aí eu não sei falar não”.

A vergonha da origem humilde, negada por Arnaldo logo no início de sua fala, me permite pensar que outros bem sucedidos proprietários, diferentemente dele, não somente a sentem como preferem distanciar sua condição atual de pessoas que ainda se mantêm próximas à “essência comum” de tantas histórias locais similares, ou seja, em sua origem como produtor doméstico e feirante. O modo de se ver, mais ou menos próximo de tal ponto de partida comum, parece combinar com a distância que se tenta estabelecer “daquele povo”, algo semelhante ao que Bourdieu (2007b: 235) observou em seu estudo sobre a sociedade francesa: “o pretendente a ‘novo rico’ deve pagar o seu acesso a tudo o que define os homens propriamente humanos com uma verdadeira

¹⁰⁶ No Centro Acadêmico do Agreste (CAA) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), realizada no segundo semestre de 2010.

mudança de natureza, ‘promoção social’ vivida como uma promoção ontológica ou, se preferirmos, como um processo de civilização”.

Diante destas três tendências elaboradas por meio do que vi, ouvi e interpretei de modo articulado com minha leitura e uso da sociologia bourdiesiana, acredito ser consequência um tanto esperada que, a partir da origem e massificação da atividade, rumos distintos fossem tomados pelas pessoas e por seus negócios. E como a atividade, ao menos nestes termos massificados, tem apenas algumas poucas décadas na região, foi e segue sendo moldada em meio a tendências como estas. Em particular, no que se refere aos modos como as pessoas se investem nos negócios e, ao fazê-lo, compõem as práticas que os fazem funcionar.

3.1.3 Investir-se no negócio

Um dos fatores que foram decisivos à massificação dos negócios de confecções na região foi a exigência, de modo geral, de pouco capital econômico para iniciá-los. A máquina de costura já era um item recorrente entre as posses básicas de grande parte das famílias da região. Utilizadas originalmente na costura de peças de roupa para os membros da família ou então nalgumas encomendas recebidas, com o advento da produção doméstica em série, tais máquinas são ocupadas pela atividade juntamente com a prole. Isso é potencializado com a inserção de máquinas semi-industriais na região e o início do comércio e da costura do tecido de malha, a “helanca que vinha do sul” (cf. 2.2, em particular a *história viva 2*), que deu origem à denominação do produto e da Feira da Sulanca.

Ainda hoje, iniciar um fabrico no agreste das confecções não demanda muitos recursos econômicos, como foi ilustrado na história de Dorival (2.3.4). Entretanto, para além desta dimensão, os diferentes rumos dados aos negócios, que compartilham ponto de partida comum, podem ser relacionados ao modo como seus proprietários se investem nele. Os investimentos, tanto os de si quanto os objetivados em recursos, que os filhos das feiras fazem nos seus negócios não são apenas fruto de anseios de crescimento econômico, mas também derivam da crença de que estes mais diversos investimentos, as apostas no que se está em jogo no campo, enfim, de que o próprio jogo das confecções no Agreste vale a pena ser jogado. É assim que projetam no negócio a cultura que incorporaram ao longo de sua trajetória de vida-trabalho prévia e

o quanto acreditam que o investimento neste jogo valha a pena (o *illusio*¹⁰⁷, no linguajar bourdiesiano) uma vez que

o interesse econômico (ao qual se reduz comumente todo tipo de interesse) é apenas a forma específica que reveste o *illusio*, o investimento no jogo econômico, quando o campo é apreendido por agentes dotados das disposições adequadas, porque adquiridas em e por uma experiência precoce e prolongada das necessidades do campo. (Bourdieu, 2005b: 22)

Acredito que, diante das condições históricas conformadas (cf. capítulo dois) e da larga experiência dos agentes nas feiras que originam o campo, a cultura incorporada e investida no negócio se faz inicialmente presente em suas práticas. Mesmo que, com fatores como a expansão e as demandas de adaptação do negócio aos novos mercados para os quais alguns se projetam – por meio da contratação de consultorias, de funcionários mais qualificados, enfim, da possível hibridização de alguns destes negócios com as práticas de *management* –, tais práticas possam vir a sofrer forte efeito deste outro feixe de forças socioculturais. Neste caso, as práticas são modificadas e modificam um tanto do proprietário que no negócio se investiu.

Valéria, que hoje toca um fabrico com a irmã Laura no galpão dos fundos da casa desta, falou-me demonstrando orgulho de como o trabalho se fez e se faz presente em sua vida:

Eu toda vida fui assim, eu só me aquietava quando eu chegava com o pão, mas mãe nunca mandou. É porque eu nunca soube estar parada e sou assim até hoje. *Você pode ver que todo mundo para* [se referindo às costureiras que trabalham com elas e à própria irmã], *eu sou a única que continuo costurando. Por mim, eu não parava. Sempre fui assim*, com oito anos de idade eu botei um banco de confeitos, desde então fiz de tudo que você pensar...

Muito embora tenham duas costureiras que trabalham para elas, Laura e Valéria afirmaram-me fazer questão de trabalhar com intensidade igual ou maior que suas subordinadas. Um primeiro investimento de si aqui identificado pode ser relacionado ao empenho da disposição para o trabalho duro. Herança disposicional das gerações anteriores, geralmente incorporada por meio de socialização primária, ela é recorrente na trajetória de parte significativa das pessoas da região. Se foram poucos e não muito

¹⁰⁷ “Crença não só naquilo que está em jogo, mas também no próprio jogo, ou seja, no facto de o jogo valer a pena ser jogado” (Bourdieu, 2014 [2001]: 74).

produtivos, os anos por elas dedicados à escolaridade básica, em contrapartida, o valor do trabalho duro é aprendido e incorporado desde a mais tenra infância, e assim acompanha muitos dos filhos das feiras ao longo da vida. Isto parece ter se dado de modo similar no caso de Ionaldo, hoje um grande industrial local:

toda a vida eu trabalhei com meu pai, nunca trabalhei para ninguém. Nós morávamos num sítio [quando ele era criança], com certo tempo papai veio para a cidade e botou um comércio. Então nós viemos morar na cidade, mas ele ainda hoje tem a propriedade. Nós cultivávamos mandioca né, fazíamos farinha. *Eu só não gostei de estudar, mas toda a vida eu gostei de trabalhar*. E mesmo quando novinho, eu não sei se isso já veio de mim ou do incentivo do meu pai.

Quando em seguida perguntei o que de mais forte havia aprendido com seus pais, respondeu-me de imediato: “trabalhar, Marcio!”. Este tipo de aprendizado tende a ser visto como algo “natural”, uma vez que é como se fosse “inscrito no corpo” desde cedo, torna-se algo como uma segunda pele e assim tende a ser de difícil percepção, particularmente por quem dela se veste.

Além do trabalho duro e da disposição de enfrentá-lo, o negócio em jogo requer outros investimentos para além destes. Arnaldo Xavier relatou, na mesma fala pública mencionada no tópico anterior, que ainda adolescente começou a perceber que os ônibus que traziam compradores para a Feira da Sulanca de SCC paravam na frente da sua casa. Então pediu à mãe para transformar a sala da casa numa loja e foi somente com muita insistência conseguiu convencê-la. Naquele tempo, ainda produzia sob o nome da marca familiar “Xavier Surf Wear”. Com o crescimento da produção, precisouse de um quarto, depois de mais outro, até que se resolveu alugar outra casa para a mãe morar e transformar aquela numa loja. Com o crescimento da feira, a loja se tornou “um dos melhores pontos da cidade” segundo ele. Se em sua leitura de mercado, Arnaldo intuiu que “ele pedia” algo como a transformação da casa na qual se mora – detentora de valor simbólico destacável também naquela região¹⁰⁸ – em loja e a mudança da família, foi exatamente isso que fez. Esta passagem da história do grande ícone local pode ser associada ao que dizia Bourdieu (1996: 144) sobre o sentido do jogo

¹⁰⁸ Lembro de uma entrevista realizada anos atrás com um industrial local do setor, no âmbito da investigação apresentada em Sá (2010). Nela, emocionado, ele revelou que chegou a colocar sua “casa de morada” no negócio para salvá-lo. Isso após já ter “quebrado” uma vez anteriormente. Segundo ele, muitos o chamaram de louco, mas foi deste modo que recuperou o negócio e reconquistou sua morada.

(inevitavelmente incorporado ao longo da trajetória e atuação de um jogador como Arnaldo):

essas antecipações pré-perceptivas, espécie de induções práticas fundadas na experiência anterior, não são dadas a um sujeito puro, a uma consciência transcendental universal. Elas são criadas pelo *habitus* do sentido do jogo. Ter o sentido do jogo é ter o jogo na pele; é perceber no estado prático o futuro do jogo; é ter o senso histórico do jogo. Enquanto o mau jogador está sempre fora do tempo, sempre muito adiantado ou muito atrasado, o bom jogador é aquele que antecipa, que está adiante do jogo. Como pode ele antecipar o decorrer do jogo? Ele tem as tendências imanentes do jogo no corpo, incorporadas: ele se incorpora ao jogo.

Ou seja, sair de um fabrico doméstico familiar e se tornar o nome de maior destaque da região na atividade, somente foi possível a Arnaldo, por ter empreendido algo como o que disse Bourdieu quando fala em “se incorporar ao jogo”. O êxito ou fracasso, a riqueza ou a falência, a prosperidade ou o atraso podem ser associados aos investimentos, para além dos econômicos, que um indivíduo é capaz de fazer neste sentido. Quais tipos de ações suas disposições para o jogo são capazes de gerar? O quão pode ele intuir sobre quando e quais fichas apostar naquele movimento que anseia empreender? Adquirir o sentido do jogo num campo de negócios específico somente é possível, nalguma medida, ao investir-se nele, ao responder por meio de sua prática cotidiana questões como estas.

Investimentos e respostas se dão por meio dos negócios que lá são criados e evoluídos. É para eles que podem ser canalizadas energias e posses vitais, na esperança de se obter o melhor retorno de tudo aquilo que, no jogo dos negócios, também se investe. Esta dinâmica pode exigir cada vez mais da vida dos seus proprietários e até mesmo pô-la em risco. Assim se deu com Dorival, que se acidentou ao cochilar ao volante, indo e vindo pelas madrugadas e estradas que ligam as feiras das cidades-eixo, quando então tinha uma rotina de mais de doze horas de trabalho diário.

Alguns dos entrevistados se referiram à dinâmica de trabalho atual no seu negócio como “uma correria”. Foi assim que me falou a esposa de Rodrigo sobre sua rotina: “esse trabalho dele é, todos os dias, em cima de uma bicicleta”. No espaço de uma semana, ele compra retalhos e aviamentos, corta os moldes e faz uma costura básica, leva suas peças para as costureiras com as quais facciona demais costuras, vai lá buscá-las, faz o acabamento e leva as peças, na mesma bicicleta, para o banco de feira no Calçadão de SCC.

Tadeu, que produz com a esposa num município próximo de SCC, quando me falou da sua rotina semanal enfatizou que a compra de insumos, de aviamentos, suas facções, enfim, disse-me sobre ela de modo taxativo: “tudo é em Santa Cruz. Comprar malha é em Santa Cruz, aviamentos é em Santa Cruz, minha estamperia é em Santa Cruz”. Foi assim que exemplificou sua dinâmica de trabalho:

vendi duas mil camisas, pego esse dinheiro e venho, corro, corto o tecido, e começo a fabricar, para quando for na próxima semana, já vender. Então isso é corrido, estressante, porque você não tem tempo, porque você tem que ter estoque, porque você tem que correr para fazer isso, aquilo, você não tem tempo para nada.

Em contrapartida, escutei recorrentemente deles que o “lazer é pouco”. Além da dinâmica de trabalho semanal ser puxada para muitos, o fato das feiras de SCC e Toritama acontecerem também aos domingos (ao menos até o final de 2013) comprometia o fim de semana dos envolvidos com elas. Além dessa queixa, outro aspecto me chamou a atenção neste tema, em particular por se tratar de um grande industrial local como Ionaldo, que toma seu uísque nos fins de semana e possui fazendas e cavalos como *hobby*. Quando conversávamos sobre seu estilo de vida, em meio a perguntas sobre o que mais gostava de fazer como *hobby* e de consumir, perguntei-lhe o que mais gostava de comprar. Assim me respondeu ele:

O que eu mais gosto de comprar mesmo é equipamento, é máquina, essas coisas [para a fábrica]. É o que eu mais gosto, onde eu mais invisto. Hoje nossa fábrica é pequena, mas veja o que tem de equipamento. Quando é lançada uma máquina no mercado que eu num tenho e que vai fazer diferença, eu já estou comprando.

Ouvir o modo como Ionaldo falava do seu negócio me levou a pensar que aquela fábrica pode ser vista como sua obra, sua criação, o reflexo objetivo do seu êxito numa competição na qual muitos entram com quase nada e somente pouquíssimos chegam a obter tudo aquilo que ele possui. Foi interessante escutar que equipamentos para seu negócio é a compra que dá mais prazer a um homem reconhecido como rico e bem sucedido como ele. Para além da utilidade objetiva das máquinas, do seu impacto no processo produtivo, na qualidade e diferenciação do produto final, há aqui o valor simbólico inerente à sua aquisição. Algumas delas são máquinas que somente sua fábrica tem na região, que foram compradas diretamente ao fabricante no exterior.

Acredito que sua alegria ao comprá-las possa ser associada ao modo como consegue ver sua fábrica-obra crescer, desenvolver-se. E, ao assim fazê-lo, ele se vê mais poderoso ao possuí-la. É assim que ela se diferencia das demais e segue sendo referência para seus colegas concorrentes. Ou seja, junto ao benefício funcional do que a máquina é capaz de acrescentar ao seu negócio, e da alegria de comprá-la, está o valor simbólico de possuí-la e o sentimento de poder atrelado a estas e outras posses.

Outro modo de investir-se no negócio pode ser, num primeiro olhar, visto estritamente como uma questão econômica. Entretanto, se observado com atenção e sociologia bourdiesiana, pode também ser visto como mais um indício de que aspectos disposicionais, como a disciplina prática de poupança, projetados por muitos filhos das feiras nos seus negócios. Quando perguntei a Geraldo se e como fazia poupança, disse-me ele: “eu prefiro guardar mercadoria. O bom é investir na fábrica, quanto mais estoque tiver melhor ainda”. Perante a mesma pergunta, Tadeu respondeu-me que investe o que tem nas suas mercadorias, “para depois tirar”. Já Laura e Valéria responderam do seguinte modo: “a gente poupa, muitas vezes o da gente ficou em mercadoria”. Ou seja, as práticas de poupança nestes três casos se objetivam nos termos do produto do negócio, na mercadoria que se estoca e assim serve como reserva financeira.

Se, como vimos, as disposições para o trabalho duro, o sentido do jogo incorporado, a capacidade de enfrentar uma dinâmica corrida semanal, a realização e a conversão simbólica relativa à compra de equipamentos diferenciados para o negócio, enfim, todos estes são componentes disposicionais investidos por filhos das feiras nos seus negócios, acredito que a disciplina prática de poupança convertida em estoque de mercadoria pode ser a elas acrescida. Afinal, as economias de muitos são depositadas nele, nos seus produtos que, seguindo o raciocínio de Geraldo, Tadeu, Laura e Valéria, quanto mais se estoca (além do que se demanda para as vendas da semana), melhor. Ter mercadoria estocada pode tornar a semana menos corrida, viabilizar uma rotina de trabalho menos exaustiva, deixar o proprietário mais tranquilo e com um sentimento de poder em relação a quando não possuía tal poupança-estoque. A prática de colocar no negócio o fruto de suas economias demonstra a fé que possuem no jogo, a crença que vale a pena seguir a investir nele.

As questões que procurei tratar neste tópico me levam a considerar que as vidas de muitos filhos das feiras se projetam nos seus negócios e vice-versa. É assim que eles

e seus proprietários se misturam, alimentam-se mutuamente em aspectos objetivos e simbólicos, compõem ao mesmo tempo tanto a intimidade cotidiana de cada um deles como a paisagem contemporânea do agreste das confecções e do campo de negócios agreste.

De algum modo e medida, a atividade que emergiu algumas décadas atrás na região, semeada pela necessidade de sobrevivência, germinou negócios em Santa Cruz do Capibaribe (2.1 e 2.2.1). Com o passar do tempo, tanto tais negócios foram massificados como passaram a ser vistos como lócus de acumulação de virtude. Ao menos é deste modo que contemplo e conduzo os filhos das feiras, ao longo da história contemporânea local, ao encontro da bela máxima bourdiesiana na qual se diz o *habitus* como produto de uma “necessidade tornada virtude”. Na aridez agrestina, fez-se necessário investir um tanto de si naqueles negócios até hoje torná-los e tomá-los também como signos distintivos.

3.1.4 Tornar-se ou não uma “empresa”?

Para além da questão recorrente da formalização ou não dos negócios conforme o critério adotado pelo Sebrae, ou seja, se ele consta no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)¹⁰⁹, acredito ser importante também procurar compreender o que está em jogo quando se cria e se evolui um negócio, encaminhando-o no sentido de dar-lhe nome, forma e significado de uma “empresa” ou não.

¹⁰⁹ As pesquisas divulgadas pelo Sebrae apontam um crescimento no percentual de negócios formalizados como empresa (com CNPJ) entre 2002 e 2012, entretanto, é preciso considerar o impacto do Programa Empreendedor Individual (PEI) neste sentido. A dissertação de Pereira (2011) se dedica ao tema. Sobre o Programa, recupera Pereira (2011: 23): “O Governo Lula [2003-2010], especialmente no segundo mandato, buscou estabelecer uma política voltada claramente ao enfrentamento da informalidade. O seu Programa de Governo para o segundo mandato estabelece com relação à Previdência: ‘Continuar a ampliação do acesso dos trabalhadores ao sistema previdenciário, por meio de iniciativas de redução da informalidade, inclusive com a aprovação de projeto de lei em tramitação no Congresso, que reduz as alíquotas de contribuição para contribuintes individuais.’”

Dentre as estratégias adotadas pelo Governo Lula, está o Programa de Formalização instituído no ano de 2009, como forma de garantir o processo de formalização das atividades econômicas no Brasil.

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), o Ministério da Previdência e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE lançaram, no mês de Julho de 2009, o Programa Empreendedor Individual (PEI). Para o referido programa considera-se o empreendedor individual aquele (ao qual se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil) que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 36.000,00 e que seja optante pelo Simples Nacional.

A Lei Complementar nº 128, de 19/12/200823 cria a figura do Empreendedor Individual – EI, criando condições diferenciadas para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um Empreendedor Individual formalizado.”

A questão de tornar-se ou não uma “empresa” está, aos meus olhos, além do registro oficial. Pode se tratar de passo no sentido de inserir-se e projetar-se numa dinâmica de mercado para além do comércio de feira. Este é um momento que foi destacado na fala de alguns entrevistados que o vivenciaram, mencionado por aqueles que cogitam a possibilidade e ausente nas palavras de outros.

Quando procurei com alguns deles tratar do início do negócio ou da diferença de sua condição atual, em relação a quando trabalhavam para outros, a humilhação sofrida neste segundo caso foi tema recorrente. Quando perguntei a Sílvia sobre o que havia mudado nos últimos vinte e tantos anos, desde quando começou a trabalhar no setor, ele foi enfático:

A mudança que achei foi que, às vezes quando você presta serviços para os outros, como eu já prestei, você é muito humilhado. Isso se torna a diferença quando se trabalha por conta própria. Ainda hoje, *quando eu passo dentro de uma facção e vejo um patrão humilhando um funcionário, rapaz, me dói porque eu passei por aquilo ali*. E isso é uma coisa que eu procuro não fazer com quem trabalha comigo.

Na história de Maria, parcialmente recontada em 2.2.4, as humilhações sofridas quando trabalhava para os outros e que a levaram a chorar muito costurando “em cima de máquina” me foram recordadas com mágoa e tristeza. Disse-me que, desde quando começou a fabricar por conta própria, sua vida melhorou também “porque eu mesmo trabalho, eu mesmo faço as minhas coisas, não tem quem diga ‘está errado, tem que fazer assim!’ *Eu sou eu e eu mesmo*”.

Geraldo vendia mercadoria de outra pessoa quando teve um desentendimento com ela. Ficou bravo e disse a um amigo, “já sei o que vou fazer da minha vida, vou começar a fabricar camisas agora!” O amigo perguntou se ele era louco e Geraldo respondeu: “eu sou louco, perdido. Eu vou fabricar camisa! Aí comecei na casa da minha mãe. Morávamos todos juntos lá. Mãe, eu, a minha esposa, os meninos, gato...”. Quando o perguntei sobre o que havia ficado de mais marcante nestes anos que vem fabricando, ele voltou ao início, ao que chamou de aquela “ignorância”. Foi a partir dela que disse ter “botado na cabeça que não queria trabalhar mais para filho da puta nenhum. Até hoje eu num tiro aquilo da minha cabeça. Fui esculhambado somente por uma brincadeira que fiz”.

O sentimento de humilhação serve de impulso e é marco que diferencia a condição atual (ter seu próprio negócio), da anterior (trabalhar para os outros). O

negócio é visto como um passo no sentido de uma maior liberdade e menor vulnerabilidade a situações humilhantes. Como nos casos acima, sua origem pode estar vinculada a um momento crítico vivido, uma insatisfação extrema com a condição prévia que fez com que se quisesse, dela, libertar-se.

Tadeu até confessou-me cogitar registrar-se como empresa por ter em vista que, com um CNPJ, lhe seria possível comprar tecidos melhores e mais baratos direto dos fabricantes no sul do país, como uma pessoa próxima sua que fabrica e é registrada o faz. Mas não sabia ao certo se iria mesmo fazê-lo. Laura e Valéria, irmãs que fabricam juntas, quando vendem para clientes de outros estados e precisam de uma nota fiscal para despachar a mercadoria, contam com “uns esquemas”, “você liga, eles vêm, tiram as notas, tudo tranquilo”. Ou seja, compra-se uma nota fiscal clandestina e assim se obtém o que é necessário para atender aos requisitos impostos pela lei.

Conformados com seus negócios nos termos do que se diz ser “informalidade”, Maria, Geraldo e a esposa, Tadeu e a esposa, Laura e a irmã, enfim, todos eles compõem, mesmo que em situações distintas, a grande massa de fabricantes e comerciantes que atuam nas margens do sistema por meio do qual o Estado procura regular o Mercado. O que produzem, vendem como se faz numa feira de rua, ou então jogando com o que aprenderam por meio dela.

Enquanto manter-se deste modo é, por um lado, repetido por muitos como a “única alternativa” para grande parte dos proprietários, que alegam não ter como manter o negócio se tiverem que atender às exigências da lei. Por outro, é estratégia não professada por muitos que deste modo crescem, se estabilizam ou se acomodam, não precisando enfrentar a burocracia inerente ao registro de uma pessoa jurídica, nem suas implicações decorrentes. Para além desta questão burocrática-legal, gostaria de destacar aqui mais uma questão disposicional. Trata-se de estar preparado, ou mesmo sentir ser necessário ou desejável cruzar algo como uma “linha imaginária” que pode distinguí-los, grosso modo, de outros filhos das feiras que assim o fizeram. É estar ou colocar-se disposto a tornar-se empresa e assim envolver-se com uma série de outras questões práticas que podem ser necessárias a este tipo de negócio – principalmente quando se toma como comparativo o fabrico doméstico. Dentre os que transpuseram tal imaginária linha, também me foi possível ouvir depoimentos que apontam para um modo diferente de iniciar-se neste negócio e de dizer como isso se deu.

Um dos filhos de um proprietário rural que plantava mandioca nos arredores de Caruaru¹¹⁰ e que veio morar com a família o subúrbio da cidade, onde montou um comércio, Ionaldo disse-me que o “polo” começou bem perto da sua fábrica ser aberta:

Eu já tinha começado, já tinha uns negociozinhos antes, uns três, quatro anos, uma coisinha pequena. Aí em 86 eu abri minha empresa que hoje tem este nome, mas que antes se chamava pelas iniciais do meu nome. Eu comecei a trabalhar com meus pais dentro de casa, era pequeno, tinha 16, 17 anos. Minhas máquinas ficavam dentro da casa deles. Eu trabalhava à noite e tinha um funcionário que trabalhava de dia. A gente sempre virava a noite trabalhando e aí foi...

Com uma trajetória de crescimento destacado, ao ponto de hoje ser uma das referências da atividade na região, há poucos anos transferiu toda sua produção, até então dividida em galpões espalhados pelo bairro, para instalações apropriadas. Para ele, este foi um momento marcante: “lá no Salgado tudo era muito apertado, o que mudou e vem mudando a cada dia é meu espírito de empreendedor que cresceu dentro de mim, depois que eu vim para o distrito [industrial de Caruaru], né? Aí eu me senti um cara mais poderoso”. Acredito que tal mudança também possa ser relacionada ao modo como Ionaldo disse-me se ver: “eu sou um empreendedor, né? Num sei de que tamanho, mas eu sou um empreendedor”.

Outro personagem desta tese que também “cruzou” tal linha foi Dorival, mesmo que hoje viva e negocie em ambos os “lados” (cf. 2.3.4). Lembro bem do que ele me disse sobre quando resolveu tocar sua produção adiante: “agora que tenho o meu primeiro empregado, quero mesmo é ser empresário”. Sobre o que de mais marcante mudou ao longo dos anos em seu negócio, disse-me: “o que mudou muito nesse tempo foi depois da formalização da empresa. Assim, passar a trabalhar com referências, trabalhar com uma coleção [...] quando eu entrei na Rodada de Negócios, três anos atrás”.

¹¹⁰ Lembro aqui do que registrou Andrade (2005: 167, grifos meus), sobre a especificidade do tipo de proprietário rural presente no Agreste: “A primeira realidade com que se depara o estudioso dos problemas agrários do Agreste é a importância que tem nesta região o pequeno imóvel, ao contrário do que ocorre na região da Mata e no Sertão. Realmente, mais de 85% dos estabelecimentos agropecuários do Agreste são formados por propriedades ou explorações com extensão inferior a vinte hectares, embora disponham apenas de 14% da área regional. *Estes pequenos proprietários formam, inegavelmente, uma classe média rural que tem nível de vida bem inferior ao dos grandes e médios proprietários, mas uma situação econômica e social bem superior à dos trabalhadores sem terra.* Entre eles, porém, há acentuado escalonamento econômico, escalonamento este que é determinado não só pela extensão da propriedade, como também pela sua localização e pela fertilidade dos solos de que ela dispõe”.

Aqui vale a pena lembrar que Dorival registrou seu negócio como empresa um ano após ter iniciado a produzir na casa do seu pai, onze anos atrás¹¹¹. A formalização a qual ele se refere aqui pode ser melhor relacionada ao esforço em dar forma de empresa ao seu negócio, conforme as orientações de consultores como Nadine (2.3.2). Ou seja, ao se esforçar em seguir determinadas diretrizes de conformação ao mercado competitivo contemporâneo traçadas por instituições como o Sebrae – no sentido de “converter” seu fabrico em empresa. Refletindo em retrospectiva sobre suas iniciativas no sentido de tornar-se empresa, Dorival disse-me: “depois, pensando melhor, é difícil dizer se foi benéfico ou não”. Afinal, depois de empreender tanto esforço nisso, precisar voltar a comercializar sua produção num banco de feira pode levá-lo a acreditar que poderia, como Tadeu o faz até hoje, ter seguido deste mesmo modo ao invés de se dedicar e investir nas mudanças que promoveu no seu negócio.

De um modo ou de outro, o que hoje se chama de empresa no agreste das confecções, recorrentemente existiu antes como negócio. Somente depois pôde vir a existir legalmente ou não, a depender dos rumos tomados por seus proprietários, de suas disposições mais inclinadas à manutenção nas margens do sistema ou a inserir-se nele, enfim, para tornar-se empresa ou não. Ao mover-me para além desta linha imaginária, entre aqueles que possuem apenas um negócio e os que o formalizaram como empresa, encontro-me com a questão disposicional relativa ao que os diferencia e assemelha uns aos outros, bem como do *habitus* feirante comum do qual decorrem. Acredito que, mesmo tais negócios hoje tendo formatos e significados diversos para cada um dos seus proprietários, também compartilham origem comum.

Ou seja, longe de se limitar ao fato de estar registrado como empresa ou não, retoma-se aqui o que foi colocado em 3.1.1. O quanto e o que da feira cada um dos seus filhos que hoje possuem negócios de produção e comercialização de confecções ainda carrega em si, em contrapartida ao quanto cada um deles incorporou do mercado contemporâneo e da cultura de negócios nele vigente. Se, por um lado, há um ponto de partida e matriz comum entre não somente eles, mas também entre outros milhares de pessoas que hoje possuem negócios de confecções na região, por outro, há um confronto das pessoas que emergem daquela realidade agrestina com a dinâmica mais ampla do capitalismo contemporâneo. No âmbito desta tese, tal conjuntura se reflete não somente

¹¹¹ Segundo os dados apresentados em SEBRAE (2003, 2013), o percentual de negócios formalizados é bem maior em Caruaru que noutros do eixo, ou mesmo demais periféricos no agreste das confecções. Isso se deve ao fato desta cidade já ter uma economia formal mais consolidada que as demais.

nas disposições incorporadas pelos filhos das feiras, mas também nas formas que tomam tais negócios, bem como nas similaridades e diferenças que podem ser apontadas entre eles ao constituírem e serem constituídos por um campo específico.

3.2 O campo de negócios agreste

Apesar de já ter destacado em 1.2.2, por meio de Vandenberghe (1999), que as noções de *habitus*, campo e capitais são indissociáveis, há uma perspectiva analítica diferente, mais ampla e próxima do que entendo como o metaobjeto bourdiesiano (o espaço social ou campo), que ainda está por ser explorada de modo explícito nesta tese. O que sigo a elaborar neste sentido é em muito decorrente do que procurei empreender até aqui e sincrônico ao que sintetizou Bourdieu (2005b: 19), “as disposições econômicas exigidas pelo campo econômico, tal como nós o conhecemos, não têm nada de natural e de universal, mas são produto de toda uma história coletiva, que deve ser sempre reproduzida nas histórias individuais”.

A noção de campo é um recurso fundamental ao *modus operandi* bourdiesiano para a construção e circunscrição do objeto de pesquisa. Para ele próprio “é útil, talvez, principalmente, pelos erros que permite evitar, especialmente na construção do objecto” (Bourdieu, 2014: 67). Modo apropriado de elaborar em termos teórico-empíricos o que se estuda, a noção permite ao mesmo tempo delimitar o objeto e avançar numa perspectiva analítica para além daquela que a noção de *habitus* permite alcançar. Nas palavras do próprio Bourdieu (2014: 54, grifos meus), além de orientar a investigação empírica:

Obriga a formular a questão de saber a que é que se joga nesse campo, o que está em jogo, quais os bens ou as propriedades procuradas e distribuídas ou redistribuídas, e como é que se distribuem, quais são os instrumentos ou as armas que se deve ter para jogar com hipóteses de ganhar e qual é, em cada momento do jogo, a estrutura de distribuição dos bens, ganhos e trunfos, ou seja, do capital específico (*a noção de campo é, como vemos, um sistema de questões que se especificam constantemente*).

No caso desta tese, questões como estas foram progressivamente especificadas e direcionadas a um campo particular. Assim a noção foi recurso teórico e estratégico consonante aos seus objetivos, uma opção necessária decorrente da abordagem bourdiesiana, que se mostrou pertinente à investigação no contexto agrestino. Aqui foi

utilizada como um instrumento que deu norte e serviu para pensar o campo de negócios agreste como um espaço social no qual se dá, entre seus agentes, um redobramento específico dos capitais possuídos (social, cultural e econômico) em capital simbólico, de modo a adquirirem significados distintivos nos termos locais. É assim que inspira o estabelecimento de relações comparativas e a objetivação dos reflexos contemporâneos, nos filhos das feiras e nos seus negócios, da trajetória histórica local.

Por envolver um conjunto de agentes que, por mais que possam ser vistos como bastante diferentes entre si, partilham uma atividade comum desempenhada num mesmo microcosmo social bem circunscrito, acredito que este fenômeno pôde ser fértilmente investigado deste modo. Independentemente de suas diferenças e semelhanças, trunfos e fraquezas, tais agentes são concorrentes e solidários na existência local da atividade que os une. Precisam uns dos outros para jogar este jogo com os diversos recursos (e em volumes diferentes) que cada um dispõe.

A força de um agente depende dos seus diferentes trunfos, [...] depende do volume e estrutura do capital de diferentes espécies que possui. [...] A estrutura de um campo, definida pela distribuição desigual do capital, ou seja, das armas ou dos trunfos específicos, faz-se sentir, não por interação direta, intervenção ou manipulação, sobre todos os agentes, mas regulando as possibilidades que lhes são abertas conforme estejam pior ou melhor situados no campo, ou seja, nesta distribuição. O dominante é aquele que ocupa na estrutura uma posição tal que a estrutura age em seu favor. (Bourdieu, 2014: 53)

Em termos gerais, o campo de negócios agreste pode ser caracterizado a partir do que foi destacado na introdução sobre o fenômeno mais amplo no qual está inserido. Ou seja, apresenta como marcas: origem e comando familiar dos negócios; a comercialização por meio das feiras de rua; o aproveitamento dos restos da industrialização do país e o empirismo criativo como forças históricas; poucas barreiras de entrada a novos agentes; fabricos e facções como formas de organização da produção mais recorrentes; uma alta incidência de “informalidade” nos negócios e nas relações de trabalho (exploração de mão de obra doméstica e subempregada); prevalência de baixa escolaridade, pouca qualificação profissional e muito trabalho duro; baixa qualidade de grande parte da produção, preço competitivo e incrementos qualitativos recentes; expansão no entorno e consolidação como principal atividade local; evolução histórica do papel do Estado, de “omisso e negligente” inicialmente a “discreto apoiador, legitimador e fiscalizador” recentemente; a ausência de grandes plantas fabris; a

formação de uma “elite associada”; e funcionar como fator decisivo ao elevado crescimento populacional nos municípios-eixo (cf. tabelas 1 e 2 da introdução).

Estas características gerais perpassam seus agentes e assim constituem o campo, as relações que nele podem ser estabelecidas e objetificadas tanto nos comparativos empreendidos em 3.2.2 e 3.2.3 como nas posições ocupadas, ilustradas e descritas em 3.2.4 – ou seja, o modo como procuro caracterizá-lo em termos específicos. Antes disso, porém, é importante explicitar como a terceira noção bourdiesiana (capital) foi utilizada.

3.2.1 O que pode ser elaborado como capital neste campo interiorano?

“Podemos recorrer aqui, para representar as diferentes espécies de poder (ou de capital), à metáfora das pilhas de fichas de jogo de diferentes cores que são a materialização, simultaneamente, dos ganhos obtidos nas fases precedentes da partida e dos trunfos susceptíveis de ser utilizados no seguimento do jogo, ou seja, uma espécie de síntese do passado e do futuro do jogo. Percebe-se que descrever rigorosamente uma etapa do jogo, ou seja, as distribuições dos ganhos e dos trunfos, é descrever, ao mesmo tempo, o futuro provável do jogo, as hipóteses prováveis de ganho de diferentes jogadores e as suas estratégias prováveis, uma vez que se conhece o estado dos seus recursos (isso, na hipótese de uma estratégia ajustada na prática às hipóteses de ganho, ou seja, mais sensata do que racional – como é a estratégia do habitus)”. (Bourdieu, 2014: 88)

Ao se trabalhar no sentido do que pode ser decisivo às diferentes posições ocupadas num campo como o campo de negócios agreste, não se pode nem se pretende negar a força do poder econômico. Além de suas muitas possibilidades de conversão noutros tipos de recursos, ele é incontestemente não somente neste como em diversos outros campos não tão econômicos assim. Entretanto, na terceira nota de *The forms of capital*, o próprio Bourdieu (1986) assinala o que entende por capital simbólico: “that is to say, capital – in whatever form – insofar as it is represented, i.e., apprehended symbolically, in a relationship of knowledge or, more precisely, of misrecognition and recognition, presupposes the intervention of the *habitus*, as a socially constituted cognitive capacity”. Já noutro texto a ideia reaparece do seguinte modo:

é um conjunto de propriedades distintivas que existe na e pela percepção de agentes dotados de categorias de percepção adequadas, categorias que se adquirem principalmente através da experiência da estrutura da distribuição desse capital no interior do espaço social ou de um microcosmo social particular. (Bourdieu, 2014: 80)

Como me é possível dizer a partir disso, aos poderes econômico, social e cultural se associam distinções simbólicas (cf. 1.3.2). Inspirado pela noção bourdiesiana

de capital, em particular a de capital simbólico, aqui procuro elaborar e investigar as formas de poder que se mostraram mais relevantes na constituição do campo de negócios agreste como um “sistema de significações”, um lócus de posições e oposições significativas. Quem neste lugar (de construção somente possível em termos teórico-empíricos) está acima ou abaixo, de um lado ou de outro, melhor ou pior, mais ou menos prestigiado? Como é possível explicitar de modo apropriado as diferenças que compõem tal sistema de signos no campo em questão?

Para cada aspecto econômico, social ou cultural relevante há uma correspondência simbólica na qual ele se redobra. Ou seja, por mais econômico que algo seja, há um valor simbólico que significa para além deste aspecto. Afinal, não é só o banco de feira ou a loja da fábrica em si, mas sim o que possuir (ou não) e vender num ou noutro significa na hierarquia valorativa prevalente na teia de relações objetivas que constitui o campo. Não é apenas ter dinheiro para comprar um carro específico, mas sim também comprar aquele carro pelo modo como é visto, pelo significado que adquiriu no agreste das confecções e, mais especificamente, no campo de negócios agreste. Não é só ter uma máquina de última geração, mas é também sentir-se mais poderoso por tê-la, afinal, sabe-se que poucos outros na região podem vir a tê-la. Não é só ter lazer, mas o que se faz quando o tem e como este é parecido ou diferente quando comparado aos outros filhos das feiras. Não é só a qualidade e o preço do seu produto, mas também o quão sua marca é (des)conhecida, qual a força que ela detém quando comparada às demais. Não é só vender “para fora”, mas também se adaptar de modo a viabilizar a inserção do seu produto noutros mercados além-feira. Enfim, associadas às questões disposicionais tratadas anteriormente estão semelhanças e diferenças, como estas acima elencadas, tanto entre os negócios criados e tocados adiante pelos filhos das feiras quanto entre eles próprios.

É válido aqui recuperar que estes atuam em contexto não altamente diferenciado – além disso, o que Bourdieu (2005b) significa com a noção de capital (em suas diferentes espécies) varia conforme as especificidades de cada campo, de sua história, do desenvolvimento da atividade em questão e do que se produz por meio dela. Neste caso do campo de negócios agreste, diplomas e títulos que muito caracterizam o capital cultural tal qual o pensava Bourdieu (1.2.2), não são tão significativos como a força do negócio possuído ou o reconhecimento e “conhecimento” social do qual usufrui seu proprietário. A singularidade do caso, não por ser um “exotismo dos trópicos”, mas sim

por apresentar tal gênese construída no capítulo dois, pede ao investigador atento ao “primado da prática” que o considere de modo a permitir, por meio do “sentido do jogo” bourdiesiano, investigá-lo em termos pertinentes e razoáveis.

Algo parecido foi sugerido pelo próprio Bourdieu ao falar em 1989, na conferência proferida em Berlim Oriental, sobre a possibilidade de uso do seu modelo no estudo da então Alemanha Oriental. Ao discorrer sobre a pertinência de tal uso, colocou que para “verificar que o modelo se aplica bem ao caso RDA, é preciso, portanto, examinar quais são os princípios de diferenciação característicos dessa sociedade” (1996: 30), e continuou do seguinte modo: “é preciso levantar a hipótese de que *existe um outro princípio de diferenciação*, um outro tipo de capital, cuja distribuição desigual está na base das diferenças constatadas, particularmente no consumo e nos estilos de vida” (31, grifo meu).

Diante de um proferimento como este, um questionamento me pareceu razoável: é possível que um entendimento da diferenciação entre os agentes, num espaço social como o campo de negócios agreste, seja elaborado por meio “princípios de diferenciação” distintos (que não os exatos tipos de capitais econômico, social, cultural e simbólico)? Em caso de resposta positiva, permite o construtivismo bourdiesiano melhor ordená-los e comunicá-los por meio de outros termos? O modo como interpreto e faço uso da sociologia bourdiesiana me permite pensar que sim e assim proceder à elaboração de princípios, consoantes e para utilização num contexto periférico específico, na estruturação de um modelo bourdiesiano sob medida local.

Assim sendo, a partir dos principais temas analisados, conforme estrutura e procedimentos apresentados em 1.4.3 (que reforçaram o modelo esboçado em Sá 2013a), sigo a elaborar o campo de negócios agreste. Neste percurso, não procuro identificar isso ou aquilo como sendo exemplos dos tipos de capitais elaborados como noções por Bourdieu. Procuro sim, a partir de tais noções, explicitar o que considero significativo (ou não), se acumula (ou não) e assim diferencia ou assemelha tais proprietários e seus negócios que, como argumento, possuem origem comum na história coletiva local também acumulada e incorporada. Ou seja, aqui procuro explicitar o que intenciono ao pensar por meio de noções – concebidas a partir da noção bourdiesiana de capital –, o que se valoriza como signo distintivo e assim adquire significado compartilhado no campo de negócios agreste.

Ao procurar seguir fiel ao construtivismo bourdiesiano neste campo, também me foi necessário pensar tais ferramentas conceituais sob medida local e assim orientar a análise dos temas que se destacaram. Do mesmo modo que agreste das confecções, filhos das feiras e campo de negócios agreste, também não tenho como defini-las “escolasticamente e de partida” (lembro que Bourdieu elabora suas noções ao longo de sua trajetória investigativa e as explicita de modo mais maduro em termos retrospectivos, como procurei resgatar em 1.2.2). No entanto, me é possível explicitar o que intenciono ao usá-las.

“Recursos diferenciadores no mercado local” e “traços distintivos dos proprietários” são noções-bússolas que me permitiram avançar em termos comparativo-relacionais, tanto no que se refere aos filhos das feiras diretamente quanto ao que está objetificado em seus negócios. Ambas são frutos da convicção, consolidada ao longo da investigação, de que me seriam mais úteis aos objetivos da tese que a repetição ou aplicação local “pura e simples” da terminologia dos capitais bourdiesianos. Aos meus olhos, tais noções me permitem agrupar e analisar as diversas similaridades e diferenças significativas ao campo de modo a melhor compreendê-lo nestes termos. É deste modo que posições podem ser ocupadas e este campo agreste configurado. É assim, ao comparar os filhos das feiras e seus negócios por meio de tais ferramentas teóricas, que me é possível elaborar o que caracteriza cada uma das posições por eles ocupadas no campo.

O que foi identificado e compreendido como recursos diferenciadores no mercado local e traços distintivos dos seus proprietários é explicitado por meio da comparação exaustiva empreendida nos tópicos seguintes. Ou seja, posso seguir a demonstrar como se deram seus usos e o valor que adquirem nestes usos, na prática, no direcionamento dos esforços comparativos-relacionais sob eles agrupados (3.2.2 e 3.2.3), bem como por meio das posições ocupadas em campo (3.2.4), onde as “fichas” e os “trunfos” mais significativos, como na bela metáfora bourdiesiana que me serviu de epígrafe a este tópico, são colocados em jogo.

Sigo então em cada um dos tópicos seguintes com as respectivas questões: Em relação a tais negócios, o que pode ser destacado como recursos que os diferenciam nos termos locais? O que me é possível apontar como traços distintivos mais relevantes de seus proprietários? Como se configura o campo de negócios agreste e quais posições são nele ocupadas pelos filhos das feiras?

3.2.2 Recursos diferenciadores no mercado local

Devo a elaboração deste termo ao próprio Bourdieu (2005b: 24-25):

A força ligada a um agente depende de seus diferentes recursos, por vezes chamados *strategic market assets*, fatores diferenciais de sucesso (ou de fracasso) que podem lhe assegurar uma vantagem na concorrência, isto é, mais precisamente, do volume e da estrutura do capital que ele possui, sob suas diferentes formas: capital financeiro, atual ou potencial, capital cultural (não confundir com o “capital humano”), capital tecnológico, capital jurídico, capital organizacional (incluindo o capital de informação e conhecimento sobre o campo), capital comercial e capital simbólico.

Foi por meio da ideia de “recursos estratégicos de mercado” que cheguei ao título deste tópico – um modo que me pareceu apropriado para significar o conjunto das diversas características que podem diferenciar um negócio de outro em termos locais. Aos meus olhos, serve como uma primeira dimensão que permite o agrupamento e a análise de aspectos decisivos à configuração do campo e à definição de posições nele ocupadas (cf. 3.2.4).

Isto posto, aqui me dedico a uma caracterização geral e comparativa com ênfase nos negócios de produção e comercialização de confecções dos proprietários entrevistados, em especial, nos aspectos destacados relativos: à dinâmica produtiva; às práticas de cálculos, compras e vendas; à equipe de trabalhadores e à contratação de serviços de terceiros. Além destes, alguns outros se mostraram relevantes e, diante disso, procuro avançar com o pensamento comparativo-relacional também sobre eles.

Entre “em casa” semanalmente e “na indústria” planejadamente (dinâmicas produtivas)

Ao se considerar que apenas três dentre os oito entrevistados não produzem em sua própria residência, a dinâmica produtiva e a rotina dos seus negócios podem ser agrupadas em três tendências gerais. Uma primeira, na qual ambos seguem o ciclo semanal das feiras da sulanca da região. Uma segunda, na qual o negócio segue equilibrando-se entre as encomendas dos clientes e o ciclo semanal de tais feiras. E uma terceira, onde se planeja a produção conforme a coleção e/ou a projeção estimada de

vendas para um período futuro. O nível de complexidade do processo e a infraestrutura necessária para o mesmo varia em consonância com o modo de funcionamento do negócio neste quesito.

Quando conversamos sobre sua rotina semanal de trabalho, disse-me Maria (que fabrica sozinha em casa): “O trabalho começa na terça-feira que é quando eu vou costurar. No domingo eu vou pra feira, na segunda eu vou pra feira, aí na terça começo de novo, a costurar de novo, e vai indo”. Assim como ela, é possível imaginar que grande parte dos menores produtores-comerciantes opere conforme o tempo semanal da feira. Uma vez que não possuem outros canais de vendas, nestes casos a dependência das feiras da sulanca das cidades-eixo é bastante significativa. Também como Maria, parte deles não tem como viabilizar a venda de sua produção em mais de uma feira, somente pode comercializar na feira da cidade-eixo na qual atua ou naquela mais próxima ao seu município de residência (e onde produz).

Após a compra do tecido, a dinâmica produtiva orquestrada por Silvio, que recorre a facções especializadas para execução de cada uma das etapas do processo produtivo, se dá do seguinte modo:

eu boto no corte. Do corte sai para a facção [de costura]. Aí quando vem da facção a peça tem que ir para o travete [tipo de atividade específica necessária para o reforço da costura em partes da peça]. Quando sai do travete, tudo segue para a lavanderia. Quando sai da lavanderia vai para o aprontamento, para dar o acabamento final.

Segundo ele:

A correria é grande para administrar o negócio da gente porque tem que estar em cima de tudo. Estar em cima de facção, para continuar fazendo do mesmo jeito ou melhor, dar mais qualidade à mercadoria, no corte, no aprontamento. [...] No dia mesmo quando chega a feira, às vezes nem tempo de almoçar se tem.

Diferente de Maria, ele possui uma marca registrada e vende para clientes de fora (feitos por meio do seu banco de feira ou por meio de representantes). Quando conversamos, disse-me que a feira na qual tem banco estava “uma negação”, que tinha muitos conhecidos que estavam indo e voltando sem vender nada. No caso dele, a venda pelos outros canais (clientela já feita e representantes) o possibilita manter o negócio ativo, mesmo que a rotina das atividades ainda seja determinada pelo tempo da feira.

Já na indústria de Ionaldo, o processo, a rotina e a infraestrutura produtiva se estabelece a partir da concepção da coleção e das estimativas de peças a serem vendidas e comercializadas.

Quando a gente faz uma coleção, já sabe quanto nós teremos que gastar de tecido, a gente já tem uma estimativa da nossa produção. [...] Aí a gente define o quanto vai cortar, o tanto de peça que vai cortar daquele modelo, aí a gente vai fazendo o *mix* daquela coleção e a gente vai fazer o planejamento dos tecidos, das coisas e a gente já se programa com a fábrica e tal. É tudo um processo danado.

Neste tema, no conjunto dos agentes que atuam e constituem o campo, encontram-se variações entre possibilidades que vão desde o extremo doméstico, mais próximo das heranças agrestinas (cf. 2.1 e 3.1), ao outro extremo industrializado, mais próximo ao modelo de negócio do capitalismo convencional, mesmo que com vínculos históricos localizados como o caso da hoje indústria de Ionaldo (que já foi fabrico doméstico).

Ainda que as dinâmicas produtivas identificadas nos negócios dos filhos das feiras possam ser associadas às três tendências acima ilustradas, na prática se espalham de modo a serem melhor visualizadas por meio de um *continuum*¹¹² – com maior recorrência de casos próximos das primeira e segunda tendências. Há uma dimensão de tais dinâmicas produtivas que significa a posição de um ou outro agente no campo e assim é simbólica desta em relação aos demais (que estariam numa situação melhor, semelhante ou pior que ele), principalmente quando associada aos aspectos seguintes. Ou seja, faz com que o negócio seja visto como semelhante ou diferenciado em comparação ao que é localmente mais comum, com maior ou menor volume significativo de recursos vinculados ao seu processo produtivo. Deste modo, o “como se produz” – se mais de modo doméstico, fazendo uso das facções ou por meio de etapas planejadas e executadas em série e larga escala – adquire um significado associado ao modo como um negócio e seu proprietário podem ser comparados com os demais.

¹¹² Este é o modo que penso ser mais apropriado para observar esta e as demais tendências apontadas neste capítulo.

Entre cálculos empíricos e um departamento específico (formas de cálculo)

Em paralelo à dinâmica produtiva e sua rotina, é preciso que formas de cálculo de custo, da rentabilidade da atividade e do preço de venda sejam colocadas em prática. Mais uma vez aqui foi possível elaborar três principais tendências. Uma primeira, na qual tais cálculos são feitos de modo empírico, com base nas experiências prévias no negócio. Uma segunda, na qual se recorre a outras fontes de conhecimento próprio ou via consultoria. E ainda uma terceira, na qual “tudo é calculado” por departamento específico e conforme as projeções produtivas anteriores.

O conhecimento sobre o negócio, previamente adquirido por meio da prática, tende a ser colocado em prática em situações seguintes. Em termos de cálculos financeiros, isso não seria diferente. “A gente sabe o preço de tudo, aí bota o lucro”. Foi assim que Tadeu sintetizou o modo como calculava seu preço. Disse-me ainda que, apesar de vender com uma margem de 30% acima do custo, estima seu lucro em 15%, os 15% restantes deixa no negócio. Funciona ao mesmo tempo como poupança e investimento.

Geraldo parte do custo do tecido e considerando alguns aspectos (insumos, trabalhadores, facções, etc.) e outros não (água, luz, aluguel da casa-fabricao, etc.), descreve do seguinte modo o cálculo que opera:

O cálculo que eu faço é do tecido que eu compro. Vamos dizer que a camisa longa leva 1,30 metros de tecido, aí eu multiplico 1,3 o preço que eu comprei o metro de tecido. Aí depois eu boto o custo do pessoal que trabalha em casa. Aí eu faço a base do quanto ela custou para mim. Tem o cortador, tem a menina que trabalha comigo, tem a costureira, o aviamento e o tecido.

Este modo de cálculo, com base no conhecimento empiricamente elaborado e reproduzido de modo exaustivo na prática, foi o que se mostrou mais recorrente entre os entrevistados. A partir da experiência de pesquisa vivida, também acredito que seja o mais comum e historicamente compartilhado entre milhares de pessoas que tocam, ao longo das últimas décadas, negócios de produção e comercialização neste campo. Aos meus olhos, trata-se de uma herança presente das feiras de rua locais, como foi possível observar em 3.1.

Entretanto, com a evolução da atividade nos últimos tempos, outras fontes foram sendo somadas aos modos então localmente vigentes de realizar estes tipos de operações matemáticas. O caso de Dorival (2.3.4) serve de ilustração:

Eu participei de algumas consultorias, tenho uma planilhazinha do Excel, que é até do Senai. [...] Eu trabalho o preço nela, mas como eu me formei em Administração, já tinha uma noçãozinha de custo, né? E em cima desse eu botava meio que empiricamente [o preço], eu não tinha como calcular o valor exato. Já com esse programa, ele diz a depreciação de máquina, [...] o custo operacional em cima da produção de cada mês. Antes eu não fazia isso [...]. Antes eu botava o preço sem ter noção do que era o custo operacional da fábrica. Eu botava sempre assim, um real, oitenta centavos de cabeça [para algum custo que tinha], empiricamente, e o custo de linha, vinte centavos [...]. Hoje em dia faço em cima disso, de um sistema [...] bem profissional, entendeu?

A formação universitária e a consultoria especializada são novas fontes por meio das quais ferramentas consideradas elementares, ao menos em contextos de mercado mais avançados, como uma planilha de Excel, servem a um modo de cálculo diverso do que se herda da feira. Outras fontes de conhecimento utilizadas são incorporadas por meio das disposições que se coloca em prática na dinâmica cotidiana do negócio. É justamente o fato do próprio Dorival, enquanto proprietário, ser o agente de tal prática que difere de situações como a de Ionaldo. Quando o perguntei sobre como era feito o cálculo do preço do produto em sua indústria, ele me respondeu do seguinte modo:

Tudo é calculado. Tem o pessoal [que trabalha] ali, quanto tempo leva aquela costura, daquele modelo... é um trabalho bem detalhado, né? A gente começa desde a construção [design], até a peça pronta. O tempo de lavanderia, o tempo que passa na costura, o tempo que passa no desenvolvimento da lavanderia, porque passa por vários processos, tem o *laser*, tem um trabalho manual que a gente faz [...]. Se você quiser, você pode até depois falar com o meu pessoal de custo.

Neste caso, as atividades relativas aos cálculos financeiros necessários ao negócio são desenvolvidas por departamento especializado. Hoje, não há mais necessidade que o proprietário incorpore disposições relacionadas a novas competências nesta área. O montante de capital econômico possuído, a trajetória evolutiva do seu negócio e a estrutura objetiva que nele se conformou, enfim, tudo isso deu forma a um departamento específico. Para este se contrata funcionários que executam as operações necessárias conforme os padrões de mercado e as práticas da gestão financeira contemporânea. Algo bem diverso do que se fazia no negócio do próprio Ionaldo, cerca

de trinta anos atrás, quando produzia na casa dos pais apenas com um trabalhador para vender na Feira de Caruaru e noutros lugares pelos quais viajava como mascate.

As tendências relativas às formas de cálculo acima elaboradas compõem o que se pode conhecer e ser reconhecido, entre tais negócios, como significativo neste quesito. A que tipo de negócio uma ou outra prática se mostra mais ou menos presente e assim contribui para a caracterização do seu posicionamento relativo no campo? Para além da solução mais razoável à administração financeira daquele tipo de negócio, estão os significados vinculados a uma prática empírica “pura”, à incorporação de instrumentos e conhecimentos estranhos ao contexto original de feira de rua, ou ainda à profissionalização e contratação de pessoal especializado para a execução de operações complexas (para as quais não se teria o conhecimento necessário).

Entre restos dos outros e grandes fornecedores (práticas de compras)

Em relação às práticas de compras, à exceção da indústria de Ionaldo, que tem compras feitas principalmente em outros estados, por meio de departamento especializado, todos demais negócios têm suas compras realizadas por seus proprietários. Estes, entretanto, podem ser agrupados entre aqueles que compram: a) principalmente em um dos municípios do eixo, contando com crédito dos próprios fornecedores (Tadeu, Silvio, Geraldo, Laura, Silvio); b) à vista num dos municípios do eixo e a prazo no seu periférico (Maria); c) retalhos-restos de fabricos maiores no município do eixo no qual atua (Rodrigo).

Rodrigo, que fabrica calcinhas com estes restos de tecidos utilizados pelos fabricos e chamados de “ponta de peça”, disse-me que se ele fosse “comprar um retalho desse na loja, meu Deus do céu, num dava pra vender calcinha barato não”. Se no início recebia de graça de um amigo, que o repassava tais retalhos para que ele tivesse como sobreviver, hoje em dia, muito embora possa pagar por eles, não acredita ser viável ao seu negócio comprá-los nas lojas. Acredita que se assim o fizesse arriscaria sua manutenção na atividade.

Uma diferença que Laura observa, entre seu fabrico e outro que estaria um degrau acima, é a capacidade financeira que este teria para comprar tecido à vista, e assim aproveitar melhores preços quando se compra deste modo. Por outro lado,

aqueles que estariam um degrau abaixo, segundo ela, não teriam como “guardar um cheque” como elas podem fazer:

a gente pode guardar um cheque, dois, três... por exemplo, o comércio de Fulana está tão de um jeito que um cheque de um bom valor, que recebeu como pagamento de uma venda, ela não tem condição de guardá-lo para comprar tecido depois [próximo do vencimento do cheque]. Ela então vai num agiota¹¹³ e troca. Se o cheque foi para 60 dias, ela perdeu 12%, perdeu 6% de um mês e 6% de outro. Aí ela já vai ficando mais afundada, né? O lucro dela, que já é pouco, ainda está perdendo 12%.

O modo como as compras são feitas pode demandar dos proprietários o desenvolvimento disposicional em termos específicos de cálculo financeiro projetivo (e.g., comprar à vista por um melhor preço ou com prazo, porém mais caro), negociação e estabelecimento de relações sociais, a serem capitalizadas e convertidas em melhores preços ou prazos nas compras dos mais diversos tipos de insumos necessários à sua produção.

Além deste componente disposicional, o que se compra (que tipo de insumo, como este é qualificado entre os demais utilizados pelos concorrentes), a quem (que tipo de fornecedor, com que tipo de reputação), de que modo (em quais condições de preço e de prazo em relação aos demais produtores) e em que quantidade, enfim, tudo isso pode indicar não somente uma (des)vantagem competitiva. Ao ser somado aos demais aspectos aqui em análise, as diferenças entre as práticas que vão desde a compra de retalhos-restos dos fabricos locais até compras de valor e volume consideráveis, junto a grandes fornecedores de outras regiões do país, também constituem mais uma expressão simbólica do negócio e de sua posição no campo.

Entre fazer tudo só e contratar muitos outros (trabalhadores e serviços)

Algo comum aos negócios dos pesquisados é que possuem familiares trabalhando ou recorrem a eles, como Rodrigo e Laura, em situações nas quais mais mão de obra se mostra necessária. No entanto, diante da diversidade observada no

¹¹³ Aquele que pratica a agiotagem, o empréstimo de dinheiro com cobrança de juros entre pessoas físicas. Muito embora não permitida pela lei, é uma prática muito comum na região. Segundo conversas que tive com informantes, além de poucos negociantes terem como reunir e apresentar a documentação geralmente solicitada pelo banco, os agiotas praticam taxas de juros próximas das bancárias e são mais acessíveis diante da dinâmica informal e pessoalista das relações locais. É muito mais fácil, prático e comum pegar dinheiro emprestado com um agiota conhecido do que no banco.

questo “trabalhadores”, não se mostrou viável o estabelecimento de uma tendência ou agrupamento como nos temas anteriores. A opção então foi a elaboração dos descritivos das variações observadas a seguir:

1. Sem trabalhadores além dela, porém recorre à família quando necessário, no caso extraordinário do recebimento de uma encomenda maior (Maria);
2. Mão de obra não registrada esporádica, às vezes filha e ou esposa, sem habilidades específicas (Rodrigo);
3. Uma trabalhadora fixa não registrada além da esposa e um cortador de tecido contratado para quando necessário o desempenho desta atividade (Geraldo);
4. Mão de obra não registrada e familiar, com e sem habilidades específicas (Tadeu, Silvio);
5. Mão de obra não registrada (costureiras) e familiar (filhos cortadores e embaladores) com habilidades específicas, sem especialização (Laura);
6. Alguns trabalhadores fixos formalmente contratados, dentre eles podendo existir alguns com habilidade específica, porém não especializados (Dorival);
7. Mais de cento e cinquenta trabalhadores formalmente contratados, divididos em departamentos, sendo parte deles profissionais qualificados (com diplomas técnicos ou universitários) (Ionaldo).

Além da produção própria, realizada por tais trabalhadores sob a supervisão direta de ao menos um dos proprietários (no caso de um casal, o que mais pode observar é que o marido geralmente cuida do negócio como um todo, e.g. atividades externas, compras, entregas, dinheiro, vendas, e a esposa, do processo produtivo e da supervisão dos trabalhadores), serviços de outros são contratados para o desempenho de uma ou mais atividades necessárias ao processo. É recorrente na região a atuação de facções, um tipo de negócio no qual se faz apenas uma parte específica (e.g., costura ou corte) do processo produtivo. Além deste tipo de serviço prestado, uma série de outros passaram a ser demandados por parte dos negócios e, simultaneamente, lhes foram sendo ofertados.

Uma produtora doméstica individual como Maria não tem condições e nem contrata qualquer um deles, mas se observados os demais negócios dos pesquisados, em todos será notada a contratação de serviços de terceiros. Tais serviços podem ser agrupados em serviços de conhecimento (consultoria gerencial, de estilismo, de

propaganda, contábil, etc.) e de execução de etapas do processo produtivo (facções). A maior parte dos entrevistados conta com serviços de facções para a execução de etapas importantes da produção de suas peças (apenas Maria e Ionaldo não o fazem), enquanto a menor parte deles contrata serviços de conhecimento.

A questão aqui, mais uma vez, é como se observa e avalia no campo o fato de se ter ou não trabalhadores contratados para além da família, a quantidade e a qualificação que estes têm (ou não), bem como que tipo de serviço se contrata a terceiros (mais vinculado ao processo produtivo ou ao conhecimento sobre o negócio – de design, contábil, de gestão, comercial, etc.) e quais são os tipos de prestadores com os quais se pode ou não contar. Os recursos de pessoal (trabalhadores), para o desempenho de atividade técnico-produtiva específica (facções) ou de assessoria especializada (consultorias) dispostos pelo negócio, ou aos quais se pode recorrer em caso de necessidade, se somam aos demais também como signos diferenciadores relevantes ao posicionamento do negócio no campo – e não apenas como mais um aspecto técnico ou econômico.

Entre “andando pela feira” e por meio de lojas de fábrica/representantes (práticas de vendas)

Em termos da infraestrutura e das práticas relativas às vendas, direta ou indiretamente, todos os negócios comercializam parte do que produzem no espaço das feiras de rua (ou no seu entorno, no caso das lojas da fábrica de Ionaldo ou da loja que Tadeu aluga em parceria com um parente, nos arredores da área da Feira de Caruaru) das cidades-eixo ou nos centros de compras formados a partir delas. O que os diferencia é o tipo de estrutura disposta para tal. Aqui, mais uma vez, diante da diversidade das ocorrências observadas entre os entrevistados, optou-se por elaborar descritivo a seguir no qual se contempla o modo e a infraestrutura destinada às vendas:

1. No banco do Calçadão que “ganhou” de um botador de banco e andando pela feira (Maria);
2. Nos dois bancos que possui no Calçadão onde entrega as encomendas que recebe dos seus clientes de outros estados (Rodrigo);

3. Viajando para vender a revendedores, principalmente noutras regiões do estado, e no próprio banco numa das feiras da região (Geraldo);
4. Pessoalmente no seu banco de feira em Toritama, atualmente vende mais para clientes antigos de outros estados (porém feitos na feira) e por meio de representantes de Santa Cruz (Silvio);
5. Em pessoa, com familiares e trabalhador em *box* próprios e outro alugado no Moda Center, num ponto comercial (alugado em parceria e dividido com um parente) no entorno da Feira de Caruaru (Tadeu);
6. Em pessoa no *box* próprio no principal centro de vendas local (Moda Center), via representantes de Santa Cruz e para clientes de outros estados (feitos na feira) (Laura);
7. Em pessoa no banco de feira em Toritama, via representantes (sem metas determinadas) noutros estados e para clientes também feitos por meio da Rodada de Negócios do Sebrae (Dorival);
8. Em cinco lojas da fábrica (localizadas no entorno das feiras e nos principais pontos de venda da região) e por meio de representantes noutros estados do país com metas determinadas pelo fabricante (Ionaldo).

Hoje dispondo de um banco próprio para a comercialização de sua produção numa das feiras da cidade-eixo, Geraldo lembra a diferença quando não o possuía: “botava a minha mercadoria na banca do meu irmão ou na do meu amigo. Mas só que era uma agonia danada, minha mercadoria ficava um pouquinho ali, outro ali no chão, aí eu consegui, graças a Deus, comprar aquele banco [...] agora tenho meu ponto”. Ter um banco próprio para a comercialização de seu produto, por mais comum que possa ser, representa alguma vantagem se comparado com aqueles que não o possuem.

Atualmente, somente Ionaldo (que tem em sua fábrica divisões e funcionários envolvidos nas diversas etapas de produção, bem como um departamento comercial, equipes de vendas atuantes em suas lojas da fábrica e representantes noutros estados do país) não desempenha o papel duplo de trabalhar em atividades diretamente relacionadas com a produção e efetuar as vendas nas feiras ou centros comerciais das cidades-eixo – muito embora já o tenham feito por longo tempo, em momentos anteriores de suas trajetórias na atividade. Dentre os demais entrevistados, este papel é hoje desempenhado por todos eles. Foi assim que Geraldo sintetizou sua condição: “é

porque sou fabricante e vendedor ao mesmo tempo, né? Quem vende sou eu, num tenho ninguém que venda pra mim”.

Como foi visto em 3.1.3, envolver-se diretamente com o processo produtivo e, em simultâneo, dedicar-se às vendas é algo que demanda dos filhos das feiras um considerável investimento de si no negócio. Em que intensidade e por quanto tempo, se consegue manter os níveis desejados de investimento pessoal na atividade, pode ser um aspecto decisivo à trajetória do negócio.

Assim como no tema “compras”, além de componentes disposicionais dos proprietários (como o acima destacado), o que se vende (que tipo de produto, como este é qualificado entre os concorrentes), a quem (que tipo de comprador, com que tipo de reputação), de que modo (em quais instalações, com quais condições de preço e de prazo) e em que quantidade, enfim, tudo isso se torna significativo não somente pelo maior ou menor montante econômico que faz circular, mas também porque permite comparar um negócio a outro e assim estabelecer relações entre as diversas posições ocupadas no campo.

A força ou a fraqueza de um negócio e o maior ou menor poder associado ao seu proprietário não são apenas classificações vinculadas ao montante financeiro nele investido. Tratam-se também de construções socioculturais, intersubjetivamente elaboradas e partilhadas, que se dão por meio de como uma infraestrutura de vendas (e.g., loja de fábrica ou banco de feira) e as práticas que lá acontecem (mais séria ou descontraída, pessoal ou impessoalizada, burocratizada ou informal, mais no varejo ou no atacado) são vistas e avaliadas pelos pares – que trazem incorporados e colocam em prática critérios razoáveis compartilhados que as classificam, e que seus proprietários também usam para classificar os mais diversos recursos identificados nos negócios dos outros, nos termos do que seria condizente com a condição de um negócio fraco e de um proprietário com pouco poder no campo (ou do contrário).

Demais aspectos e comparativos relevantes

Duas práticas muito atuais no campo de negócios agreste, e que podem ter fortes impactos na trajetória de um negócio, são as operações de venda de mercadoria e compra de insumos a prazo e com cheques pré-datados. Entre os principais impactos que práticas como estas podem causar nos negócios estão os “calotes” que podem levá-

lo até mesmo à “quebra”. Lembro que numa das oportunidades na qual estive em sua casa-fabrico, Laura fez questão de me mostrar um monte de cheques sem fundos que recebeu de “clientes”. Muito escutei, ao longo do período de pesquisa de campo, histórias de negociantes que quebraram em função de um ou mais calotes que receberam. Sobre isso, disse-me Silvio:

esse ramo é o seguinte: é bom, tanto ele levanta, como ao mesmo tempo, se você pegar uma clientela que num dá sorte, aí para você cair, você cai ligeiro. Quando o cliente quer, ele quer a mercadoria. Mas também, quando ele quer lhe derrubar, ele derruba.

[Perguntei-lhe] “- Derruba como?”

Através de calote que ele dá. Por aqui tem muito freguês caloteiro. Tem muito freguês bom, agora tem muito freguês caloteiro também. Foi o que aconteceu comigo. Aí ali eu quebrei e voltei a trabalhar pros outros, voltei para o corte de pano de novo.

Como um grande volume das transações de compra e venda se dão à margem do direito comercial, sem notas fiscais ou contratos assinados, na maioria dos casos os filhos das feiras não encontram um modo de recuperar o prejuízo. Este é um risco inerente ao modo como as negociações se dão neste campo. A consequência para muitos, como foi para Silvio, é quebrar e assim precisar voltar a trabalhar para os outros.

No sentido de se precaver diante da recorrência deste tipo de prática, estratégias de identificação de clientes-caloteiros¹¹⁴ são desenvolvidas. Silvio me contou que hoje procura “tomar informação” sobre um novo comprador na própria feira, com demais negociantes, antes de aceitar vender para um novo cliente a prazo. Laura recorda que antigamente, assim como elas, os fabricantes da região sofriam mais com calotes pela grande vontade de vender e por certa ingenuidade, por acreditar nas pessoas que apareciam querendo fazer maiores compras. Mas com o tempo, as informações

¹¹⁴ Como a venda no atacado é muito comum, para pessoas que irão revender a mercadoria noutras regiões do Nordeste ou mesmo do país, uma situação hipotética de calote se dá mais ou menos assim. O cliente-caloteiro aparece na feira ou no centro comercial e compra uma boa quantidade de mercadoria à vista. Depois ele começa a comprar no cheque pré-datado com um prazo de trinta dias, por exemplo, e a aumentar a quantidade de mercadoria que compra. Depois que conquista a confiança do vendedor, aumenta o volume das compras e consegue mais prazo para o pagamento. O golpe acontece quando ele volta e faz uma grande compra poucos dias antes da data do cheque pré-datado anterior vencer. Assim, tanto ele não paga a compra anterior, pois o cheque volta sem fundos, quanto a nova compra que fez antes do cheque ter “voltado”. Em grande parte dos casos, aquele cheque já havia sido passado adiante para um fornecedor de tecidos ou aviamentos, afinal, estes cheques pré-datados dos clientes são amplamente aceitos no comércio local, geralmente praticando-se um desconto no seu valor. Quando o prejuízo é muito grande, ele faz com que o fabricante “quebre” e não tenha como honrar seus pagamentos e seguir no negócio. É muito difícil conversar com alguém que toque um negócio na região já há alguns anos que ainda não tenha sofrido um grande calote.

disponibilizadas na *internet* e a própria disposição que desenvolveram para reconhecer se o cliente tem “jeito de caloteiro ou não”, o número de problemas deste tipo diminuiu. Para ela, a venda via representantes é menos arriscada do que na feira. Com os primeiros, se pode ao menos procurar o representante na cidade. Já com o cliente de feira, que vem de fora e não se sabe onde mora, fica mais difícil.

Além deste aspecto comum a grande parte dos negócios, principalmente aos que não se inseriram e comercializam sua produção conforme a regras determinadas pelo Estado e praticadas pelo mercado convencional, há uma série de vantagens e desvantagens que são significativas quando se pensa tais negócios em termos comparativos. Muitas destas estão relacionadas ao poder econômico disposto ou não pelo proprietário e por seu negócio, mas não se restringem especificamente a ele, se redobram em signos distintivos, como procuro aqui demonstrar.

Ionaldo, como vimos, teve um início de trajetória semelhante aos demais, partiu da condição de mascate, feirante e produtor doméstico, porém tem mais tempo de estrada como proprietário que todos os outros. Para ele, o tempo é um fator determinante que separa um negócio de outro concorrente: “se começamos a quatro ou cinco anos e ele começou a dez ou mais, só o passaremos se ele parar e nos continuarmos. Mas se seguimos, eu no mesmo trabalho e ele também, fica difícil”. Hoje também detentor de reconhecimento social, desfruta de uma posição de destaque como industrial local, tem uma fábrica bem equipada que serve de referência local e acredita ter na sua lavanderia um diferencial. Sobre esta parte da atividade de confecção em *jeans*, diz fazer muita pesquisa, inclusive fora do Brasil, tanto sobre a tecnologia nela empregada como sobre o tratamento apropriado dos resíduos (efluentes tóxicos) do processo de lavagem das peças. Diferente dos demais exceto Maria, Ionaldo não facciona nenhuma etapa do seu processo produtivo. Disse-me que não o faz para melhor se assegurar da qualidade do seu produto final. Distinguido como vitorioso dentre os milhares de pequenos e médios produtores por sua condição de grande industrial local, a dinâmica cotidiana de sua indústria difere bastante de quando ele mesmo começou ou dos demais pequenos e médios negócios da região. Entretanto, seu modo de falar e seu jeito de agir mantêm vínculos com o *habitus* feirante que me pareceram evidentes, explicitam a presença da história coletiva local num hoje industrial que também é produto dela.

Além de ter destacado a importância da qualidade da clientela que foi feita, da mercadoria e da fama que a marca conquistou como diferenciais de quem está à frente, assim me falou Silvio sobre os reflexos de se ter maior ou menor poder econômico investido no negócio: “às vezes se tem duas, três lojas, aí não se compara com o feirante que só tem um banco na feira”. Além disso, quem tem uma loja pode cobrar mais caro por seu produto em função do seu ponto de venda permitir significar que o produto ali vendido é melhor do que aquele outro exposto num banco da feira.

Por outro lado, Silvio me disse o seguinte sobre o que seria preciso para quem está um degrau abaixo chegar ao seu patamar:

eu acho que é investimento, por exemplo, condição [financeira] para registrar uma marca. Por que se gasta para isso, tá entendendo? Às vezes tem um fabricante que ele só tem como fazer duzentas ou trezentas peças por semana, ele não tem como investir para criar uma marca. Porque isso já aconteceu comigo, logo quando eu comecei vi muitos colegas evoluírem, quando pensar que não, terem condições financeiras de registrar e eu não ter.

O poder econômico, no caso acima, aparece vinculado à criação e ao registro daquilo que pode ser um forte signo distintivo do negócio, sua marca¹¹⁵. Resultado de recursos financeiros convertidos em imagem e em diferenciação simbólica por meio dela.

Não somente nestes últimos, mas em todos os demais temas tratados ao longo deste tópico, um “redobramento simbólico” está atrelado a este ou àquele recurso disposto pelos negócios dos filhos das feiras. Este redobramento, indissociável do valor intersubjetivamente atribuído, do volume e da trajetória de recursos objetivados disponíveis (ou não) pelos agentes atuantes no campo, também é constitutivo das avaliações comparativas e relações que se estabelecem entre tais agentes, ao classificarem e serem classificados por aquilo que é localmente considerado como recurso diferenciador relevante observado num e não noutros.

¹¹⁵ Associada pelo próprio Bourdieu ao que denominava de “capital simbólico”. Para ele, “o capital simbólico reside no controle de recursos simbólicos baseados sobre o conhecimento e o reconhecimento, como a imagem da marca (*goodwill investment*), a fidelidade à marca (*brand loyalty*), etc.; poder que funciona como uma forma de crédito, ele supõe a confiança ou a crença dos que lhe estão submetidos porque estão dispostos a atribuir crédito” (2005b: 25).

3.2.3 Traços distintivos dos proprietários

Ao apresentar “A Distinção” no Japão, Bourdieu (1996a: 18) colocou que

o próprio título do trabalho assinala que o que comumente chamamos de distinção, uma certa qualidade, mais frequentemente considerada como inata (fala-se de “distinção natural”), de porte e de maneiras, é de fato *diferença*, separação, traço distintivo, resumindo, propriedade *relacional* que só existe em relação a outras propriedades.

Para logo em seguida afirmar que esta ideia de diferença:

está no fundamento da própria noção de *espaço*, conjunto de posições distintas e coexistentes, exteriores umas às outras, definidas umas em relação às outras por sua *exterioridade mútua* e por relações de proximidade, de vizinhança ou de distanciamento e, também, por relações de ordem, como acima, abaixo e *entre*.

É justamente deste modo de pensar diferenças e similaridades, distâncias e proximidades, relações e comparações, inscrito sob o termo “traço distintivo” que aqui me sirvo. Por meio dele me dedico a uma caracterização geral e comparativa com ênfase nos traços distintivos dos proprietários, a segunda dimensão que estrutura o campo de negócios agreste

As comparações, entre eles e entre seus negócios, mostram muito deste campo constituído pelos (e que constitui os) filhos das feiras. Além disso, se dá por meio da “percepção do espaço das posições, que é, em simultâneo, conhecimento e reconhecimento do capital simbólico e contribuição para a constituição desse capital, [e assim] permite a orientação nesse campo” (Bourdieu, 2014: 87).

Se para iniciar-se na atividade, a demanda de pouco investimento econômico de partida funciona como uma menor barreira aos entrantes, ao mesmo tempo, a evolução da produção e da comercialização, e a conseqüente complexificação da sua dinâmica, não somente se dá em decorrência da conversão de poder econômico em recursos objetivos valorizados no mercado local. Lembro das capacidades que um proprietário precisa desenvolver (e.g., cálculos projetivos sobre quanto e como aumentar a produção, decidir sobre a contratação de mais trabalhadores ou optar por faccionar, ampliar o leque de produtos a serem fabricados e comercializados, dedicar-se mais à gestão do negócio e menos à produção em si), no sentido de lidar com um conjunto mais amplo de

práticas, e de como estas serão decisivas no manuseio dos recursos econômicos aplicados no negócio e nos avanços a eles relacionados. Afinal, o capital econômico precisa ser convertido do melhor modo possível em recursos dos mais diversos. Recursos estes que são tanto diretamente vinculados ao negócio em si (como os que vimos anteriormente), quanto associados aos seus proprietários e ao modo como estes se posicionam (e são posicionados) no campo de negócios agreste.

Antes de seguir adiante ainda é válido reiterar o que foi colocado na introdução: a tônica dos negócios de confecções da região é que estes sejam administrados por seus proprietários. Foram eles que os criaram e que os levam adiante, do modo como possibilitam suas disposições incorporadas, constrangidas e/ou estimuladas pela dinâmica do campo enquanto contexto de ação. No que se refere a eles, também a partir dos principais temas analisados, alguns aspectos (relativos à disposição de crédito, relações sociais e estilo de vida entre outros) são aqui enfatizados e abordados em sequência.

Família, amigos e nome na praça

Quando conversamos sobre o que teria sido diferencial entre alguém que hoje é visto como um grande proprietário e os demais, disse-me Silvio:

Às vezes, como se diz, a sorte¹¹⁶. Por exemplo, eu ter sorte de chegar num armazém de pano pra comprar e o armazém me dá 150 dias de prazo e outro chegar e não ter a sorte de pegar 150 dias de prazo nem pano pra trabalhar. [E o dono dizer-lhe assim:] “a você eu só posso vender à vista”. [...] Já dificulta mais para ele trabalhar e é mais facilidade pra mim. [...] Aí ele entra em contato com um cliente que quer 90 dias [de prazo]. Ele não pode dar porque comprou pano para 30 dias. Mas eu posso, porque eu comprei o tecido pra 150 dias [...]. Eu acho que, assim, o lado desse pessoal ter crescido foi isso aí. [...] Através da amizade, já ser um pessoal que tem pano para as mangas e pode chegar dentro de um armazém com conhecimento também.

A capacidade de obtenção de crédito com fornecedores ou de melhores condições “por meio da amizade”, decorrência da conversão daquilo que Bourdieu

¹¹⁶ Compreendo o significado do termo “sorte” aqui como associado à ideia de possibilidade. Ou seja, não se trata de algo ao acaso, mas sim vinculado ao que seria mais ou menos possível, a depender de quem chega para comprar e de qual a relação que este tem com os responsáveis pela venda.

chamaria de capital social em vantagem competitiva ao negócio, pode ser observada também no que me falou Tadeu:

Como eu sou um cara mais antigo, aí tenho crédito numa loja, mas para isso tem que ter o nome limpo. Nessa região da gente tem uma grande vantagem na seguinte questão, o povo daqui sempre vende as coisas e dá prazo, aí você vai pagando, por questão de amizade, de família. [Conta muito] a palavra do cara e você ter o nome na praça.

“Sorte”, no sentido de possibilidade, “amizade”, ser de uma “família” específica ou ter “nome na praça” são aspectos propiciadores não somente de maiores prazos ou compras em lojas, mas também de oportunidades de novos negócios, como a que surgiu para Dorival. Ele acredita que ser reconhecido como bom pagador motivou a oferta de um galpão para abrigar sua produção. “Apareceu a oportunidade no mês passado, ele chegou e disse: ‘olha, Dorival, eu lhe conheço’. Realmente, ele me conhece, sabe da minha fama, assim, de bom pagador”. Mesmo não concretizando o negócio, ele acredita que este lhe foi ofertado em decorrência de tal fama.

Além disso, é pertinente destacar aqui que a família também desempenha outro papel importante. Para além da contribuição decisiva na formação das disposições da pessoa que hoje é proprietária de um negócio ou da transmissão da credibilidade conquistada anteriormente – o conhecimento e o reconhecimento da pertença àquela família podem funcionar como uma vantagem inicial na obtenção de crédito, por exemplo. Ela também pode atuar de modo objetivo com ajudas econômicas, de trabalho ou de infraestrutura para que o negócio siga adiante. Como já pôde ser visto, todos entrevistados receberam algum tipo de ajuda de familiares em algum momento do seu negócio. Todos já contaram (ou contam) com membros da família como mão de obra, ou ainda, recorrem a eles quando precisam de “uma força” no trabalho. A ajuda familiar e o potencial desta também se configuram, no campo de negócios agreste, em oportunidades das quais os filhos das feiras (uns mais, outros menos) podem dispor.

A personalidade das relações sociais e comerciais no Agreste é um traço histórico marcante (cf. 2.1). Assim como a marca do negócio constitui uma (des)vantagem competitiva simbólica, a imagem do proprietário associada a de sua família também funciona como traço distintivo no campo – isso é algo que foi e ainda é considerado como uma vantagem que os “naturais” dos municípios do eixo (ou mesmo aqueles que, não sendo natural nem produzindo num deles, já são conhecidos por lá como Tadeu)

possuem em relação aos forasteiros que lá chegam para arriscar-se, afinal, os primeiros podem dispor do que Silvio chamou de “sorte” ou ser “um cara antigo” e assim já ter um “nome na praça” como disse Tadeu.

As possibilidades e as restrições da teia de relações de amizade e “conhecimento”, nas quais ambos, proprietário e família, se inserem, podem ser associadas a esta marca pessoal que, se por um lado pode ter uma parcela recebida como herança das gerações anteriores, por outro, é construída ao longo da atuação individual na atividade e pelo modo como cada um se posiciona no campo.

A condição de associado

Outra fonte de oportunidades, da qual apenas podem se nutrir alguns dos proprietários, é a condição de membro de alguma das associações empresariais dos principais municípios produtores da região. Como destacou Santos Lima (2011), a atuação do Sebrae tem estimulado o associativismo entre o empresariado local. É por meio das associações que o próprio Sebrae oferece consultorias, realiza eventos, promove viagens conjuntas (para conhecer outros mercados, noutras regiões do país), entre outros esforços de sua atividade regional. Para participar das Rodadas de Negócios, por exemplo, a prioridade é dada aos associados. Em algumas das conversas que tive, com agentes envolvidos com esta dinâmica associativista, foi destacada a importância das informações às quais se pode ter acesso por meio de tais associações e de suas parcerias institucionais. Elas também oferecem cursos, palestras, funcionam como animadores do meio empresarial local, agente que promove a socialização dos proprietários de negócios que se destacaram nas feiras e a partir delas se inseriram em novos espaços, mercados, enfim, que anseiam ou seguiram no sentido de se aproximar do que pensamos quando proferimos o termo “empresário”.

Além dos benefícios objetivos de tal associação, os proprietários podem ter nesta condição um signo distintivo. Estar associado a uma entidade da classe empresarial pode ser significativo quando o comparamos com quem “apenas” carrega sacos, expõe e vende suas mercadorias num banco de feira de rua. Enquanto ao primeiro pode ser associada a ideia de modernização, adaptação e evolução diante da contemporaneidade, ao segundo aproxima-se a ideia de uma atividade comum e atrasada, que remete a um

“passado” ainda presente do qual os primeiros se distanciam de algum modo e medida, conforme cada caso e cada posição que se ocupa no campo.

Aqueles que apenas comercializam seus produtos em bancos de feira também constituem algumas associações nos municípios do eixo. No entanto, estas não usufruem das possibilidades, muito menos das infraestruturas ou parcerias institucionais das associações empresariais. Também não estão em sintonia com as práticas empresariais, que reverberam e são disseminadas como modelo nas outras, muito menos propiciam a criação de uma distinção simbólica compartilhada por seus membros e que os diferencia dos demais não-associados. Os interesses e os anseios associados nestes casos são outros e estão próximos à manutenção e garantia das possibilidades de quem se observa e atua como feirante.

Já a associação empresarial pode ser vista como uma fonte de possibilidades para que o associado se familiarize com o vocabulário de mercado, com as práticas empresariais inculcadas pelas consultorias (que se pode ter acesso por meio delas), com o jeito de fazer negócios em eventos como a Rodada de Negócios, com a frequência a palestras e o acompanhamento de cursos. Como grande parte deles teve poucos anos de escola, não pôde frequentar um curso universitário como Dorival (ou mesmo um curso técnico), foi crescida e “alfabetizada” pela feira de rua, há todo um aprendizado cultural, nos termos de pensar e agir como empresário, do qual necessitam quando se projetam para o mercado contemporâneo convencional no qual se pratica o discurso e as técnicas do *management*. Assim sendo, a associação pode propiciar alternativas de suprimento da bagagem cultural necessária aos filhos das feiras que se projetaram no sentido desta vertente mais empresarial do campo.

Estilização da vida: tempo e recursos para consumo e lazer

Próximo ao que Bourdieu pensava como capital cultural está outro ponto que acredito ser relevante: o estilo de vida. Por mais que a relativa homogeneidade da herança cultural tenha sido compartilhada localmente por meio do *habitus* feirante (3.1.1), é possível encontrar entre os filhos das feiras hábitos de consumo e lazer mais ou menos próximos, a depender de cada comparação específica e da posição ocupada no campo.

Além do poder econômico, a disposição de tempo é outro aspecto importante neste quesito. Ambos são cruciais ao que se compra, se consome e se pode (ou não) mostrar como signo de poder, ou ainda ao que se faz quando se é possível não trabalhar. Neste segundo caso, para muitos parece valer o que me disse Valéria, “a feira no domingo acaba com você. Meu lazer é ali, na feira do domingo¹¹⁷, eu acho”. A fala de Tadeu também foi neste sentido: “hoje a gente, o sulanqueiro pequeno, o grande não, mas o pequeno, não tem espaço de lazer, né? Não tem espaço de lazer porque é de domingo a domingo você trabalhando”.

Entretanto, ao avançarmos com o tema, Tadeu me disse que gostava de comer em lugares bons, de comprar roupas, de tomar uísque, que tinha tirado uns dias de férias e ido ao sul do país. Aos seus olhos, “a gente vive bem. A gente tem boas amizades¹¹⁸, vai onde quer, come o que quer, veste o que quer também”. Quando conversamos, ele tinha acabado de comprar uma Toyota Hilux (usada), que era o seu maior sonho de consumo.

Já Valéria e sua irmã Laura falaram-me com orgulho do que puderam comprar e viabilizar a partir do fabrico que tocam juntas: a casa, maior que a anterior, na qual também funciona o fabrico delas (Laura fez questão de dizer que dividiu o valor pago com o marido), a casa que Valéria fez para o filho, as despesas da faculdade particular dos dois filhos de Laura em Caruaru, o carro que pôde comprar (e que utiliza para o transporte das suas mercadorias) e uma viagem para São Paulo que fizeram (num dos dois períodos de quinze dias de férias que costumam tirar em janeiro e julho, após os maiores picos de trabalho). Mas por outro lado, uma delas completou, “o que eu acho, assim, da confecção, o lado ruim, é que... olhe, faz tempo que eu planejo ir lá no salão pintar os cabelos. Você num tem quase, assim, um tempo pra você se cuidar, se arrumar”.

¹¹⁷ Até dezembro de 2013 o Moda Center e o Calçadão, em SCC, e o Parque das Feiras e a feira que o circunda, concentravam grande parte do seu movimento no domingo.

¹¹⁸ O modo como Tadeu observa e avalia uma “amizade” pode ser relacionado ao ensinamento que recebeu do seu avô, principal referência masculina de sua educação. Disse-me ele sobre isso: “Eu faço amizade muito fácil. Inclusive, tem pessoas [com diploma universitário e de reconhecido destaque social] que não eram nem para estar nas minhas amizades, são pessoas totalmente diferentes do meu nível, né? E eu tenho amizade com esse pessoal, tá entendendo? Meu avô era muito ignorante mas me dizia assim: ‘peste! Tu tens que fazer amizade com gente melhor do que tu, peste! Porque, aí vão dizer: ‘esse neto teu é amigo daquele camarada que é rico’. Mas eu nunca me liguei nessas coisa de riqueza, não, né? Mas, assim, ele dizia sempre: ‘tu tens que andar com pessoas melhor do que tu, porque tu amanhã vais ser um cara melhor. Porque se tu andares com gente pior do que tu, tu nunca terás nada na vida, peste!’”. Ele dizia, né?”. São ensinamentos como este que ele e muitos outros colocam em prática também ao negociar no campo de negócios agreste.

Bem mais distante de uma possível ida a um salão de beleza, no subúrbio do município onde mora e fabrica em sua casa muito simples, Maria disse-me não ter qualquer lazer. Rodrigo e sua esposa, que teve participação ativa em nossas conversas, também apontaram poucas situações nas quais podem se divertir. Quando lhes é possível dispor de algum dinheiro, optam por fazer melhorias na casa humilde que compraram financiada. Cada melhoria que conseguem, na precária infraestrutura doméstica e produtiva que dispõem, é apresentada como uma conquista: “essa maquininha, por exemplo, ele cortava tudo na mão. Olhe os dedos dele aqui como são tortos. Aqui era um bolo de carne”. Ao seguir apresentando-me os poucos cômodos da casa, disse-me ela: “o espaço que você está vendo é mínimo. É um quarto para nós três. Eu divido apenas com um lençol a cama da minha filha [adolescente] [...]. Olhe, eu guardo a roupa na cozinha, meu sobrinho às vezes vem final de semana, para ajudar [no trabalho], e dorme ali na cozinha”.

A maior parte dos homens com os quais conversei compartilham a bebida nos fins de semana como uma atividade de lazer. Entretanto, o que e onde se bebe os distingue. Enquanto Silvio e Geraldo bebem cerveja, este último com maior frequência em casa mesmo. Assim como Tadeu, Ionaldo gosta de beber uísque, porém o faz também em seu haras onde tem seus cavalos como *hobby*. Sobre o carro que possui, disse-me: “eu não sei dizer se é bom ou ruim, mas a Toyota Hilux é um carro que eu tenho e troco de dois em dois anos [por outro igual novo], que eu num sei se é bom mesmo ou eu sou apaixonado por ele”.

É interessante observar aqui que o sonho de consumo de Tadeu era ter um carro como o que Ionaldo troca, de dois em dois anos, por outro novo. Entretanto, realizou-o de um modo diferente. Comprou sua primeira Hilux usada, com um dinheiro que pegou emprestado com um parente. Mais que um carro, este é hoje um símbolo de prosperidade cobiçado dentre muitos daqueles que atuam no campo. O que me disse Valéria sobre a dinâmica de SCC é um modo de ilustrar tal simbolismo: “se tiver duas feiras boas aqui, está todo mundo rico na cidade (risos)! Todo mundo vai e compra esse carro novo, essa caminhonete, essa Hilux. E são só duas feiras ruins para tá todo mundo ‘quebrado’”. Tudo isso me remete a algo destacado por Bourdieu (2006b: 37) ao discorrer sobre o mercado de habitações em sua França:

Enquanto bem material que se encontra exposto à percepção de todos (como o vestuário), e isto duravelmente, esta propriedade [no caso dele, a casa, no meu, o carro] exprime ou trai, de forma mais decisiva que outros, o ser social do seu proprietário, os seus “meios”, como se costuma dizer, mas também os seus gostos, o sistema de classificação que ele envolve nos seus actos de apropriação e que, objectivando-se em bens visíveis, dá lugar à apropriação simbólica operada pelos outros, colocados desta forma em condições de o situar no espaço social situando-o no espaço dos gostos.

Se no passado a posse de um caminhão era algo que significava muito (como pôde ser visto em 2.1.4), no agreste das confecções de hoje a posse e a exposição de um novo e caro automóvel detém significativo valor simbólico. Dentre os proprietários de negócios atuantes no campo de negócios agreste, isso não é diferente. Mais que isso, há um modelo específico (Hilux) de uma marca (Toyota) que é reconhecido e conhecido como cobiçado por muitos deles.

Maiores referências e comparativos gerais

Os entrevistados de SCC, Laura e Valéria, Rodrigo (e sua esposa), quando perguntados sobre quem mais admiravam no ramo, apontaram imediatamente Arnaldo Xavier e a Rota do Mar. A primeira disse: “eu acho que, para o pessoal todo da cidade, é a Rota do Mar, né”. Foi sua irmã quem me justificou: “porque ele começou que nem a gente”. Rodrigo respondeu-me a mesma pergunta pronunciando Arnaldo e Rota do Mar como se fossem nome e sobrenome. “Arnaldo Rota do Mar”, disse-me sem disfarçar sua admiração por alguém que “começou pequeno como nós” e que tinha uma lojinha perto do banco onde Rodrigo, ainda criança, colocava peças para vender na feira. Ele segue animado ao falar do ícone da cidade: “Arnaldo teve uma ascensão muito grande, foi um homem que batalhou bastante e hoje está aí. Aliás, não só ele, toda a família, né? Aurinha Xavier, que é irmã dele, a própria primeira dama do município, que é irmã dele também. São pessoas que vieram de baixo, de dizer que quase passaram fome”.

Para Rodrigo, “ele está em primeiro lugar aqui nessa cidade, em questões de divulgação de marca. Muita gente diz, inclusive, que Santa Cruz está na mídia hoje em dia por conta da Rota do Mar”. Sobre isso, complementou sua esposa: “a gente liga a televisão, sempre tem um programa que tem um artista vestido com [uma camiseta da]

Rota do Mar¹¹⁹ [...] é bom a gente saber que é daqui”. Arnaldo é visto como aquele que começou do nada “como os demais” e cresceu como poucos. Cresceu tanto ao ponto de muitos como Rodrigo atribuírem alguma projeção nacional à cidade em função de sua marca. Uma cidade que parecia “esquecida pela modernidade”, ao menos antes das condições que permitiram a emergência de histórias não tão exitosas ou visíveis como a de Arnaldo, com outros meios e finais, porém com um ponto de partida parecido com a dele.

Depois de ouvi-los novamente, pensei em dois sentidos. No primeiro, que uma pessoa como Arnaldo me parece ser a personificação do sucesso da história coletiva local, das possibilidades que surgiram nesta para milhares de famílias – que olham para ele com orgulho e admiração (ou com inveja e despeito, como também ouvi falarem sobre ele) de um “irmão de feira” que foi mais longe que os demais. No segundo, a distância de milhares de pessoas que trabalharam ao longo das últimas décadas “no banco do lado” ou com esperança de chegar perto do êxito atingido por ele, mas que vivem objetivamente como Rodrigo. Há décadas a fazer e vender calcinhas por menos de um real, sem até hoje conseguir ter uma casa na qual as roupas possam ser guardadas em armários nos quartos, ou na qual sua filha possa dormir num quarto diferente do que ele dorme com a esposa.

Entre estes dois extremos, inúmeras possibilidades. Comparando-se com outro proprietário que estaria um degrau acima, disse Geraldo: “ele compra mais, investe em máquina, em produto, para que sua marca saia... entendeu? Vamos dizer, aparece uma máquina de outra geração, ele já compra, vende aquela que está velha. Tudo ele quer novo”. Ou seja, para ele, a iniciativa de investir no negócio e a vontade de possuir a “última palavra”, em termos de equipamentos, são pontos que os diferenciariam. Diante da mesma questão, Dorival assim discorreu sobre colegas de atividade no qual tem se espelhado nos últimos tempos:

¹¹⁹ A marca já teve e tem vários atores da principal rede de televisão nacional, a rede Globo, como garotos propaganda, além de patrocinar surfistas e clubes de futebol.

admiro o trabalho deles. Um exemplo, sábado e domingo eles não trabalham e eu trabalho. Isso eu queria. São organizados e o mais importante: eles já conseguiram chegar a um ponto, por exemplo, uma calça igual a essa, sendo deles, eles vendem bem mais caro e o cliente aceita e admira aquele produto. Eu acho que vai muito da parte de design, da marca, de construir aquela ideia de um produto de alta qualidade e de profissionalismo. Eu não estou tendo isso ainda. Tá na cara. Um exemplo, você pode ver muito bem [e mostra seu escritório] ... olha a bagunça espalhada, sem uma secretária, sem um estoquista, eu faço a parte de vendas, eu faço a parte de administração.

Ou seja, a capacidade de organizar melhor o negócio e de ação estratégica, no desenvolvimento e posicionamento do produto no mercado, são pontos nos quais Dorival acredita estar a diferença entre ele e seus colegas. Já ao pensar sobre um negócio que estaria um patamar abaixo do seu, Silvio indicou que não ter construído uma boa clientela, nem ter se articulado de modo a vender e despachar sua mercadoria “para fora” (outros estados), seriam aspectos que restringiriam a venda da produção do concorrente ao mercado local: “o pouco que ele faz é vendido aqui mesmo, aí não tem como a mercadoria ser vista fora”.

Entre estes comparativos, outra característica que emergiu a partir do depoimento de Geraldo foi a capacidade de ter paciência e interagir de modo apropriado com aquele que se interessa por seu produto, ou seja, o atendimento ao comprador. Para ele, isso seria algo que o diferenciaria do seu concorrente abaixo posicionado: “acho que o atendimento é péssimo. [...] Não tem paciência com o comprador. Eu tenho paciência. Até pra vender fiado eu tenho paciência”. Sobre a mesma questão, a diferença daquele que estaria um degrau abaixo dele, colocou Dorival:

é pouca coisa pra ele chegar a mim.... um exemplo: [o trabalhador diz:] ‘Dorival, na hora que eu estava caseando, rasgou aqui’. Eu digo: ‘bota pra falha’. Esse cara [que está um degrau abaixo] tem uma mentalidade feito a do meu pai. Uma mentalidade assim, ele pega: ‘vamos casear aqui, ajeitar, mesmo que fique, assim, aquele bolo pra cobrir o defeito, não, bote aqui umas peças, bote uma aí no meio, ninguém vai ver não’. Aí o cara se queima.

O cuidado com a qualidade do produto que se vende associada à imagem do negociante é algo que pode diferenciar dois produtores-comerciantes como Dorival e seu pai. A percepção da importância de se ter atenção a esta questão da qualidade objetivada no produto e às consequências simbólicas disso para a sua imagem é fruto de uma visão e capacidade prática que é incorporada por parte dos agentes do campo.

A questão disposicional em breve retomada

O parágrafo anterior, sobre um modo de agir que para Dorival seria condizente com um proprietário numa condição inferior a sua e parecido ao do seu pai, também me serve para retomar a questão disposicional tratada em 3.1. Quero dizer, o modo como se mantém ou se modifica a herança do *habitus* feirante incorporada pelos filhos das feiras. Nos termos específicos aqui tratados, o quão e como evoluem seus proprietários, no sentido de orquestrar um conjunto de atividades necessárias ao desenvolvimento de um negócio, uma vez considerados parâmetros diversos dos necessários ao comércio de feira de rua, que assim cresce, tem sua gestão complexificada e vinculada a um tipo específico de atividade produtiva.

Se em meados do século passado, quando esta atividade emergiu, era possível observar a recorrência de um modo de produção doméstico e em série – que de modo inegável ainda hoje muito se faz presente na região, porém não mais com a mesma homogeneidade e similaridade de outrora – no que chamei de casas de máquinas (2.2.1), ao longo da trajetória histórica recente percorrida pelo agreste das confecções e da constituição deste seu campo de negócios, uma diversidade de configurações organizacionais seguem sendo articuladas pelos filhos das feiras.

Para além do capital econômico que um pode dispor mais que outro, e aplicá-lo no negócio ou não, está uma construção disposicional individual e coletiva que se dá entre duas tendências. Uma primeira, que estaria vinculada à manutenção da condição de feirante, ao cultivar-se mais aparentado com o que se chama na região de “sulanqueiro” e assim também mais próximo do *habitus* feirante, porém adaptando-o ao modo como se mostra viável neste novo milênio. Uma segunda, no sentido de incorporar à herança do *habitus* feirante, novas disposições mais próximas à dinâmica contemporânea do capitalismo e da gestão de negócios que este demanda e assim aproximar-se do que se imagina e se compartilha localmente como significado de “empresário-empendedor”.

As tensões – sociais, intra e interindividuais (cf. Lahire, 2006) – que podem ser observadas neste campo agreste se dão entre (e nos) filhos das feiras que lá possuem negócios, por meio dos esforços que oscilam entre tais tendências e suas respectivas resistências e estímulos, em suas dimensões mais íntimas, naquelas relacionadas às disposições práticas cotidianas ou compartilhadas entre os agentes no contexto no qual

atuam. Enfim, trata-se de uma trama decorrente do processo de manutenção e modificação do *habitus* mais comum à matriz-feira e da constituição do campo de negócios agreste vinculada a tal processo. Nesta, diferenças e semelhanças se estabelecem tanto entre os filhos das feiras que seguem se vendo e atuando como “sulanqueiros” quanto entre aqueles que progressivamente menos se reconhecem no “irmão” de origem.

A distinção local é fruto de tensão histórica e presente, coletiva e individual, com o passado comum socialmente compartilhado e individualmente incorporado, com a trajetória da atividade na região e de cada um dos seus filhos, que se mantêm mais próximos ou se distanciam de tal origem, conforme anseios, constrangimentos, possibilidades e demandas com as quais convivem cotidianamente. É deste modo que se classificam em função de tal diferenciação e assim ocupam posições no campo que constituem neste processo.

Acredito que reconhecer e caracterizar tendências, tensões e distinções entre personagens que são produtos de uma história coletiva comum, e que ao atuarem em tal história constituíram um campo de negócios específico, seja algo substantivamente diferente de adotar acriticamente a dicotomia sulanqueiro x empresário. Também acredito que o que procuro fazer nesta tese permite explicitar as origens disposicionais e os aspectos organizacionais que estão por trás da polarização vigente no senso comum local e em olhares doutos que se somam a este.

Para além das diferenças objetivas entre aspectos diversos dos seus negócios como aquelas vistas acima, o que faz um filho da feira e seu negócio serem reconhecidos como “mais forte” ou “mais fraco”? Aos meus olhos, mais do que vender num banco de feira ou numa loja de fábrica, ter uma marca registrada ou não, poder de barganha para melhor comprar, possuir máquinas de última geração ou montar uma lavanderia com tecnologia de ponta, trata-se também do modo e dos termos que usa quando fala sobre seu negócio, de como o administra, estrutura e o projeta na feira ou noutros mercados, das estratégias que é capaz de antever e praticar, dos meios que lhe são possíveis de frequentar e do modo como os frequenta, das maiores ambições que alimenta e do modo como conduz sua vida produtiva cotidiana, enfim, do sentido do jogo que pratica no campo do qual toma parte ao ocupar sua posição e assim o constituir (e ser constituído por ele).

3.2.4 Configuração do campo e posições ocupadas

É a partir do que foi tratado ao longo da tese até aqui, mais especificamente neste mesmo capítulo, que o campo de negócios agreste pode ser configurado e as posições nele ocupadas esboçadas.

Vale a pena recordar que neste campo “os agentes estão diante de um espaço de possibilidades que dependem muito estreitamente da posição que nele ocupam”, e que “uma parte de liberdade é deixada para jogo – no sentido da arte de jogar, em relação ao jogo, no sentido de cartas na mão, de *portifólio de recursos*” (Bourdieu, 2005b: 34, grifos meus). Ou seja, muito do que vimos sobre manutenção e modificação relativas ao *habitus* feirante (3.1) pode ser associado às possibilidades e aos limites existentes neste campo de negócios.

Entretanto, diferentemente do que praticava Bourdieu em termos de determinação das posições de um campo por meio de correlações estatísticas, em razão da opção de delineamento metodológico aqui tomada (1.4), a seguir se projeta tal posicionamento em função das comparações realizadas entre os agentes atuantes no campo, tanto em 3.2.2 e 3.2.3 quanto por meio dos descritivos expandidos apresentados mais adiante. Pretendo com isso ilustrar graficamente como pode ser vista a composição do campo de negócios agreste pelos filhos das feiras, e deste modo demonstrar as consequências objetivadas deste processo que se deu por meio da adaptação e diferenciação do *habitus* feirante originalmente comum.

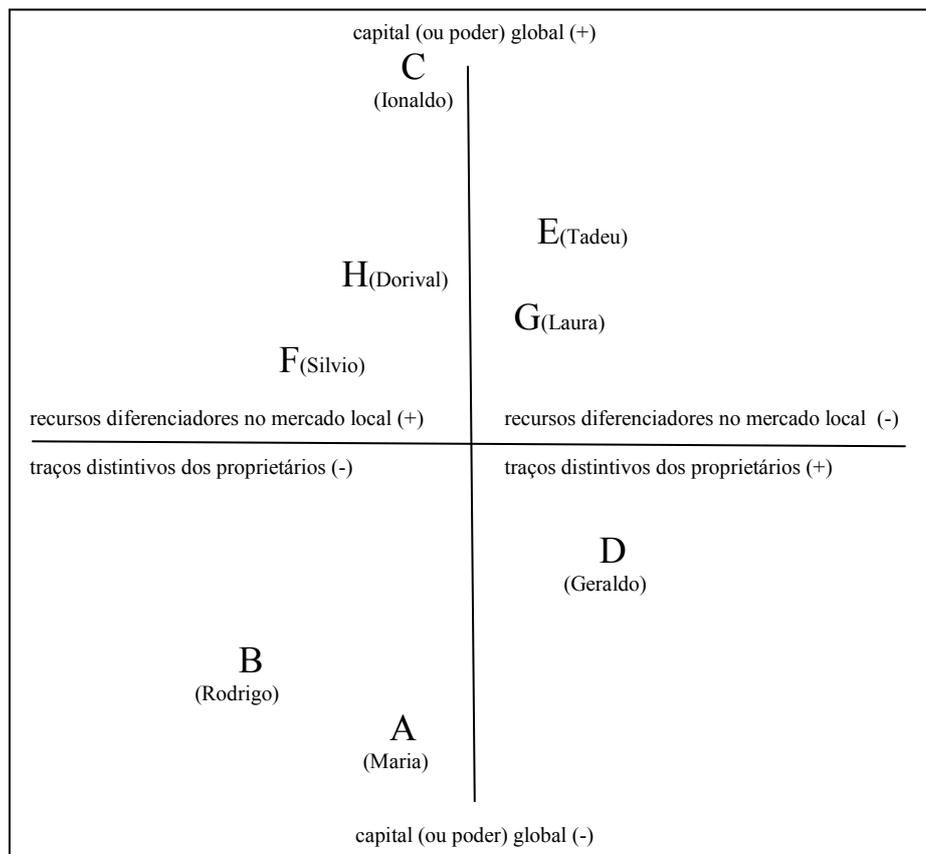
Recursos diferenciadores no mercado local (3.2.2) e traços distintivos dos proprietários (3.2.3) foram as duas dimensões sob as quais inscrevi as comparações estabelecidas entre os negócios agrestinos e entre seus proprietários. “Segue-se que os agentes têm tanto mais em comum quanto mais próximos estejam nestas duas dimensões, e tanto menos quanto mais distantes estejam nelas” (Bourdieu, 1996a: 19).

Configuração do campo

As posições ocupadas, pelos filhos das feiras (e por seus negócios) no campo de negócios agreste, podem ser visualizadas por meio da figura seguinte. Nesta se procura ilustrar proximidades e distâncias, semelhanças e diferenças, entre os agentes investigados conforme a posse individual de capitais específicos associados mais ou menos a cada uma das duas dimensões, bem como ao volume global de capital (ou poder) de todos os tipos significativos no campo.

Do lado esquerdo da figura estão posicionados os filhos das feiras que apresentam um maior volume de capitais associados à dimensão “recursos diferenciadores no mercado local”. Conseqüentemente, no lado oposto estão aqueles que possuem um maior volume de capitais associados à dimensão “traços distintivos dos proprietários”.

Figura única: A configuração do campo



As posições indicadas na figura são associadas aos descritivos sintéticos abaixo elencados e expandidos um a um logo em sequência:

- Posição A: Fabricante individual de cuecas vendidas no Calçadão (Maria);
- Posição B: Fabricante doméstico de calcinhas (com trabalhadores esporádicos e costura faccionada) vendidas no Calçadão (Rodrigo);
- Posição C: Grande industrial local que produz roupas em *jeans* para adultos e vende em lojas da fábrica e por meio de representantes em diversos estados do país (Ionaldo);
- Posição D: Fabricante doméstico de camisas masculinas (com a esposa, trabalhadora fixa e costura faccionada) que vende viajando pelo interior do estado e em seu banco na Feira de Caruaru (Geraldo);
- Posição E: Proprietário de fabrico, roupa infantil e peças femininas, com trabalhadores fixos e facções diversas que vende no Moda Center e em loja alugada em Caruaru (Tadeu);
- Posição F: Proprietário de marca registrada que facciona toda a produção e vende na feira de Toritama, direto para clientes de outros estados e via representantes (Silvio);
- Posição G: Proprietária de fabrico doméstico com trabalhadores (costureiras e filhos) e uma costureira faccionada que vende no Moda Center, para clientes antigos e via representantes (Laura);
- Posição H: Proprietário de negócio com marca registrada, funcionários, facções diversas, que hoje vende principalmente em banco na feira de Toritama, porém também para clientes externos e via representantes (Dorival).

Posição A: Fabricante individual de cuecas vendidas no Calçadão (Maria)

Depois de se sentir humilhada ao trabalhar para os outros por alguns anos, Maria conseguiu comprar sua primeira máquina com a ajuda de um conhecido que a permitiu pagar aos poucos. As outras duas, que utiliza em sua produção doméstica individual (ela somente recorre a uma irmã quando recebe alguma encomenda maior), foram compradas ao longo dos últimos dez anos, com parte do que ganhou com a fabricação de calcinhas (nos primeiros três anos) e cuecas (nos últimos sete), na casa humilde na qual vive com seus dois filhos, num município próximo à SCC (cf. 2.2.4, história viva 4).

Para comprar o que lhe é necessário à produção, ela aproveita suas idas à SCC nos dias de feira e compra à vista nas lojas de lá (uma vez que não dispõe de crédito), ou então compra a prazo no comércio do seu próprio município. Diz que eles a concedem tal prazo porque “aqui todo mundo se conhece”. Maria não possui clientela fixa e vende sua produção no Calçadão. O banco que ocupa ganhou de um botador, mas diz ser necessário andar pela feira para conseguir vender suas peças aos transeuntes. Afinal, mesmo suas calcinhas custando menos de um real, não tem sido fácil para ela vendê-las.

Antes de se mudar com os pais (agricultores) para a cidade onde mora hoje, trabalhava com eles “na roça” da família (no interior do estado vizinho) e ajudando na costura de renascença¹²⁰. Logo que lá chegou, Maria começou a trabalhar para os outros, “já ajudava meus pais em casa com 10 anos. Acho que eu ganhava mais do que eles. [...] Todo sábado, o dinheiro que eu ganhava era pra eles fazerem feira, né?” Foi assim que viveu sua adolescência, trabalhando para os outros e contribuindo com o dinheiro que ganhava para a economia doméstica.

Seus pais também tentaram fabricar e vender na feira da sulanca. Mas segundo ela, além do lucro na atividade ser muito pequeno, se o produtor achar que por ter vendido tudo, pode gastar todo o dinheiro que entrou, não segue adiante. Sempre se tem as compras feitas “na loja” para pagar, mas “eles achavam que apurado era lucro, aí nunca deu certo”. Mostrando-se ainda mais crítica ao modo de agir dos pais, Maria explicou que

¹²⁰ Um tipo específico de peças costuradas artesanalmente direto da própria linha (e não de um pedaço de tecido industrializado) e tradicional em diversas partes do Nordeste.

no começo eles faziam muitas peças, começaram a comprar fiado e eu lhes disse: ‘num vai dar certo, você tem que começar de baixo, começar de pouquinho, né? Senão acaba’. Quando você vai fazer uma casa, você num tem que cavar logo o alicerce, né? [...] E depois vai indo. Eles, não. Eles querem logo cobrir a casa de uma vez. Aí nunca o negócio pra eles deu certo. A minha [produção] mesmo é pouquinha, mas graças a Deus é controlada. Eles nunca souberam trabalhar.

Saber trabalhar por conta própria na sulanca é algo que requer um aprendizado básico. Para se manter e continuar a jogar este jogo, é preciso aprender e agir conforme suas regras mais básicas, incorporar as disposições pelo campo demandadas. Mesmo para uma fabricante doméstica como Maria, algumas operações básicas de cálculo financeiro precisam ser bem feitas, ciclos de produção, vendas e pagamento de fornecedores precisam ser harmonizados e há de se ter cuidado com o dinheiro que entra, é preciso praticar um dos ensinamentos fundamentais do comércio (em particular do de feira), agir tendo em mente que “apurado não é lucro”. Não considerá-lo pode implicar na eliminação do jogo, como aconteceu com seus pais.

Quando perguntei a Maria porque ela achava que eles não aprenderam, ela me respondeu assim: “Não sei, a cabeça deles [...]. Num aprenderam acho que foi nada, porque eles querem subir de uma vez, aí desce de uma vez, num consegue nem chegar no meio [...] é um povo sem cabeça. Às vezes eu digo: ‘acho que vocês me trocaram no hospital’”.

Apesar de dizer que em dez anos trabalhando como fabricante e vendedora de peças íntimas na sulanca de SCC ainda não “arrumou nada”, diferente de seus pais, Maria aprendeu a se manter e a atuar neste campo, talvez aí esteja a razão do seu estranhamento em relação a eles. Ela adaptou-se à atividade. Como pôde ser visto no início de 3.2.1, em sua fala demonstra ter clareza da sua rotina de trabalho, do que precisa fazer ao longo da semana, para que tenha peças para vender no próximo dia de feira. Entretanto, Maria pode ser vista como uma pessoa que apenas trabalha por conta própria de tão simples que é o seu negócio.

No que se refere a ele, considero principalmente que: suas máquinas são desgastadas; ela somente tem como vender sua produção num banco no Calçadão (que lhe foi cedido por um botador, não é um ponto de venda “dela”) ou andando pelas ruas da feira; não tem trabalhadores ou facções contratadas; sua produção é feita na sala de sua casa e é pequena; o preço de venda do que produz é muito baixo; suas calcinhas são vistas como um produto de qualidade inferior.

Já no que se refere aos traços de Maria, considero principalmente que: mesmo sua família não lhe transmitindo lições para sua atuação no negócio, ela foi capaz de aprender e manter-se nele; ela sequer se beneficia com frequência de mão de obra familiar (mesmo seu filho adolescente pedindo para deixar os estudos e começar a trabalhar, ela não o permite); mesmo tendo contado com a ajuda de um conhecido para a compra de sua primeira máquina, o crédito que ela tem é restrito ao município periférico onde vive e trabalha; não tem lazer e consome o que lhe é básico; vive numa casa humilde. Diante de tudo isso, Maria ocupa a posição mais inferior no campo, tanto seu negócio possui volume muito pequeno de recursos diferenciadores no mercado local quanto ela de traços distintivos localmente reconhecidos. Enfim, ela apenas apresenta as disposições básicas para manter-se em atuação no campo.

Posição B: Fabricante doméstico de calcinhas (com trabalhadores esporádicos e costura faccionada) vendidas no Calçadão (Rodrigo)

Como tratado em 2.2.1, foi ainda bem criança que Rodrigo chegou em SCC, praticamente nos braços dos seus pais. Do mesmo modo que Maria, sua família veio do interior do estado vizinho onde se ocupavam de agricultura. Hoje já perto dos quarenta, Rodrigo começou na sulanca ainda menino, com sete anos vendia calcinhas feitas por sua família. Ao longo de mais de três décadas de trabalho no ramo, depois de ter trabalhado para outras pessoas, vendendo ou costurando em casa para elas, já há alguns anos voltou a produzir por conta própria. Algo que já havia feito na adolescência e no início da vida adulta.

Suas peças são feitas com os retalhos que sobram dos fabricos locais. No início, ele e sua esposa chegaram a catá-los no lixo ou recebê-los de graça de um amigo que, segundo Rodrigo, lhe dava para não lhe ver passar fome. Um segundo amigo, com o qual passou a pegar retalhos também, combinou assim com ele: “pra começar eu vou te dando, quando você for se estabilizando, você me paga”. Sua esposa atribui à Deus o surgimento desta oportunidade, em particular, o fato do retalho do fabrico deste segundo amigo ser no menor tamanho possível de ser aproveitado para a produção das calcinhas e eles terem tido a inteligência necessária para fazer o corte que permite tal aproveitamento. “Aí, não dava ele, assim, inteiro, sem esse corte. Aí eu acredito que é, assim, coisa de Deus, inteligência que Deus dá. [...] Eu cortei o molde inteiro e recortei

ele no meio, aí todas as partezinhas cabiam em cada partezinha que sobrava e assim a gente foi fazendo”.

Superadas as dificuldades maiores, nos últimos tempos ele vem podendo comprar a matéria-prima que outrora ganhava. Como visto em 3.2.1, é esta matéria-prima de baixo custo que permite Rodrigo vender suas calcinhas por um preço inferior a um real.

Depois de cortar os pedaços de tecido numa das duas máquinas bem gastas que possui, fazer uma costura básica (detalhe: essas atividades e o estoque de retalhos se concentram nos poucos metros da sala de sua pequena casa), Rodrigo leva em sua bicicleta as peças para as costureiras com as quais facciona o resto da costura. Depois que pega as calcinhas já costuradas de volta, é hora do acabamento final do produto (i.e., tirar as pontas de linha que ficam após a costura), quando não pode contar com a ajuda da esposa, da filha ou de um sobrinho, contrata um trabalhador-diarista para ajudá-lo. Sua esposa se ocupa mais com lavagens de roupa para fora e algumas faxinas. Prefere assim. Além de não gostar de costurar, deste modo gera outra renda.

Quando a feira ainda era no centro da cidade, ele dividia um banco com o pai, “quando veio pra cá, aí eu arrumei um banco no Calçadão e tô trabalhando até hoje”. Seu pai ainda vende calcinhas e outros tipos de confecções na feira. Não somente Rodrigo, mas também seus três irmãos trabalham com confecções na cidade.

Hoje, sua produção é vendida nos dois bancos que possui no Calçadão. Por meio destes, Rodrigo não somente faz as vendas de varejo e aos sacoleiros que por lá passam nos dias de feira. Ele me disse ter clientes de outros estados, principalmente da Paraíba, que compram com certa regularidade, fazem encomendas, e muitas vezes apenas passam no banco para buscar o que lhe pediram por telefone, “agora, são clientes que compram 300, 400 peças, entendeu como é que é?” Complementa num tom que visa dar uma maior dimensão ao negócio.

Sua casa é pequena e dividida do seguinte modo. Na sala, sacos de retalhos amontoados num canto, as duas máquinas noutra. O corredor, que acabou passando a ser utilizado como sala, leva à cozinha. O banheiro fica no quintal e o único quarto que possui precisa ser dividido por um lençol que separa os lugares onde dormem eles e a filha. Sobre sua compra, diz ter conseguido com muito esforço e que “apesar de ser uma casa modesta, graças a Deus é minha, saí do aluguel, né? Inclusive, quando eu trabalhava pros outros, quase que eu perdia ela pra o banco”. Isso quase se deu porque:

não conseguia nem me manter direito. Aí, numa semana, a energia era cortada. Eu ia lá, pagava. Aí na outra, a água era cortada, aí eu ia lá e pagava. E a prestação da casa sempre atrasando, atrasando. Aí teve um tempo, eu disse: ‘não, pera aí, tem que ter algum jeito pra mim!’ Aí Deus me mostrou um jeito d’eu voltar a trabalhar pra mim mesmo, e graças a Deus, tô aí seguindo... num ganho muito, não, mas o pouco que ganho dá pra ir vivendo, um pouco mais... mais tranquilo, um pouquinho.

Rodrigo diz ter ambições: “eu tenho visão. Apesar de ser um pequeno comerciante, não precisa ser pequeno na visão também. Tem que ver longe, né?” Ele se vê como proprietário de um negócio, mas quando posicionado no campo, mesmo possuindo maior volume de capital global, está apenas um pouco acima de Maria. Assim como ela, vende no Calçadão, tem poucas máquinas usadas e não tem trabalhador fixo. Entretanto, herdou da família a inserção na feira e a atividade com confecções (particularmente com calcinhas), possui dois bancos de feira nos quais vende sua produção para uma clientela lá formada, obteve matéria-prima inicial com amigos, contrata regularmente costura facionada e trabalhador-diarista (este último somente quando necessário) e, por morar num dos municípios do eixo, consegue transitar de bicicleta para resolver tudo, inclusive levar e trazer sua mercadoria da feira. Enquanto isso, Maria sempre depende de um transporte coletivo para ir e vir do município onde mora e produz.

Posição C: Grande industrial local que produz roupas em jeans para adultos e vende em lojas da fábrica e por meio de representantes em diversos estados do país (Ionaldo)

No início dos anos oitenta a família de Ionaldo tinha recém-chegado ao Salgado, antes viviam nas terras que possuem até hoje na zona rural do município. Foi lá onde ele e seus irmãos tiveram uma infância curta, pouco brincaram com os bonecos de barro que tinham. Seu pai abriu um comércio no bairro. Se na fazenda Ionaldo cuidava da produção agrícola, na cidade, por volta dos dezessete anos, depois de ter trabalhado com o pai também no seu comércio, entrou para o ramo de confecção. Quando começou a vender peças na feira, disse-me que eram expostas em cima de uma lona, no chão mesmo, nem banco se tinha. Além disso, viajava e fazia feira no “sul”. Noutros municípios interioranos de Pernambuco e de um estado vizinho.

Em 1986, se inspirando em seu cunhado que então já fabricava, também começou sua produção. Tentou “fabricar umas pecinhas, de pouquinho e pouquinho, aí foi até hoje”. Ainda naquela década, com o crescimento da produção, precisou sair da casa dos pais, “comprei uma casa vizinha e fui colocando máquinas lá”. Mas lembra que muita coisa já era feita fora, por gente que contratava (as facções), e que ele mesmo somente fazia o acabamento final.

Hoje sua fábrica conta com algumas das melhores máquinas da região e com tecnologia de ponta aplicada na produção e lavagem das peças de *jeans* adulto lá confeccionadas. Ionaldo viaja com frequência ao exterior para ver tendências do setor e conta com uma equipe de designers, em departamento específico, para projetar suas coleções conforme a estratégia de mercado esboçada para os próximos períodos. As compras são feitas por outro departamento, noutros estados e até mesmo noutros países, nos casos de máquinas mais avançadas. A infraestrutura produtiva é composta de dois amplos galpões geminados e construídos nos últimos anos, após a mudança da fábrica para o distrito industrial do município. Lá também há uma estrutura administrativa, isso sem falar nas cinco lojas de fábrica espalhadas pelos três municípios que compõem o eixo. Além delas, a produção é vendida por meio de representantes noutros estados do país. Tais representantes contam com metas de vendas pré-determinadas a serem cumpridas e esta rede de vendas é supervisionada por seu departamento comercial. Com mais de cento e cinquenta funcionários, dentre eles muitos qualificados e especializados, já há algum tempo não mais facciona. Segundo ele, para preservar e controlar a qualidade do que é produzido. Sua marca é uma das mais conhecidas e consolidadas da região e tem penetração noutros mercados no país.

Como já foi tratado em passagens anteriores, em nossa conversa ele falou com orgulho que nunca trabalhou para ninguém além de seu pai. Que toda vida, desde bem pequeno, não gostava de estudar, mas sempre gostou de trabalhar (isso foi algo que acredita ter herdado dos pais). Que não sabe ao certo de que tamanho, mas que é “um empreendedor”. E que foi depois da mudança para o distrito que passou a se sentir “mais poderoso”. “Lá no Salgado era muito apertado. O que mudou e vem mudando, e cada dia meu espírito de empreendedor cresce dentro de mim, foi depois que eu vim pra o distrito, né? Aí eu me senti um cara mais... né, sei lá, mais poderoso”.

A mudança nas condições objetivas de infraestrutura produtiva foram acompanhadas nele pelo sentimento de poder. Não se trata apenas de um espaço mais

apropriado, para se produzir mais e melhor, mas também do simbolismo que uma melhor instalação de fábrica (diferente dos improvisos que via no Salgado) provocou em sua dimensão mais íntima. A fábrica é sua criação. A obra na qual se vê e se sente feliz por tê-la realizado. É a prova concreta do êxito socialmente reconhecido de sua trajetória de vida. Mesmo com uma expressão oral e uso da língua truncados (algo que também compartilha com Maria e Rodrigo), Ionaldo me falou do seu negócio com orgulho e carinho, expôs seus sentimentos relacionados a ele (e ao que representa em sua vida) e sua felicidade por se vê gerando empregos: “quando o pessoal está recebendo, a gente vê que eles estão crescendo, [...] estão pegando dinheiro, comprando. Isso é uma coisa que me deixa muito feliz”.

Associado à entidade de classe do seu município. Ele é reconhecido e admirado pelos colegas que assim diz incentivar

eu vendo muito a nossa imagem, porque na nossa região, é uma região muito produtiva, né, e eu, principalmente no nosso ramo, no ramo de costura e no ramo de lavanderia, eu incentivo muito: ‘vão lá me visitar’. Tem indústria aí mesmo que eu visito, e a gente troca muito, né, e a gente une muita força com isso aí, com essa troca de ideias.

Ionaldo enfrentou muitas fases e mudanças na dinâmica do mercado no qual atua, tanto em termos locais quanto ao se projetar com êxito para o mercado nacional. Mais do que aprender a jogar, precisou aprender a vencer diferentes pelepas para chegar onde chegou. Pode ser em razão disso que acredite ter a admiração e o reconhecimento dos seus colegas, algo que revela do seguinte modo: “eu num sei ensinar, porque a gente tem de buscar, assim, inspiração, sei lá, eles buscam muito... eu tenho certeza que eles se inspiram muito na minha pessoa”.

A passagem acima, na qual explicita sua condição de referência e seu papel de incentivador da atividade local, merece um parêntese para ser observada pela perspectiva bourdiesiana e assim associada à posição dominante ocupada por sua indústria:

A empresa dominante tem, comumente, a iniciativa em termos de mudança de preços, de introdução de novos produtos e de ações de distribuição e de promoção: ela é capaz de impor a representação mais favorável para seus interesses da maneira conveniente de jogar e das regras do jogo, e, portanto, da participação no jogo e da perpetuação do jogo. Ela constitui um ponto de referência obrigatório para seus concorrentes que, façam o que fizerem, são intimados a tomar posição em relação a ela, ativa ou passivamente. As ameaças que pesam sem cessar sobre ela – quer se trate da aparição de produtos novos capazes de suplantar os seus, quer da elevação excessiva de seus custos, capaz de ameaçar seus lucros – a obrigam a uma vigilância constante (notadamente, nos casos de dominação dividida, na qual a coordenação destinada a limitar a concorrência se impõe). Contra estas ameaças, a empresa dominante pode conduzir duas estratégias bem diferentes: trabalhar para o melhoramento da posição global do campo, tentando aumentar a demanda global; ou defender ou melhorar suas posições adquiridas no campo (suas fatias de mercado). Os dominantes têm uma ligação estreita com o estado global do campo, definido, notadamente, pelas possibilidades médias de lucro que ele oferece e que, em relação com outros campos, definem a atração que ele exerce. Eles têm interesse em trabalhar para o crescimento da demanda, da qual tiram um benefício particularmente importante, uma vez que é proporcional à sua fatia de mercado [...]. As forças do campo orientam os dominantes em direção a estratégias que têm por finalidade redobrar sua dominação. (Bourdieu, 2005b: 36-7)

Neste sentido, pode ser pertinente observar que tal tipo de interesse no crescimento do campo, que tende a beneficiar mais dominantes como Ionaldo que dominados como Maria ou Rodrigo, não são claramente explicitados no discurso da sua elite empresarial. Neste recorrentemente se coloca o desenvolvimento da atividade na região como um desejo revestido com um que de “altruísmo” (algo do tipo: “como me dei bem com isso, quero ver todos vocês se dando bem também...”) ou por um “franco comprometimento” com a região, geralmente acompanhado de algo como um “fundamentalismo regionalista” (que associa a muitas declarações locais que procuram valorizar as virtudes da “gente da região” e vincular a estas a uma componente identitária que a diferencia da “gente de outros lugares”). É claro que junto a tais interesses não explicitados está em jogo também a vontade de ver o crescimento da atividade no Agreste. Entretanto, com Bourdieu é possível atentar para a relevância de se considerar estes outros interesses sintonizados com os anseios não explicitados de agentes que ocupam posições similares ou próximas a de Ionaldo.

Já se faz mais de dez anos que ele diz ter deixado de vender sua produção nos bancos de feira, “mas, assim, nas nossas feiras livres têm as nossas lojas, né, aí estão lá, ao redor, né?” Talvez tenha sido esse o modo que ele encontrou para dizer que ainda se

vê vinculado às feiras da região. Quando lhe perguntei o que havia permanecido igual ou parecido, ao longo destes anos de sua trajetória no agreste das confecções, disse-me ele: “eu tenho uns colegas que vivem na feira e a gente conversa. E eles dizem: ‘rapaz, olhe, admiro muito você, sua pessoa...’. É que às vezes uma pessoa está num nível [e muda no modo de tratar os outros em relação a como o fazia antes] ... e isso num mudou na minha vida né, e nunca vai mudar, porque isso num faz parte da minha personalidade”.

Além de acreditar não ter mudado seu jeito de ser, ainda hoje Ionaldo mora no Salgado, o bairro popular de subúrbio onde se instalou com seus pais, quando juntos fizeram morada em Caruaru. Mas como já vimos, ele tem como lazer tomar uísque nos fins de semana, curtir suas fazendas (haras) nas quais cria cavalos, possui um carro Toyota Hilux que troca de dois em dois anos, viaja ao exterior, enfim, faz e tem coisas bem diferentes de quando expunha suas peças numa lona no chão, nos dias de feira. Hoje, além da força da sua marca, da infraestrutura industrial e comercial que sua empresa possui, Ionaldo também se orgulha de dizer que os efluentes de sua lavanderia são tratados conforme a regulação vigente. Como pode ser visto na figura única, ele ocupa a posição mais alta e destacada na hierarquia do campo.

Posição D: Fabricante doméstico de camisas masculinas (com a esposa, trabalhadora fixa e costura faccionada) que vende viajando pelo interior do estado e em seu banco na Feira de Caruaru (Geraldo)

Quando a família voltou para um município próximo de Caruaru, ele não tinha sequer um ano de vida. Um dos muitos filhos de uma família agrestina migrante, Geraldo nasceu em São Paulo, porém no início dos anos noventa, por volta dos quinze anos, já trabalhava com confecção para um dos maiores fabricantes da cidade. Com pouco tempo, passou a revender a mercadoria deste fabricante por conta própria¹²¹. Depois de também ter trabalhado noutros ramos, com pouco mais de vinte anos de idade começou a ir e vir de São Paulo. Foram três tentativas por lá, todas por curtos períodos, em trabalhos como faxineiro, porteiro, etc. Na última volta, envolveu-se novamente com o comércio de confecções. Vendia para outras pessoas nas feiras, viajava para o

¹²¹ Vale a pena registrar que um dos seus avôs era “caixeiro-viajante” (como também se chamava o mascate, antigo vendedor que viajava pelos interiores do país) e sua avó agricultora.

Sertão e até para outros estados. Foi a partir de um desentendimento com outra fabricante, de quem pegava peças para revender, que decidiu botar um negócio com a esposa para fabricar e vender por conta própria, no qual conta com o trabalho da companheira. Isso já alguns anos antes de conversar comigo, logo depois daquela “ignorância” (3.1.4) da qual jamais se esqueceu.

Hoje Geraldo contrata uma pessoa para cortar o tecido para ele, facciona a costura das camisas que fabrica e tem apenas uma trabalhadora fixa a quem paga por mês. O que precisa para sua produção compra em Caruaru, onde consegue prazo para o pagamento, ou em Santa Cruz, mas aqui com menos frequência e precisando pagar à vista (quando faz alguma viagem para levar alguma mercadoria que vendeu via representantes). Aproveita os contatos que fez noutras regiões, quando viajava como vendedor, para hoje em dia vender-lhes sua própria mercadoria. O preço de venda varia entre quinze e dezeseite reais, conforme a quantidade e a forma de pagamento. Quando conversamos, ele fez o cálculo do custo unitário de produção de cabeça e assim demonstrou-me como e o que considera quando o calcula (cf. 3.2.2). O atacado é mais vendido nas viagens que faz com regularidade ao interior do estado e esporadicamente para outro estado da região Norte. Já o varejo é na Feira de Caruaru, para onde segue toda semana, contando com a carona de um caminhão de um amigo para levar e trazer sua mercadoria. Um ex-patrão foi quem lhe deu uma máquina quando ele começou a fabricar, ainda na casa da sua mãe:

Aí comecei, comprei uma máquina, que até hoje tá ali, de pregar botão, que foi a primeira máquina da minha vida. E tinha uma máquina de casear, que meu amigo deu, que é meu ex-patrão. Esta eu usava dois dias, quinze ficava quebrada. Hoje, graças a Deus comprei uma máquina de casear, na época, foi 7.500 conto¹²², e fui comprando. E até hoje tenho mais ou menos umas oito ou seis máquinas, novas e umas velhinhas também? Graças a Deus. Hoje eu tenho meu banco, né? [...] Minha camisa hoje tá... numa qualidade ótima.

A fabricação de suas camisas se dá no quintal de uma simples porém ampla casa alugada, onde Geraldo mora com a esposa e a enteada. O estoque da mercadoria, que ele valoriza e utiliza como poupança, fica num dos seus quartos. Depois do tecido cortado na mesa de corte que fica também no quintal, ele, sua esposa e a trabalhadora contratada, que também ajuda nos afazeres domésticos, preparam o envio das peças para

¹²² Nome de moeda antiga que algumas pessoas como ele ainda usam com recorrência ao falar de valores em reais.

as costureiras. O acabamento e a embalagem são feitos quando recebem as camisas de volta.

Sua marca foi inicialmente composta pelas iniciais do seu nome e de sua esposa, depois viu um outro que gostou e do qual copiou parte unindo-o com outra parte do nome da esposa. Ele consegue viabilizar algumas coisas para o seu negócio por meio do conhecimento e amizade que tem no município onde mora e fabrica. Por um lado, talvez seja uma versão contemporânea do caixeiro-viajante que foi seu avô. Por outro, mais um produtor doméstico que vende o que produz como melhor consegue. Como me disse, ele mesmo é produtor e vendedor como os demais. Tem mentalidade de comerciante, porém observa que quem está um degrau acima dele consegue fazer um produto melhor, “tem qualidade superior que a minha”, trabalha a mais tempo no ramo e detém mais capital econômico.

Geraldo vem procurando melhorar o que fabrica e alimenta ambições de crescimento. Nos próximos anos diz querer estar muito bem estruturado, “com mais máquinas, mais funcionários, mais tipos de mercadoria e mais clientes. Eu quero crescer, se Deus quiser! Esse ano já vou fazer diferente, mas não tiro a minha camisa não. Vou inventar outra coisa, num quero ficar parado, não”. Pensa ele que se ficar apenas fazendo as camisas que hoje faz, nunca irá crescer (algo que acredita precisar). Quer comprar a casa onde mora e um carro popular como o que já teve um dia. Seu principal lazer é fazer churrasco nos fins de semana e tomar “umas bicadinhas” com os amigos. Além disso, quando o negócio está bem, em janeiro tira alguns dias de descanso numa praia próxima. Mais articulado e melhor posicionado no campo que Rodrigo e Maria, Geraldo vê aqueles que estão numa posição inferior a sua sem controle dos negócios e sem um grau de organização que ele acredita ter. Entretanto, quando comparado aos filhos das feiras que ocupam as posições seguintes (e a Ionaldo), Geraldo possui um menor volume de recursos diferenciadores e traços distintivos que todos eles.

Posição E: Proprietário de fabrico, roupa infantil e peças femininas, com trabalhadores fixos e facções diversas que vende no Moda Center e em loja alugada em Caruaru (Tadeu)

Quando se casaram, há mais de vinte anos, Tadeu e sua esposa receberam a oferta de um parente: ganhar como presente uma geladeira ou o seu valor em tecido. Como não tinham empregos, nem outro meio de obter renda para se manterem, optaram pelo segundo. Foi assim que começaram a atividade na qual permanecem há mais de vinte anos.

Muito embora hoje tenham cerca de dez trabalhadores diretos, todos sem carteira de trabalho assinada, e contratem algumas facções para a execução de partes do processo produtivo, tudo segue sem formalidades. Assim como eles, parte significativa dos seus familiares vive da atividade. Alguns trabalham juntos, porém na maior parte dos casos cada um tem seu próprio negócio (com o cônjuge e filhos envolvidos). Como já mencionado anteriormente, Tadeu falou-me com entusiasmo das “brechas” que observa na sulanca, que entre seus altos e baixos na atividade, já “trincou” algumas vezes, porém nunca quebrou completamente. Segundo ele, sempre encontrou uma “brechinha”, uma mão amiga, um modo de se manter no jogo. Continuar naquilo que iniciou com a esposa, em casa, com a união em matrimônio.

Apesar de, quando conversamos, ele ter me dito que naquele ano não havia “ganho dinheiro” ainda, que a crise estava grande, Tadeu tinha recentemente comprado uma Hilux (usada) e realizado este que era seu sonho de consumo, obtendo parte do dinheiro via empréstimo dos parentes. Além deste automóvel, sua esposa (que é responsável por tocar a produção) e sua filha (que iniciou um curso universitário, mas tem a “penitência” de ajudá-los nos dias de feira, segundo seu pai), cada um possui um outro. Como visto em 3.2.2, apesar de se dizer sem lazer em sua condição de “sulaqueiro pequeno”, Tadeu afirmou viver e comer bem, frequentar bons lugares. Além disso, vai com frequência à capital e, como havia feito nos últimos dias de férias que tinha tirado, foi ao Sudeste do país visitar familiares.

No negócio, Tadeu se envolve mais diretamente com as compras (que faz em SCC, a prazo, como ele me disse anteriormente, é um “cara antigo, tem nome na praça”), com o corte das peças de tecido que são utilizadas em sua fabricação, com o ir e vir de mercadorias das facções, com as vendas e com a gestão do negócio. Enquanto

isso, lá no município próximo de Santa Cruz onde moram e fabricam, fica mais sua esposa, cuidando da produção, da supervisão e orientação dos trabalhadores diretos contratados e que são pagos semanalmente. Seu negócio apresenta um maior grau de complexidade que os de Geraldo, Sílvio (posição F) e Laura (posição G). Ele produz peças em dois segmentos (infantil e feminino); possui um número bem maior de trabalhadores contratados externos à família; trabalha com diferentes tipos de facções e não somente com facção de costura, parte delas em Santa Cruz, inclusive uma estamperia que trabalha de modo exclusivo para ele; utiliza pontos de venda no Moda Center (dois *box* próprios e um alugado) e em Caruaru (uma loja alugada, dividida com um parente, no entorno da área da feira); sua produção se dá numa outra casa que fica noutro bairro diferente do que ele mora (o espaço está em obras e ele tem planos de ampliá-lo para melhor acomodar a atividade). Além disso, vale registrar que o preço médio de suas mercadorias fica entre dez e quinze reais e a sua marca tem o nome de uma pessoa importante da família.

Dentre os entrevistados, depois de Ionaldo, ele é quem está a mais tempo no ramo como proprietário. Sobre sua condição atual, falou-me assim: “hoje eu não estou rico porque fui muito estragado, fiz muita extravagância na minha vida, né? Levei muito ‘cano’¹²³ também, mas gastei muito [...]. Tem muita gente que podia ser podre de rico hoje, mas vive trabalhando para os outros. Graças a Deus num é meu caso”.

Tadeu estudou poucos anos, não completou o ensino médio assim como Geraldo, Maria, Ionaldo e Sílvio (um pouco diferente de Laura e Rodrigo, que o concluíram ou um tanto diferente de Dorival, que possui diploma universitário), mas demonstra ter muita firmeza e segurança nas contas que faz ou quando fala do campo no qual atua há tanto tempo. Para ele, na “sulanca”, como sempre se refere à atividade,

tudo é acerto da mercadoria. Tudo é relativo? Como é relativo? Do que você faz, como você trabalha, se você tem uma mão de obra boa, entendeu? Tudo gira... tudo perfeito, você tem que tá tudo girando perfeito. Num adianta eu ter... eu ser um cara bem [de dinheiro] e dizer: ‘eu vou entrar na sulanca hoje’. Você vai entrar na Sulanca e vai quebrar a cara. [Por outro lado, pode chegar] o camarada que não tem dinheiro, não tem nada. Chega, compra pano fiado, só na palavra e esse camarada ganha dinheiro, você tá entendendo?

¹²³ Outro modo de se referir ao “calote”.

Segundo os critérios utilizados para posicionar os filhos das feiras no campo de negócios agreste, Tadeu apresenta um maior volume de “capital global” que os demais colegas de atividade exceto Ionaldo.

Posição F: Proprietário de marca registrada que facciona toda a produção e vende na feira de Toritama, direto para clientes de outros estados e via representantes (Silvio)

Silvio nasceu num sítio nos arredores de Toritama, porém quando nem um ano tinha, seus pais (que lá trabalhavam com atividades rurais, assim como o fizeram seus avós) se mudaram para a cidade. Por volta dos nove anos de idade ele largou os estudos para começar a trabalhar. Começou numa pequena fábrica de calçados e seguiu na atividade por toda sua adolescência até “migrar” para a confecção em *jeans* no início de sua vida adulta, em pleno *boom* da atividade na cidade, no início dos anos noventa (cf. 2.2.3).

Hoje já por volta dos quarenta e cinco anos, dedicou os últimos vinte e cinco ao trabalho no setor. Trabalhou muito para os outros. Em diversas ocasiões, sentiu-se humilhado por ex-patrões como Maria (cf. 2.2.4, *história viva 4*). Teve um negócio próprio, quebrou em decorrência dos calotes que levou e precisou voltar a trabalhar para os outros. Até a esposa Silvio conheceu trabalhando com *jeans*, quando cortava o tecido numa facção e ela lá chegou para trabalhar. Tudo isso antes de oito anos atrás, quando começou a trabalhar no negócio atual com uma filha. Na segunda vez que conversamos, na sala de sua casa (seu maior sonho de consumo realizado nestes últimos anos de trabalho com a filha), ele me recebeu um tanto desconfiado.

Como visto em 3.2.2, a dinâmica do negócio de Silvio funciona em sintonia com a rotina semanal das feiras de rua da região. A sequência das etapas produtivas, desempenhadas pelas facções que contrata, se dá de tal modo que as peças de *jeans* (que recebem sua marca registrada) estão prontas nas vésperas do próximo dia de feira.

Além do banco da feira, Silvio também vende a clientes de outros estados que fez a partir do banco e por meio de representantes que atuam em SCC. Acredita que sua marca já tenha se tornado conhecida (ela estampa alguma publicidade *outdoor* na região), muito embora observe que outras mais antigas sejam mais ainda. Para ele, assim como para Ionaldo, é no tempo que se encontra a diferença.

Suas compras são feitas a prazo e na própria Toritama. Mesmo facionando toda produção, conta com o trabalho de familiares para embalagem e outras atividades necessárias ao negócio. Em cima do custo unitário médio de suas peças, disse-me colocar entre dez e quinze por cento de lucro. Tal custo é calculado do seguinte modo: “a gente vai somando o que gasta. A gente começa pelo corte de pano, a metragem que gasta numa calça, vem a soma do custo da lavanderia... aí coloca o custo da facção, o aprontamento, do detonado, depois aí, pronto, no que soma dá um gasto de uns vinte e cinco reais, a gente passa a vender a calça acima de 30 reais”.

Apesar de ter uma marca registrada e relativamente conhecida, vender para clientes de fora e muitos anos de atuação no setor, quando comparado com um proprietário como Tadeu, Silvio apresenta um menor volume de traços distintivos e de recursos diferenciadores locais. Por outro lado, está significativamente melhor posicionado que Rodrigo, Maria e Geraldo.

Posição G: Proprietária de fabrico doméstico, com trabalhadoras (costureiras e filhos) e uma costureira facionada, que vende no Moda Center, para clientes antigos e via representantes (Laura)

Filhas de uma família de muitos irmãos, de um pai que trabalhava como marchante e de uma mãe que, segundo elas, para os padrões locais, era “bem fina”, Laura e Valéria me disseram ter suas origens “misturadas, que a gente veio de um lado bem fino e de outro...”. Laura aprendeu a trabalhar com confecção na adolescência, a mãe do seu ainda namorado tinha um fabrico. Lá ele trabalhava e ela ia aprendendo. Desde que com ele se casou, Laura passou a trabalhar com confecção. Seu marido logo viu que ela tinha jeito para tomar conta do fabrico dele, mas como a fabricação do cônjuge era com a sogra dela, Laura e sua irmã, que também trabalhava para o cunhado, resolveram fabricar juntas. Assim seguem até hoje.

No início, o marido de Laura ajudou muito elas. Conseguiu um banco na Feira de Caruaru e comprou tecidos para que elas pudessem fabricar e vender suas peças, as contratou para fabricar para ele. Há mais de quatorze anos fabricando juntas vestidos populares, Laura disse-me manter sem registro seu fabrico, no galpão nos fundos da casa onde mora, por vê-lo pequeno e, deste modo, não acreditar ser justificável torná-lo “uma empresa”. Além delas, que têm rotina diária de trabalho nas máquinas de costura,

similar às duas costureiras (advindas do Sertão) que contratam, lá também trabalham os três filhos delas. Com frequência, facionam uma parte específica da costura dos vestidos com uma costureira externa. Acreditam que assim ganham tempo e produtividade. Mas todo o resto é feito ali. Os filhos cuidam do corte do tecido, do acabamento e da embalagem das peças prontas.

Quando lá estive, observei algumas máquinas de costura convencionais (entre cinco e sete semi-industriais) espalhadas pelo amplo galpão onde trabalham. O espaço que dispõem para produção é significativamente superior ao de Geraldo. Muito embora num bairro de subúrbio e não muito valorizado na cidade, a casa de Laura também é ampla e típica da classe média local.

Os vestidos que lá produzem são vendidos em média por quinze reais. Como visto em 3.1.2, mesmo confeccionando um produto popular, elas consideram as “tendências da moda”, principalmente em termos de cores e estampas com mais aceitação, pois acreditam que não é possível ficar “fora dos padrões” do mercado. As compras necessárias à produção são feitas em Santa Cruz mesmo e geralmente a prazo. As vendas são feitas principalmente por três canais: o *box* no Moda Center, para o qual uma das duas se dirige nos dias de feira; para clientes antigos de outros estados que fazem encomendas; e por meio de representantes que atuam no município. Chegaram a participar de uma rodada de negócios promovida por um desses representantes, porém não sabem se o farão novamente.

Laura quer se desvencilhar mais de suas atividades produtivas para poder estar mais “na rua” e assim tentar conseguir novos clientes. Numa de nossas conversas, disse-me fazer um bom controle do negócio: “tenho tudo anotado. Se você quiser ver quanto eu vendi hoje, quanto eu vendi há um ano atrás...”. E em seguida foi buscar a agenda e me mostrar como é feito tal controle. Organizada financeiramente, diz que tanto ela como a irmã são disciplinadas no seguimento da rotina de trabalho semanal. É deste modo que procuram dar exemplo para as duas costureiras que contratam.

Apesar de ser um fabrico doméstico, demonstram ter uma rotina de trabalho bem sistematizada e uma boa estrutura para executá-lo quando comparada com outros fabricos domésticos como os de Sandro e Geraldo. Além disso, como pôde ser visto no tópico 3.2.2, elas já adquiriram bens relevantes (ou viabilizam serviços específicos para a prole) com o que ganharam com o negócio (casas, carro, Laura paga a faculdade particular dos filhos e divide as despesas domésticas com o marido).

Se compradas com outro filho da feira como Geraldo, considero que possuem as seguintes vantagens: estão melhor acomodadas, não precisam viajar para vender, controlam melhor a produção e a venda, possuem um *box* no Moda Center (algo bem mais valorizado que um banco de feira), estão num município central ao eixo, possuem mais pessoas trabalhando para elas (inclusive exploram a mão de obra familiar que dispõem em maior quantidade) e aparentam ser mais disciplinadas para o trabalho que Geraldo (ele odeia cumprir horários, acha inclusive que foi por isso que não se ajustou aos empregos que conseguiu em São Paulo).

Laura e Valéria estão a mais tempo no ramo e se apresentam mais estabilizadas, parece que se conformaram num padrão de vida e trabalho relativamente confortável. Não alimentam grandes sonhos de crescimento ou de empresariação do negócio, porém mantém o padrão do processo produtivo que montaram. Contaram com o apoio do marido de uma delas e sabem que, se necessário, poderão contar novamente. Além disso, contam com três filhos como mão de obra familiar não paga, ao menos diretamente. Por meio do negócio, podem proporcionar condições objetivas de vida mais confortáveis para a família e projetar um futuro melhor para os filhos universitários. De todo modo, se estão melhor posicionadas que um proprietário como Geraldo, ou mesmo outro como Silvio, ficam abaixo de outros como Tadeu e Dorival.

Posição H: Proprietário de negócio com marca registrada, funcionários, facções diversas, que hoje vende principalmente em banco na feira de Toritama, porém também para clientes externos e via representantes (Dorival)

Já amplamente descrito em 2.3.4, Dorival pode ser visto na figura única ocupando uma posição superior as de Silvio e Laura, porém inferior a de Tadeu.

Comentário final sobre o campo

O campo de negócios agreste assim configurado é um dos microcosmos do agreste das confecções. Aos meus olhos, o mais central e decisivo dentre os demais que justapostos compõem este espaço social. Afinal, se observados outros possíveis campos como o dos representantes de vendas, das facções, dos comerciantes de tecidos, das revendas de máquinas, das entidades de classe e demais atores institucionais vinculados

a tal espaço, enfim, todos eles gravitam em torno da produção-comercialização de confecções. Atividade esta que foi massificada e consolidada na região ao longo de trajeto histórico de gênese reconstruída no capítulo dois.

Este campo, como outros, possui suas próprias regras. Conhecê-las e saber bem jogar com elas é algo decisivo para a atuação de quem por lá se aventura. Por mais que possa ser negada a concorrência (para além da economia) entre aqueles que dele tomam parte, há disputas por poder, por signos distintivos socialmente reconhecidos no campo e no agreste das confecções. Mesmo quando não explicitada ou mesmo ocultada por um discurso que muito escutei entre seus agentes (principalmente os associados, sob uma maior influência sebraeana), de que a “concorrência é quem produz lá fora, é externa, não entre nós”, lá está ela, afinal, “a própria luta (simbólica pela apropriação de distintivos) produz, assim, os efeitos propícios a dissimular a própria existência da luta”, algo tipo o “interesse do desinteresse” (Bourdieu, 2007b: 234). Assim luta-se de modo pré-reflexivo por aumentar o volume do que é tomado como capital ao campo. Tais recursos e traços classificam e são classificados pelos agentes que lutam enquanto se comparam uns aos outros, falam sobre aqueles que admiram, sobre que tipo de negócio gostariam de ter ou o que sonham consumir.

O *habitus* feirante é a referência a partir da qual se alimentam os complexos disposicionais dos filhos das feiras que atuam neste campo. Como argumentei em 3.1, é ao trazê-lo mais ou menos incorporado em si, mostrar-se do mesmo modo capaz de modificá-lo e investí-lo no negócio, que um filho das feiras efetua movimentos de tomada de posição ao longo de sua trajetória de atuação. É por meio destes que se diferencia tanto de sua referência original quanto dos seus pares que, em razão de suas heranças e/ou modificações disposicionais, trajetórias de vida e trabalho, se mostram mais ou menos adaptados a um campo recentemente constituído. Este o impele ao atendimento de novas e velhas demandas disposicionais de acordo com continuidades e mudanças perseguidas nesta tese. Aos meus olhos, os filhos das feiras e o campo de negócios agreste, por mais que reflitam a história coletiva local, estão longe de simplesmente reproduzir o *habitus* feirante e a matriz feira de rua.

Além dos perfis de filhos das feiras aqui apresentados, gostaria de destacar ao menos dois outros dentre tanta gente que se projeta com esperanças de “ganhar o pão” da família ou mesmo ascender em termos socioeconômicos por meio deste tipo de negócio. Os jovens entrantes – que podem não compartilhar de tal história coletiva local

(nos últimos anos, eles têm chegado em massa de outros municípios e regiões, cf. tabela 1 da introdução, com outras histórias que se associam ao agreste das confecções) – e os que se esforçam e acreditam terem se distanciado das feiras e de suas práticas – ao ponto de se verem e se apresentarem como “empresários-empresendedores” e não mais como “feirantes-sulanqueiros” – tendem a praticar estratégias de subversão da tradição do comércio de rua local.

Os primeiros ocupam inevitavelmente posições inferiores, mesmo quando procuram se apresentar com vestes de “empresário”, precisam se inserir do melhor modo possível na atividade e, uma vez que não trazem consigo seus códigos incorporados, somente o podem fazer a partir de suas histórias de vida e trabalho prévias. Estas são elementos recorrentes e tensionadores do campo neste novo milênio.

Os segundos se projetam para outros campos (como o mercado nacional do setor) e agindo de acordo com estes interesses, lutam para modificar o contexto original, ou ao menos sua imagem. De um modo ou de outro, para ingressar ou projetar-se (a partir de uma já boa posição neste campo), ambos precisam estabelecer e manter vínculos com ele, assimilar e atuar conforme sua dinâmica sociocultural e econômica para lá alcançarem a inserção ou o reconhecimento desejado – como mais um novo pequeno proprietário, ou como uma referência de sucesso, que “tornou a cidade conhecida” noutros lugares e que muitos tomam para si como um paradigma.

Há também os que se proclamam feirantes-sulanqueiros e tendem a manter estratégias de conservação da lógica de feira e do modo feirante de ser e negociar. Não se projetam para outros campos, desejam a manutenção do *status quo* da feira de rua e temem pela rentabilidade do seu negócio com a chegada de mais “tanta gente” também em busca de sobrevivência e/ou prosperidade, como muitos deles próprios o fizeram apenas algumas décadas atrás. Em campo esta oposição pode tomar a forma de um conflito entre “antigos” e “modernos”, “ortodoxos” e “heterodoxos”.

Em comum entre todos eles, o interesse objetivo na existência do campo. Nele estão implicados e comprometidos, jogam conforme suas regras e avaliam-se de acordo com a desenvoltura, o êxito ou o fracasso que apresentam ao fazê-lo. Para além do sucesso econômico, quer explicitem verbalmente ou não, lutam também pelos outros signos distintivos que possam vir a destacá-los dentre os demais.

Considerações finais

Para além dos proprietários de negócios de produção e comercialização de confecções que aqui puderam ser elaborados como filhos das feiras, existem muitos outros, de diferentes perfis, também atuantes no agreste das confecções. Como foi posto ao introduzir o fenômeno, pessoas de diversos lugares chegaram nas últimas décadas (e ainda hoje chegam) para tentar a sorte por lá. Trazem consigo heranças disposicionais que podem diferir daquelas que dispõem os protagonistas desta tese. Lá também atuam herdeiros da pouca volumosa, porém muito privilegiada, elite tradicional da região. Filhos dos maiores proprietários de terras, da burguesia comercial urbana mais exitosa, dos profissionais liberais e/ou funcionários públicos mais destacados, enfim, penso em pessoas que herdaram a reverência que os mais populares tinham aos seus pais, ou aquilo que Bourdieu poderia chamar de capital simbólico. Entretanto, tanto os que chegam com suas outras histórias quanto os que herdaram o privilégio de serem vistos pelos demais como alguém “de classe”, ao iniciarem negócio próprio de produção-comercialização de confecções, poderão ser posicionados no campo de negócios agreste, o campo constituído por meio da história coletiva de agentes como os meus protagonistas.

Esta tese decorre de um modo de observar tal história como fruto de outras que a antecedem e condicionam, mas também de agência humana coletiva que a incorpora, adapta e modifica ao longo deste processo. Ou seja, como foi colocado desde o início, do processo por meio do qual continuidades e mudanças podem ser observadas na conduta humana, num microcosmo social circunscrito, reproduzindo, adaptando e modificando a tradição local que se encontrou com a dinâmica mais ampla e abrangente da sociedade capitalista contemporânea. A esta foi subjugada em diversos aspectos, como registrou Bourdieu sobre a Argélia e o interior francês onde nasceu. Entretanto, aos meus olhos, também não deixou de projetar modos de estar, pensar e atuar para este mundo que, por meio de hibridismos, se conforma. A projeção do “local no global” se dá por meio dos indivíduos que trazem, de qualquer que seja o agreste, um tipo de história coletiva particular inscrita em seus corpos, tal como o fazem os filhos das feiras.

Tendo em vista a necessária conclusão deste trabalho sobre a condição contemporânea de tais filhos e do campo de negócios que criaram coletivamente,

precisei optar por tratar apenas de alguns temas, inscritos sob os tópicos seguintes, que julguei serem mais pertinentes a este intento.

O que se quis com esta tese?

No primeiro capítulo procurei apresentar meu estudo acerca do modo como foi produzida a obra de Pierre Bourdieu – segundo ele, em razão de problemas concretos de pesquisa que enfrentou ao longo de sua carreira –, bem como sobre um possível modo de interpretá-lo e utilizá-lo. Sua sociologia oferta um *modus operandi* de grande potencial inspirador, mas que precisa ser recriado, a partir dos seus próprios “princípios de composição”, em cada situação de investigação teórico-empírica na qual se pretende utilizá-la. Aos meus olhos, este é um traço “genético” incontornável do ofício bourdiesiano. No segundo, a partir da necessidade (por Bourdieu apontada) de elaboração da história social do objeto de pesquisa construído, empreendi uma gênese da atividade de confecções no Agreste de Pernambuco, desde as condições mais elementares de sua emergência, até sua configuração neste novo milênio. No terceiro foram elaboradas as tendências disposicionais associadas às práticas dos filhos das feiras e ao campo de negócios agreste por eles constituído. Ao desenvolvê-los creio ter sido capaz de demonstrar que:

- Por mais que esteja acoplado e sintonizado com a dinâmica capitalista deste novo milênio, um campo de negócios como este constituído pelos filhos das feiras, também é produto de uma história coletiva particular, de traços socioculturais que lhe são decisivos, tanto à trajetória local de uma atividade específica quanto aos indivíduos que nela atuam e, ao fazê-lo, incorporam, adaptam e/ou modificam tal legado à contemporaneidade;

- Como produto deste processo, forma-se um campo de negócios no qual os complexos disposicionais de seus agentes, suas práticas cotidianas e os negócios que criam e levam adiante por meio destas estão vinculados a matriz cultural comum, a feira de rua, e ao *habitus* específico a ela associado, o *habitus* feirante; é a presença de tal herança que provoca tensão entre seus agentes quando se defrontam com o mercado convencional e suas práticas propagadas em escala global.

A importância destes personagens e do campo criado para a dinamização da região foi também algo sobre o qual quis elaborar. Não teria como conduzir esta

narrativa que apresento como resultado dos últimos anos de intenso trabalho, sem acreditar no protagonismo da agência coletiva e individual de tais pessoas. Este, entretanto, precisa ser contextualizado e tratado em termos pertinentes para não cair em lugar comum, no qual acredito se encontrar grande parte da literatura publicada sob a marca do “empreendedorismo”. Esta literatura, principalmente quando orientada por planos de negócios e técnicas afins, não me parece contemplar as trajetórias históricas coletivas e individuais específicas, cujo entendimento acredito ser de extrema relevância aos rumos que se dá tanto a políticas públicas quanto a demais iniciativas de orientação e direcionamento da atuação dos diversos atores envolvidos com a atividade.

Observações decorrentes aos praticantes

Espero que esta compreensão sobre um fenômeno relevante para milhares de pessoas, como é a atividade de confecções neste interior do Nordeste brasileiro, possa ter algum impacto nas discussões, formulações de políticas públicas e mesmo na atuação dos agentes envolvidos.

A partir do que foi aqui elaborado, o que de relevante pode ser dito sobre e a tais agentes? Afinal, acredito que compreender como foi possível a emergência do agreste das confecções e do campo de negócios no qual atuam os filhos das feiras, bem como quais contornos tomaram quando confrontados com a riqueza imaginativa da “caixa de ferramentas” bourdiesiana, pode ter alguma utilidade não somente para outros pesquisadores.

Algumas leituras aqui apresentadas podem ser confrontadas à *doxa* (concepções tomadas como certas e aceitas localmente como autoevidentes) e, deste modo, ao menos vir a serem consideradas em discussões relevantes sobre o tema. O que é colocado em 2.3, sobre os termos sulanca-polo, sulanqueiros-empresários, feirantes-empresários, pode ilustrar este ponto.

Além disso, as próprias semelhanças e diferenças entre os filhos das feiras, quando posicionados no campo de negócios agreste, podem ter utilidade compreensiva para os formuladores e replicadores de políticas públicas. Em particular, no entendimento de que, mesmo tomando parte de uma história coletiva comum, ao se diferenciarem significativamente ao longo desta, ao ponto de ocuparem posições distintas naquele campo, tais posicionamentos precisam ser considerados quando se

formula ações “para todos”. Afinal, na prática, tais ações tendem somente a servir aos que ocupam determinadas posições mais ou menos privilegiadas que outras. Aos meus olhos, compreender tais comparativos entre os agentes de um campo (como se procura fazer em 3.2) pode ser útil para que se tenha mais clareza sobre para quais deles se dirige esta ou aquela iniciativa.

Outro ponto no qual vejo alguma importância de ser destacado está relacionado a “máxima prevalente” de que os “sulanqueiros” precisam implementar as práticas de *management* para assim se tornarem “empresários”. Quanto mais caminharem neste sentido, “melhor”. Este “unidirecionamento conversivo” não me parece ser nem amplamente válido nem o caminho a ser seguido por todos, como tentei demonstrar por meio da história de Dorival (2.3.4). Além disso, quando o processo é conduzido de forma a valorar o modo “feirante” como ruim e o modo “empresário” como bom, se estabelece um dualismo bem distante da realidade e da dinâmica da maior parte dos negócios da região. Desvalorizar as práticas e os hábitos de feira e sobrevalorizar as doutrinas do *management* faz com que os agentes locais, que foram capazes de, com criatividade e inovação, levar adiante negócios para os quais não tiveram qualquer preparação técnica ou apoio e incentivo público inicial, possam ser subavaliados quando utilizados parâmetros externos disseminados por tal doutrina.

Aos meus olhos, estamos falando de diferenças entre práticas, em histórias distintas que se encontram. Com tensão e tendência de imposição da segunda à primeira, claro, mas que uma vez seus agentes minimamente esclarecidos sobre as forças e fraquezas de cada um dos dois grandes feixes de forças socioculturais que estão por trás deste processo em curso no agreste das confecções, aspectos da história local marcantes nos complexos disposicionais dos filhos das feiras podem ser, não somente avaliados de modo devido, mas também melhor explorados no desenvolvimento de tais personagens e dos seus negócios. Afinal, não é dando um “banho de loja” no negócio de um feirante, incluindo aí algo como uma “lavagem cerebral” no proprietário ao ponto de fazê-lo crer que de agora em diante é um “empresário”, que a história incorporada de cada um deles vai deixar de se fazer presente em suas práticas cotidianas. São décadas de feira de rua que prevalecem na região e no modo de estar no mundo e negociar de sua população. Esta história, suas consequências e contemporaneidade precisam ser consideradas devidamente por quem se propõe a dizer algo ou atuar de modo esclarecido no agreste das confecções. Em particular, para quem acredita que está a

levar e a promover por lá ações “inovadoras” (penso aqui em novos atores ou instituições que chegam de fora e se dirigem aos locais como quem traz “luz às trevas”). A “grande inovação” já aconteceu, de modo coletivo, autóctone e complexo, quando em meio à aridez agrestina tantos negócios de confecções foram sendo germinados. O que penso ser pertinente hoje em dia é implementar melhorias nas condições de produção e comercialização da maior parte dos negócios da região, bem como atrelar o crescimento econômico que se vê por suas ruas ao melhoramento que urge na qualidade de vida de sua população nas mais diversas e básicas dimensões (saúde, educação, segurança, etc.).

O que também gostaria de apontar aqui é que, com seus traços particulares e típicos, o que dizem esses proprietários sobre si mesmos e sobre seus negócios não deixa de ser também reflexo do contexto no qual estão inseridos. Se, por um lado, neste podem ser vistas fortes singularidades, por outro, não deixa de apresentar similaridades a outros também situados na periferia do mundo-mercado contemporâneo. Vê-lo assim pode ser útil em dois sentidos. No primeiro, para não repetir acriticamente o que chamo de “fundamentalismo regionalista”. Um tipo de fé-prática de atavismo cultural que canta uma feira de rua como um patrimônio local, algo particular e distintivo à região – quando uma olhadela mundo afora nos permite encontrar feiras de rua que aconteceram por séculos e ainda hoje acontecem em pleno novo milênio. No segundo, para não simplesmente se esforçar em aceitar os ditames universalizados do “totalitarismo do mercado global”. Se, por um lado, a história local não deve ser sobrevalorizada nos termos de se tornar fonte de extremismos identitários sem fundamentos razoáveis, por outro, não deve ser desvalorizada diante de agentes externos (consultores, por exemplo), plenamente instrumentalizados nas técnicas de *management*, e que por lá chegam a dizer o que se deve ou não ser feito em nome do “desenvolvimento do Polo” e da profissionalização dos seus negócios. Acredito caber novamente aos agentes locais assumirem o protagonismo histórico que lhes é “de direito” e decidirem sobre os rumos a serem seguidos conforme os interesses coletivos em jogo. Claro que se mantendo abertos e atentos aos aperfeiçoamentos nos negócios trazidos dalgures e que podem lhes ser pertinentes e interessantes (ou não).

O ponto de partida mais apropriado pode ser o esclarecimento dos agentes atuantes neste contexto. Tal esclarecimento se daria no sentido de instrumentalizá-los a criar os caminhos pelos quais realmente se quer desenvolver, não somente o conjunto de negócios que constituem o agreste das confecções, mas também a região e os

municípios que os abrigam. Tenho convicção que o desenvolvimento local, em seu sentido mais humano possível, pode ser potencializado ou restrito a depender do modo como os negócios de confecções seguirem sendo tocados adiante.

Sem dúvidas, para além dos negócios em si, há um amplo leque de questões em termos de qualidade de vida social que precisa melhor povoar a região. Enquanto os agentes que atuam no agreste das confecções não trouxerem para seu ponto de reflexão o impacto e as consequências de tal atividade para o tipo de vida que se vive, principalmente pelas populações mais desfavorecidas de suas cidades, mais apenas econômico estará sendo o crescimento local. E, como procurei tratar ao longo desta tese, não é mais ou menos dinheiro que significa melhor viver.

Uma boa escola pública para os filhos, uma infraestrutura urbana decente para a cidade, com espaços apropriados de lazer e divertimento, redução de criminalidade e aumento no respeito à vida e ao convívio educado em sociedade tendem a propiciar a ampliação dos horizontes de futuro das gerações seguintes. Se em condições bem menos propícias que as de hoje, pessoas atuantes região foram capazes de criar e promover algo vibrante e pujante como estas feiras da sulanca e todo o conjunto de negócios delas irradiados, por que não haveriam de reunir condições de mudar a realidade das cidades nas quais prosperaram nos negócios? Não seriam também capazes de pensar e articular iniciativas no sentido do crescimento da qualidade da vida coletiva onde moram? Creio que, caso optem por fazê-lo, podem sim. E muito.

O lugar no conhecimento sobre o tema e possíveis desdobramentos

Se, até os primeiros anos deste milênio, a literatura científica e as pesquisas descritivas-informativas sobre a atividade de confecções no Agreste pernambucano ainda poderia ser considerada escassa, o mesmo não se pode dizer hoje, mais de uma década depois. Como coloquei na introdução e citei ao longo do capítulo dois, teses, dissertações, artigos, comunicações, livros e capítulos, oriundos de pesquisas das mais diversas áreas estão publicadas sobre o fenômeno. Diante desta constatação e do que se ofereceu aqui, como e o que pode ser considerado uma contribuição ao que já está dito sobre o tema?

De modo geral, estes seriam os principais temas e tipos de estudos aos quais tive acesso até então sobre a atividade de confecções na região: a condição dos seus

trabalhadores, em particular, sua situação precária e doméstica; a articulação da dinâmica local com o capitalismo contemporâneo; a condição das sulanqueiras e costureiras; o campo e a atuação institucional; as lideranças empresariais e suas empresas líderes; a expansão geográfica (humana e urbana) da atividade; os fluxos migratórios relativos ao fenômeno; aspectos econômicos gerais e específicos; a história da “sulanca”; e, de modo geral, pesquisas localizadas num dos municípios envolvidos, bem como descrições quantitativas do conjunto (com ênfase em dados econômicos).

Por acreditar que a trajetória da atividade na região pode ser conhecida por meio das pessoas que dela tomaram parte, criando e tocando adiante negócios de produção e comercialização de confecções, com esta tese quis acrescentar a tal volume de temas tratados e estudos elaborados uma visão de conjunto e compreensiva da história coletiva local e da condição contemporânea de alguns dos seus protagonistas. Aqui, estes não foram selecionados de acordo com o porte (grande ou pequeno), tipo de negócios (fábriico ou indústria), ou município específico no qual vivem e trabalham, mas sim em função de um perfil que, se não é o mais recorrente atualmente diante do grande fluxo migratório de pessoas rumo ao agreste das confecções, foi historicamente decisivo para que este pudesse vir a se constituir. Afinal, pessoas próximas de tal perfil trazem em si, inscrita em seus corpos, refletida em seus atos e negócios, a história local ao presente. É justamente aí que acredito residir uma contribuição à compreensão mais ampla do contexto, das pessoas que nele atuaram e atuam de modo decisivo e dos negócios criados ao longo deste processo.

Para além disso, novas questões foram levantadas ao longo do percurso desta investigação e possíveis desdobramentos futuros vislumbrados – algo comum às investigações científicas, em particular nas ciências sociais. Elenco a seguir apenas algumas questões-temas que se destacaram dentre tantos que me surgiram neste caminho:

- Quais seriam outros perfis de proprietários de negócios hoje relevantes na região? Que tipos de negócios criaram e levam adiante além dos de produção e comercialização de confecções?

- Quais signos distintivos próximos da noção bourdiesiana de “poder simbólico” (Bourdieu) podem hoje ser observados e analisados no agreste das confecções?

- A partir da constituição deste campo dos proprietários de negócios de produção e comercialização de confecções, quais outros seriam também relevantes à atividade (o dos representantes, das facções, dos revendedores de tecidos e de máquinas, dos atores institucionais)? Como poderiam ser devidamente estudados? Ou ainda, pode a noção servir ao estudo mais amplo dos diversos negócios relacionados à atividade de confecções no Agreste?

- Como podem ser melhor investigadas as diferenças entre as práticas relacionadas ao gênero dos proprietários? O que especificamente caracterizaria cada um deles?

- Uma vez que o tempo no negócio (“ele está a mais tempo do que eu, só passo ele se ele parar e eu continuar”) e o tempo no cotidiano (“minha vida é uma correria danada”) foram temas que surgiram nas falas da maior parte dos entrevistados, em que medida e de que modo a dimensão “tempo” no campo de negócios agreste pode ser melhor conhecida?

- Além destas questões, acredito que estudos sobre a relação entre tal trajetória de negócios na região e a qualidade de vida coletiva local também podem ser empreendidos a partir do que está posto sobre o agreste das confecções, os filhos das feiras e o campo de negócios agreste.

Contribuição à sociologia bourdiesiana

Por fim, será que há algo nesta tese que pode ser tomado como contribuição à sociologia bourdiesiana? Caso sim, o que seria? A amplitude da repercussão que a obra de Pierre Bourdieu teve (e tem) na sociologia contemporânea é algo que foi aqui já destacado na introdução. Ao pensar sobre tal volume impressionante, especulo que grande parte da produção em ciências sociais, que recorre especificamente à obra deste autor, possa ser agrupada em dois maiores grupos. Um primeiro, no qual se faz uso de alguns dos conceitos cunhados pelo sociólogo francês. Um segundo, no qual se propõe a reproduzir em outros contextos os estudos realizados por Bourdieu na sua França da

segunda metade do século passado – muitos aqui orientados por princípios como o da “homologia entre campos”.

Entretanto, ao longo do estudo que originou o capítulo primeiro desta tese pude perceber que a originalidade da obra do sociólogo francês está no seu modo de proceder, no seu *modus operandi* e não no *opus operatum*, como já destacaram autores como Wacquant, Robbins, Brubaker e Santoro dentre outros. Suspeito que operar a partir dos seus “princípios de composição”, porém submetendo-os ao “primado da prática”, do terreno empírico do qual se nutre o pesquisador ao se engajar numa relação única que se estabelece entre ele e tal terreno (empreendendo a partir e ao longo desta relação, a construção de um objeto de pesquisa específico), não seja o tipo mais comum e recorrente dentre os usos contemporâneos da sociologia bourdiesiana.

Como bem apontou Robbins (2000: 25), em referência ao modo como Bourdieu entendia e usava conceitos, eles nunca são completamente destruídos, mas sempre suplantados por portarem uma obsolescência funcional latente em sua constituição. Após terem ajudado o pesquisador a gerar sentido sobre coisas e objetos, tornam-se criações fadadas à obsolescência. A leitura desta corrente sociológica como uma linguagem, como as demais, e a inspiração que me adveio de Wittgenstein, no sentido de interpretá-la como contingente e necessitada de reelaborações a partir do contexto de cada novo uso, me possibilitaram a realização de um trabalho que creio ao menos ter algo de criativo nestes termos.

Se somente foi por meio da sociologia bourdiesiana que consegui compor esta tese, espero que ela, à sua maneira, possa ser escutada como uma música com melodia e tons próprios. Nela, é evidente a influência da referência original, a presença marcante daquele estilo. Ao mesmo tempo, resulta de outro ato criador, orquestrado por instrumentos desenvolvidos sob medida para esta aquarela agrestina.

Referências

Andrade, Manuel C. de (2005 [1963]). *A terra e o homem do Nordeste*. 7ª ed. revista e aumentada. São Paulo: Cortez.

Andrade, Tabira (2008). *A estrutura institucional do APL de Confecções do Agreste Pernambucano e seus reflexos sobre a cooperação e a inovação: o caso do município de Toritama*. (Dissertação de Mestrado em Economia) João Pessoa: UFPB.

Bachelard, Gaston (1996 [1938]). *A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento*. Rio de Janeiro: Contraponto. [*La Formarion de Pesprit scientifique*]

Baranger, Denis (2012). *Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu*. Posadas, 2ª. edición (1ª. electrónica).

Bezerra, Elaine M. (2011). *O Trabalho a domicílio das mulheres do Cariri paraibano no polo de confecções do Agreste de Pernambuco*. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), Campina Grande: UFCG.

Boltanski, Luc; Chiapello, Ève (2009). *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins fontes.

Boschetti, Anna (2003). *La rivoluzione simbolica di Pierre Bourdieu*. Veneza: Marsilio.

Boschetti, Anna (2010). La nozione di campo. Genesi, funzioni, usi, abusi, prospettive. In: Paolucci, Gabriella (org.). *Bourdieu dopo Bourdieu*. Itália: UTET università, 109-144.

Bourdieu, Pierre (1977 [1972]). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press. [*Esquisse d'une théorie de la pratique*]

Bourdieu, Pierre (1979a [1963]). *O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais*. São Paulo: Perspectiva. [*Travail et travailleurs en Algérie*]

Bourdieu, Pierre (1979b). Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 30, 3-6.

Bourdieu, Pierre (1984). Quelques propriétés des champs. In: _____ *Questions de Sociologie*. Paris: Les Éditions de Minuit, p. 113-120.

Bourdieu, Pierre (1986). The forms of capital. In: J. Richardson (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 241-258.

Bourdieu, Pierre (1989a). Introdução à uma sociologia reflexiva, in _____ *Poder simbólico*. Portugal/Brasil: Difel/Bertrand, p. 17-58. [Também em: Bourdieu, P. (1992). The Practice of Reflexive Sociology (The Paris Workshop), in: P. Bourdieu and L. Wacquant. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press, 217-260]

Bourdieu, Pierre (1989b [1984]). A gênese dos conceitos de *habitus* e campo. In: _____ *Poder simbólico*. Portugal/Brasil: Difel/Bertrand, 59-73. [*The Genesis of the concepts of habitus and field*]

Bourdieu, Pierre (1990). Fieldwork in Philosophy (Interview). In: _____ *Other Words: Towards a Reflexive Sociology*. Stanford: Stanford University Press, 3-33.

Bourdieu, Pierre (1991). “Meanwhile, I have come to know all the diseases of sociological understanding” (An interview with Pierre Bourdieu, by Beate Kraus). In: Bourdieu, Pierre; et al. *The Craft of Sociology: Epistemological Preliminaries*. Berlin-New York: Walter de Gruyter. [*Le Métier de Sociologue*]

Bourdieu, Pierre (1996a [1994]). Espaço social e espaço simbólico. In: _____ *Razões práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papirus, 13-33. [*Raisons pratiques: Sur la théorie de l'action*]

Bourdieu, Pierre (1996b [1992]). *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras.
[*Les règles d'art*]

Bourdieu, Pierre (2001). Wittgenstein, le sociologisme et la science sociale. In: Bouveresse, J.; Laugier, S.; Rosat, J.-J. *Wittgenstein, dernières pensées*. Marseille: Agone, 345-353.

Bourdieu, Pierre (org.) (2003 [1993]). *A Miséria do Mundo*. Petrópolis: Vozes.
[*La Misère du monde*]

Bourdieu, Pierre (2005a [2004]). *Esboço de Auto-análise*. São Paulo: Companhia das Letras. [*Esquisse pour une auto-analyse*]

Bourdieu, Pierre (2005b [1997]). O campo econômico. *Política & Sociedade*, n. 6, 15-57. [Le champ économique. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 119, 48-66]

Bourdieu, Pierre (2006a [1962]). O camponês e seu corpo. *Rev. Sociol. Polit.*. Curitiba, n. 26, junho. [*Le paysan et son corps*]

Bourdieu, Pierre (2006b). *As Estruturas Sociais da Economia*, Lisboa: Instituto Piaget.
[*Les structures sociales de l'économie*]

Bourdieu, Pierre (2007a [1966]). Condição de classe e posição de classe. In: _____ *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 3-25. [Condition de classe et position de classe. *Archives européennes de sociologie*, tomo VII., nº 2, 201-223]

Bourdieu, Pierre (2007b [1979]). *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Editora Zouk. [*La Distinction*]

Bourdieu, Pierre (2011 [1984]). *Homo Academicus*. Florianópolis: Ed. da UFSC.
[*Homo Academicus*]

Bourdieu, Pierre (2014 [2001]). *Por uma sociologia da ciência*. Lisboa: Edições 70. [Science de la science et réflexivité]

Bourdieu, Pierre; et al (1991 [1968]). *The Craft of Sociology: Epistemological Preliminaries*. Berlin-New York: Walter de Gruyter. [Le Métier de Sociologue]

Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loïc (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.

Brubaker, Rogers (1993). Social Theory as *Habitus*. In: Calhoun, Craig et al. (eds.). *Bourdieu: Critical perspectives*. Cambridge: Polity Press, 212-234.

Burnett, Annahid (2013). A “saga” dos retalheiros: um estudo sobre a instituição da feira da sulanca no agreste pernambucano. In *Século XXI*, Revista de Ciências Sociais, v.3, jul./dez., n. 2, 09-40.

Cabral, Romilson M. (2007). *Relações possíveis entre empreendedorismo, arranjos organizacionais e institucionais: estudo de casos múltiplos no Pólo de Confeções do Agreste Pernambucano*. (Tese de Doutorado em Administração) Salvador: UFBA.

Calhoun, Craig (1993). ‘Habitus, Field, and Capital: The Question of Historical Specificity’. In: C. Calhoun et al (eds.). *Bourdieu: Critical Perspectives*. Polity: Cambridge, 61-88.

Campello, Glauce Maria da Costa. (1983) *A atividade de confecção e a produção do espaço em Santa Cruz do Capibaribe*. (Dissertação de Mestrado em Geografia) Recife: UFPE.

Carles, Pierre (2001). *La sociologie est en sport de combat*. [Documentário]

Eco, Umberto (1989). *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva.

Espírito Santo, Wecisley R. do (2013). *Sulanqueiras: o trabalho com vestuário e outros ofícios no Agreste pernambucano*. (Tese de Doutorado em Antropologia Social) Rio de Janeiro: Museu Nacional/UFRJ.

Ferreira, Josué E. (2001). *Ocupação humana do agreste pernambucano: uma abordagem antropológica para a história de Caruaru*. João Pessoa: Edições FAFICA/Ideia.

Frère, Bruno (2004). Genetic Structuralism, Psychological Sociology and Pragmatic Social Actor Theory Proposals for a Convergence of French Sociologies. *Theory, Culture & Society*, v 21(3), 85–99.

Givigliano, Alfredo (2012a). Think (pragmaticisticamente) different. Spunti pragmaticisti in P. Bourdieu. In: Pozzoni I. *Pragmata. Per una ricostruzione storiografica dei Pragmatismi*. Morolo (Fr): IF-Press, 293-316.

Givigliano, Alfredo (2012b). *Bourdieu sociologo del linguaggio*. Roma: Aracne.

Gomes, Sueli C. (2002). *Do comércio de retalhos a feira da Sulanca: Uma inserção de migrantes em São Paulo*. (Dissertação de Mestrado em Geografia humana) São Paulo: USP.

Gonçalves, Albertino R. (1999). *Imagens e Clivagens: Os Residentes face aos Emigrantes*. Porto: Edições Afrontamento.

Heleno, Edilane do A. (2013). *Configurações do trabalho a domicílio nas confecções de roupas de jeans no município de Toritama-PE*. (Tese de Doutorado em Sociologia), João Pessoa, UFPB.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2010). Censo Demográfico. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>. Acesso em: 12.09.2014.

Lahire, Bernard (2001). “Champ, hors-champ, contrechamp”. In: _____(org.). *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu: dettes e critiques*. Paris: La Découverte, 23-57.

Lahire, Bernard (2004 [2002]). *Retratos Sociológicos: disposições e variações individuais*. Porto Alegre: Artmed. [*Portraits sociologiques. Dispositions et variations individuelles*]

Lahire, Bernard (2006 [2004]). *A cultura dos indivíduos*. Porto Alegre: Artmed. [*La Culture des Individus*].

Lira, Sonia (2006). Os aglomerados de micro e pequenas indústrias de confecções do Agreste/PE: Um espaço construído na luta pela sobrevivência. In *Revista de Geografia*. Recife: UFPE (DCG-NAPA).

Lira, Sonia (2011). *Muito além das feiras da sulanca: a produção de confecções no Agreste-PE*. Recife: Ed. Universitária da UFPE.

Lyra, Maria R. S. de B. (2003). *O processo de migração de retorno no fluxo Pernambuco – São Paulo – Pernambuco*. (Tese de Doutorado em Demografia) Campinas: Unicamp.

Matos, Fátima Regina Ney. *O Tecido Empreendedor e o Capital Social Costurando o Desenvolvimento Local: um Estudo em um Aglomerado de Confecções no Agreste Pernambucano*. (Tese de Doutorado em Administração) Recife: UFPE.

Mattos, Pedro L. C. L. de (2002). A Estruturação de Dissertações e Teses em Administração: Caracterização Teórica e Sugestões Práticas. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, v. 6, n. 3, Set./Dez., p. 175-19.

Noronha, Eduardo; Turchi, Lenita (2007). O pulo do gato da pequena indústria precária. *Tempo Social*, revista de sociologia da USP, v. 19, n.1: 249-280.

Pereira, Virgílio B. (1999). *Os vincados padrões do tecido social. Uma análise das vivências quotidianas de uma freguesia industrializada no Vale do Ave*. Porto: Edições Afrontamento.

Pereira, Virgílio B. (2005). *Classes e culturas de classe das famílias portuenses: classes sociais e modalidades de estilização da vida na cidade do Porto*. Porto: Edições Afrontamento.

Popper, Karl (2006 [1963]). *Conjecturas e Refutações: O desenvolvimento do conhecimento científico*. Coimbra: Almedina.

Raud, Cécile (2007). Bourdieu e a nova sociologia econômica. *Tempo Social*, v. 19, n. 2, 203-232.

Robbins, Derek (2000). The socio-genesis of the thinking instruments. In: _____. *Bourdieu and culture*. Londres: Sage, 25-41.

Sá, Marcio (2010). *O homem de negócios contemporâneo*. Recife: Ed. Universitária da UFPE.

Sá, Marcio (2011). *Feirantes: quem são e como administram seus negócios*. Recife: Ed. Universitária da UFPE.

Sá, Marcio (2012). Contexto e trajetória de vida-trabalho no Nordeste do Brasil: da infância no comércio à condição empresária na indústria têxtil local. In Araújo, E.; Duque, E. (eds.) *Os tempos sociais e o mundo contemporâneo: Um debate para as ciências sociais*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade/Centro de Investigação em Ciências Sociais/Universidade do Minho.

Sá, Marcio (2013a). The *agreste* business field: properties, positions and questions for a Bourdieusian research concept. In: *Scienza e critica del mondo sociale: la lezione di Pierre Bourdieu*. Convegno internazionale, Università degli Studi di Cagliari, 6-7 giugno. (comunicação oral)

Sá, Marcio (2013b). Feirantes: possíveis contribuições. In: Sá, M.; et al (org.). *Trabalho: questões no Brasil e no Agreste pernambucano*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 101-117.

Sá, Marcio; Mattos, Pedro L. C. L. de (2012). De Pequenos Negócios de Feira à Metodologia Científica: Dúvidas Herdadas de Experiências de Pesquisa. In: *Anais do XXXVI EnANPAD* (Encontro anual da ANPAD). Rio de Janeiro: Anpad.

Santoro, Marco (2008). Putting Bourdieu in the Global Field (Introduction to the Symposium The International Circulation of Sociological Ideas: The Case of Pierre Bourdieu). *Sociologica*, 2/2008, Bologna: Società editrice il Mulino.

Santoro, Marco (2010). “Con Marx, senza Marx”. Sul capitale di Bourdieu. In: Paolucci, Gabriella (org.). *Bourdieu dopo Bourdieu*. Itália: UTET università, 145-172.

Santoro, Marco (2011). From Bourdieu to Cultural Sociology. *Cultural Sociology*, 5(1) 3–23.

Santos, Boaventura de S. (2000 [1987]). *A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência*. V. 1. São Paulo: Cortez, 55-94. [Reprodução de “Um Discurso Sobre as Ciências”]

Santos Lima, Alexandre (2001). “*Empreendendo” a Sulanca: O SEBRAE e o Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco*. (Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais), Campina Grande: UFCG.

SEBRAE (2003). *Estudo de caracterização econômica do Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco*. Recife: FADE/UFPE/SEBRAE.

SEBRAE (2013). *Relatório final: Estudo econômico do arranjo produtivo local de confecções do Agreste pernambuco*. Recife: Sebrae.

Souza, Alana M. de (2012). “*A gente trabalha onde a gente vive*” – *A vida social das relações econômicas: parentesco, “conhecimento” e as estratégias econômicas no agreste das confecções*. (Dissertação de Mestrado em Sociologia e Antropologia,) Rio de Janeiro: UFRJ.

Swartz, David (1997). *Culture & Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.

Swartz, David L.; Zolberg, Vera L. (2004). Introduction. In: ____ (eds.) *After Bourdieu: influence, critique, elaboration*. Netherlands: Kluwer academic publishers, 1-16.

Taylor, Charles (2000 [1995]). Seguir uma regra. In: ____ *Argumentos filosóficos*. São Paulo: Edições Loyola, 181-196. [*Philosophical Arguments*]

Tendler, Judith (2002). Pequenas Empresas, O Setor Informal e o Acordo com o Diabo. *IDS Bulletin* [Instituto de Estudos de Desenvolvimento], v. 33, n. 3, Julho, 1-14.

Unger, Roberto Mangabeira (2009). *O desenvolvimento do Nordeste como projeto Nacional: um esboço*. Brasília: Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

Vandenberghe, Frédéric (1999). “The real is relational”: an epistemological analysis of Pierre Bourdieu’s generative structuralism. *Sociological Theory*, 17, 1, 32-67. [as páginas indicadas nas citações são referentes à tradução de Gabriel Peters, sem data, disponível em: https://www.academia.edu/859739/O_Real_e_relacional_uma_analise_epistemologica_do_estruturalismo_gerativo_de_Pierre_Bourdieu. Acesso em: 12.09.14].

Vasconcelos, Valtemira M. (2012). *Migração e pendularidade: As consequências de atração de população para o município de Toritama-PE*. (Dissertação de Mestrado em Geografia) Recife: UFPE, 2012.

Veiga, Carlos, V. (2006). *As Regras e as Práticas. Factores organizacionais e transformações na política de reabilitação profissional das pessoas com deficiência*. Lisboa: SNRIPD - Cadernos SNR nº 20.

Véras de Oliveira, Roberto (2011). O pólo de confecções do agreste de Pernambuco: ensaiando uma perspectiva de abordagem. In: *35º Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu. Anais do 35º Encontro Anual da Anpocs. São Paulo: Anpocs.

Véras de Oliveira, Roberto (2013). O Polo de confecções do Agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica. In: Véras de Oliveira, R.; Santana, Marco A. (orgs.). *Trabalho em territórios produtivos reconfigurados no Brasil*. João Pessoa: Editora da UFPB, 233-78.

Wacquant, Loïc (1992). Preface. In: Bourdieu, P.; Wacquant, L. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press, ix-xiv.

Wacquant, Loïc (2006 [2004]). Seguindo Bourdieu no campo. *Revista Sociologia e Política*, Curitiba, 26, p. 13-29, jun. [*Following Pierre Bourdieu into the field. Ethnography*, v 5(4), 387-414].

Weber, Max (1999). Objetividade do Conhecimento na Ciência Social e na Ciência Política. *Metodologia das Ciências Sociais* (Parte 1). 3ª ed. São Paulo/Campinas: Cortez/Unicamp, 107-54.

Wittgenstein, Ludwig (1999 [1953]). *Investigações filosóficas*. São Paulo: Editora Nova Cultural.

Wittgenstein, Ludwig (2011 [1921]). *Tratado lógico-filosófico e Investigações filosóficas*. 5. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Xavier, Maria G. P. (2006). *O processo de produção do espaço urbano em economia retardatária: a aglomeração produtiva de Santa Cruz do Capibaribe (1960-2000)*. (Tese de Doutorado em Desenvolvimento Urbano) Recife: UFPE.

Fontes e créditos dos mapas e fotos:

Mapas 1, 2 e 3: disponíveis na internet (google images)

Fotos 1 e 4: disponíveis em “Caruaru Antiga”
(<https://www.facebook.com/caruaru.antiga?fref=ts>)

Fotos 2, 3, 5, 7 a 11: do arquivo de Arnaldo Vitorino e também disponibilizadas por Dadinho (Santa Cruz do Capibaribe)

Fotos 6, 12, 13 (assinada por Roberto Silva), 27: disponíveis na internet (google images)

Fotos 14 a 23, 26 e 28 a 31: Marcio Sá

Fotos 24 e 25: Taíza Maria

- Para a indicação do período histórico de algumas fotos (nas quais isso foi pertinente), consulte o geógrafo Arnaldo Vitorino (para as fotos de SCC) e os historiadores municipais Veridiano Santos e Josué Euzébio (fotos de Caruaru).