



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS-UFAL
INSTITUTO DE GEOGRAFIA, DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
ÁREA CONCENTRAÇÃO: ORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO**

CRISTIANE DA SILVA

**CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO DE CONFECÇÕES E O CIRCUITO
INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DO RAMO VAREJISTA DE VESTUÁRIO
EM UNIÃO DOS PALMARES/AL**

MACEIÓ, 2019.

CRISTIANE DA SILVA

**CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO DE CONFECÇÕES E O CIRCUITO
INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DO RAMO VAREJISTA DE VESTUÁRIO
EM UNIÃO DOS PALMARES/AL**

Dissertação apresentada ao Instituto de Geografia,
Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal de
Alagoas, para obtenção do título de Mestre em Geografia na
Área Concentração de Organização do Espaço Geográfico.

Orientadora: Prof.^a Dra. Luciane Maranhã de Oliveira Marisco

Co-orientadora: Prof.^a Dra. Eliza Pinto de Almeida

MACEIÓ, 2019.

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central

Bibliotecário Responsável: Marcelino de Carvalho

S586c Silva, Cristiane da.
Circuito espacial produtivo de confecções e o circuito inferior da economia urbana do ramo varejista de vestuário em União dos Palmares/AL / Cristiane da Silva – 2019.
194 f.: il.

Orientadora: Luciane Maranha de Oliveira Marisco.

Co-orientadora: Eliza Pinto de Almeida.

Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Maceió, 2019.

Bibliografia: f. 171-182.

Apêndices: f. 183-194.

1. Comércio atacadista. 2. Vestuário - Indústria - Pernambuco. 3. Vestuário - Comércio - União dos Palmares (AL). 4. Economia urbana. 5. Comércio varejista. I. Título.

CDU: 911.3:339.37(813.5)

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE GEOGRAFIA, DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
ÁREA ORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO**

AUTOR (A): CRISTIANE DA SILVA

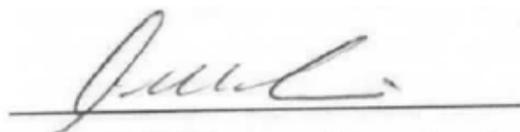
**CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO DE CONFECÇÕES E O CIRCUITO
INFERIOR DA ECONOMIA URBANA DO RAMO VAREJISTA DE VESTUÁRIO
EM UNIÃO DOS PALMARES/AL**

ORIENTADORA: Prof^ª. Dra. LUCIANE MARANHA DE OLIVEIRA MARISCO

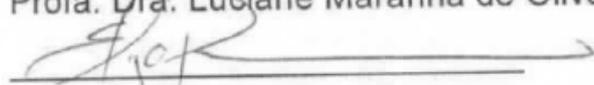
CO-ORIENTADORA: Prof^ª. Dra. ELIZA PINTO DE ALMEIDA

Aprovado em 29 de Março de 2019.

BANCA EXAMINADORA:



Prof. Dra. Luciane Maranha de Oliveira Marisco – Presidente



Prof. Dra. Eliza Pinto de Almeida – Coorientadora e Titular Interno



Prof. Dr. Marcos Antônio de Moraes Xavier – Titular Externo

Maceió, 29 de Março de 2019

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, autor de meu destino, meu guia, socorro presente na hora da angústia, ao meu pai (José Vicente da Silva), minha mãe (Maria Cristina da Silva), e aos meus irmãos (Jéssica Cintia da Silva e José Vicente da Silva Filho).

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao amigo e companheiro José Leonardo da Silva, pelas conversas, confiança e por me fazer acreditar em minha capacidade para vencer os obstáculos e alcançar objetivos; aqui estou cumprindo mais uma missão e continuando minha jornada. Ir além das fraquezas e limitações, essa é a grande conquista. Os medos simbolizam nosso crescimento e superação, a reconstrução de quem somos e de onde podemos chegar.

A professora Dra. Luciane Maranha de Oliveira Marisco (orientadora) meu obrigada, por suas contribuições na leitura do trabalho. O que muito enriqueceu sua construção e desenvolvimento crítico presente na discussão, que buscou demonstrar a dinâmica das pequenas cidades no período atual e o compromisso de nós geógrafos enquanto pesquisadores para o debate atual.

À professora Dra. Eliza Pinto de Almeida, co-orientadora e titular interno. Obrigada, pela paciência, orientações, correções, carinho, solicitude nas leituras do trabalho e amizade. À quem muito estimo, respeito e admiro, pelo seu empenho e compromisso com a luta política e democrática.

Ao professor, Dr. Marcos Antonio de Moraes Xavier, por participar da minha banca de qualificação, com contribuições para o aprimoramento de questões primordiais no desenvolvimento da pesquisa. E por novamente atender o convite para participar da banca examinadora, agradeço as contribuições.

A Universidade Federal de Alagoas – UFAL, ao Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente – IGDEMA e ao Programa de Pós-Graduação em Geografia – PPGG, nas pessoas da Prof^a. Dra. Silvana Quintella Calheiros e Prof. Dr. José Vicente Ferreira Neto.

À Fundação de Amparo à Pesquisa de Alagoas – FAPEAL, pelo incentivo no desenvolvimento deste trabalho.

A Universidade Estadual de Alagoas – UNEAL, Campus V – União dos Palmares/AL, onde iniciei os primeiros passos da minha formação acadêmica e profissional.

Ao prof. Dr. Reinaldo Sousa da UNEAL, coordenador do Grupo de Estudos Territoriais – GETERRI, no incentivo e oportunidade das trocas de experiências. A todos os companheiros do GETERRI.

Em especial *in memoriam*, ao amigo e geógrafo Dr. Fernando Antonio da Silva, pelas conversas, debates e contribuição no desenvolvimento do trabalho e crescimento intelectual.

Aos meus companheiros de curso, José Leandro, Bruno Bianchi, Arthur Barreto, Pollyane Camila, Thiago Calheiros, Vânia Priscila, Ana Beatriz. Ao meu amigo Hinckley Mendes, com quem tive oportunidade de cursar uma disciplina; obrigada pela amizade, pelas conversas nas madrugadas, por me auxiliar a sanar dúvidas. Grata por dividir comigo um pouco de seu tempo, projetos futuros, militância na luta política e democrática.

A todos aqueles que colaboraram diretamente (Sirlange Soares, Gabriel Machado, Eduardo Petters – aplicação de questionário), (Régis Barbosa Capistrano – elaboração cartográfica) e os que indiretamente contribuíram na construção do trabalho.

Agradeço a Deus, Pai Criador em nome de seu filho Jesus Cristo. A ti toda honra, glória e louvor meu Senhor. Obrigada, por me conceder a dádiva de abrir meus olhos todos os dias, pela força na luta e busca dos objetivos. Obrigada, pelas graças alcançadas, pela minha família e amigos.

Quando acharmos que nossos esforços são inúteis, lembremos que:

*“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar. Mas, o mar seria menor se lhe faltasse uma gota”
(Madre Teresa de Calcutá).*

SILVA, Cristiane da. **Circuito espacial produtivo de confecções e o circuito inferior da economia urbana do ramo varejista de vestuário em União dos Palmares/AL**. 2019. 194 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal de Alagoas - UFAL, Maceió, 2019.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é compreender a dinâmica da economia urbana de União dos Palmares-AL, a partir da interpretação da teoria dos dois circuitos da economia urbana (2008, [1979]) e as empresas que atuam no circuito espacial de produção do setor de confecções com segmento no ramo de vestuário. A análise está pautada a partir das atividades do subsistema inferior da economia, no comércio de União dos Palmares e a relação que os agentes estabelecem com o Polo de Confecções de Pernambuco, constituído pelas cidades de Caruaru-PE, Toritama-PE e Santa Cruz do Capibaribe-PE. Entendemos que o circuito inferior é formado pelo conjunto de atividades de pequeno porte que atende as necessidades da população pobre, existentes nas cidades. Sua função é gerar trabalho, renda e garantir a sobrevivência de inúmeras famílias. Assim, a metodologia de abordagem, refere-se a uma análise qualitativa que consiste nas seguintes etapas: atualização bibliográfica realizada, através da leitura de livros, artigos, trabalhos acadêmicos e meios eletrônicos; e atividade de campo e/ou pesquisa descritiva com observação das áreas pesquisadas. Portanto, para entender as dinâmicas das atividades do circuito inferior, a ênfase consiste nas características, organização e funcionamento das Micro e Pequenas Empresas do ramo varejista de vestuário na cidade de União dos Palmares. Outros elementos são considerados na investigação: renda, crédito, propaganda e comercialização, que evidenciam os rumos do consumo e, conseqüentemente, a persistência da pobreza e a inserção de novas variáveis atribuídas ao processo de modernização no circuito inferior. Contudo, entende-se que a modernização é seletiva e se dá em diferentes níveis numa mesma cidade, seja no centro ou na sua periferia. Assim, o entendimento das atividades, além de demonstrar o uso do espaço urbano ressalta à necessidade do circuito inferior, em se adaptar aos ditames do mercado, no atual período, para responder as necessidades de uma população desprovida de renda, que busca refúgio em atividades de pequena dimensão. Os resultados revelaram a importância e o papel urbano que União dos Palmares desempenha na economia, reforçando a dinâmica das pequenas cidades e das atividades que a compõem garantindo assim, a ocupação de inúmeras famílias. É notável que estas atividades criem riquezas nas cidades, demonstrando o movimento indissociável, contraditório e complementar que nos permite entender a racionalidade da existência do circuito inferior da economia urbana nos diversos interstícios da cidade.

Palavras-chave: Circuito espacial produtivo, Circuito Inferior, Polo de Confecções de Pernambuco, Ramo de vestuário, União dos Palmares.

SILVA, Cristiane da. **Productive space circuit of garments and the lower circuit of the urban economy of the clothing retailer branch in União dos Palmares/AL**. 2019. 194 f. Dissertation (Master's degree) - Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal de Alagoas - UFAL, Maceió, 2019.

ABSTRACT

The objective of this work is to understand the dynamics of the urban economy of União dos Palmares/AL, from the interpretation of the theory of the two circuits of the urban economy (2008, [1979]) and the companies that act in the space circuit of production of the garment sector with segment in the clothing branch. The analysis is based on the activities of the lower subsystem of the economy, in the trade of União dos Palmares and the relation that the agents establish with the Polo of Confecções of Pernambuco, constituted by the cities of Caruaru-PE, Toritama-PE and Santa Cruz do Capibaribe-PE. We understand that the lower circuit is formed by the set of small activities that meets the needs of the poor population in the cities. Its function is to generate work, income and guarantee the survival of numerous families. Thus, the methodology of approach, refers to a qualitative analysis that consists of the following steps: bibliographical update made, through the reading of books, articles, academic works and electronic means; and field activity and / or descriptive research with observation of the researched areas. Therefore, to understand the dynamics of the activities of the lower circuit, the emphasis is on the characteristics, organization and operation of Micro and Small Enterprises of clothing retailer branch in the city of União dos Palmares. Other elements are considered in research: income, credit, advertising and marketing, which show the direction of consumption and, consequently, the persistence of poverty and the insertion of new variables attributed to the modernization process in the lower circuit. However, it is understood that modernization is selective and occurs at different levels in the same city, whether in the center or on the outskirts. Thus, the understanding of the activities, besides demonstrating the use of urban space emphasizes the need for the lower circuit, in adapting to the dictates of the market, in the current period, to respond to the needs of a population deprived of income, who seeks refuge in small-scale activities. The results revealed the importance and urban role that União dos Palmares plays in the economy, reinforcing the dynamics of the small towns and the activities that compose it, thus guaranteeing the occupation of numerous families. It is notable that these activities create wealth in the cities, demonstrating the inseparable movement, contradictory and complementary which allows us to understand the rationality of the existence of the lower circuit of the urban economy in the various interstices of the city.

Keywords: Productive space circuit, Lower Circuit, Polo de Confecções de Pernambuco, clothing branch, União dos Palmares.

Imagens

Imagem 1 - Bancas da feira de vestuário em Caruaru-PE	52
Imagem 2 - Boxes da feira de vestuário em Caruaru-PE.....	52
Imagem 3 - Polo Comercial de Caruaru-PE.....	52
Imagem 4 - Fábrica da Moda em Caruaru-PE.....	53
Imagem 5 - Elementos dos dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos.....	57
Imagem 6 - Fluxo produtivo da cadeia Setor Têxtil e de Confecções.....	67
Imagem 7- Parque das Feiras Toritama-PE.....	70
Imagem 8 e 9- Feira livre de Vestuário em União dos Palmares-AL.....	71
Imagem 10 - Cartão de Crédito Marisa.....	76
Imagem 11 - Cartão de Crédito C&A	76
Imagem 12- Cartão de Crédito Riachuelo.....	76
Imagem 13 - Feira livre de Vestuário em União dos Palmares-AL (2018).....	78
Imagem 14- Participação das Regiões e Estados no Valor Bruto da Produção da Indústria Têxtil do Brasil 2015 (%)......	81
Imagem 15 - Empregos Formais na Indústria Têxtil por Grupo – Brasil e Regiões – 2015.....	82
Imagem 16 - Mapa do Emprego Indústria Têxtil do Brasil por Mesorregião em 2015.....	83
Imagem 17 e 18 - Marca Cavaleiro Camisaria - fundada em 15/08/2008.....	91
Imagem 19 e 20- Marca Joggofi - fundada em 27/07/2001.....	91
Imagem 21- Espaço Moda Center Santa Cruz do Capibaribe - PE - maior centro de compras da América Latina.....	95
Imagem 22 - Distribuição do total de MEI, por região - 2012 a 2015.....	98
Imagem 23 - Evolução dos pequenos negócios em Alagoas 2009-2018.....	102
Imagem 24 - Distribuição dos pequenos negócios por porte em Alagoas (2017).....	105
Imagem 25 e 26 - Atacadista distribuidor do ramo alimentício em União dos Palmares/AL.....	116
Imagem 27 - Atacadista distribuidor de confecções em União dos Palmares-AL, 2018.	117
Imagem 28- Atacadão R\$ 10 (União dos Palmares), 2018.....	118

Imagem 29 - Unidão Globo em União dos Palmares-AL (2018).....	123
Imagem 30 - Unidão Globo em União dos Palmares-AL (2018).....	123
Imagem 31 - Terminal rodoviário de União dos Palmares-AL (2018).....	140
Imagem 32 -Transporte intraurbano - destino aos bairros da cidade de União dos Palmares - Conj. Res. Nova Esperança, Newton Pereira, Povoado Santa Fé e Várzea Grande, (2018).....	141
Imagem 33- Lojas de vestuário com vitrines do centro em União dos Palmares-AL (2018).....	143
Imagens 34 e 35 - Lojas da Rua Lindolfo Gomes Cabral (2018).....	144
Imagem 36 - Lojas na Rua Tavares Bastos/ União dos Palmares-AL (2018).....	151
Imagem 37 - Lojas na Rua Marechal Deodoro/ União dos Palmares-AL (2018).....	151
Imagem 38 - Lojas na Rua Marechal Deodoro/ União dos Palmares-AL (2018).....	152
Imagem 39 - Lojas da Rua José Hortêncio de Souza (2018).....	153
Imagem 40 - Lojas da Rua Lindolfo Gomes Cabral (2018).....	153
Imagem 41 - Sacolas personalizadas das lojas de vestuário em União dos Palmares-AL (2018).....	157
Imagem 42 - Feira Livre de vestuário em União dos Palmares-AL (2018).....	160
Imagem 43 - Feira Livre de vestuário em União dos Palmares-AL (2018).....	160
Imagem 44 - Loja de vestuário correspondente bancária do Banco Bradesco da cidade de União dos Palmares (2018).....	163
Imagem 45 - Gráficas de produção audiovisual em União dos Palmares-AL (2018).....	165

Quadros

Quadro 1 - Características dos dois circuitos da economia urbana.....	48
Quadro 2 - Esquema das etapas da produção do vestuário.....	72
Quadro 3 - Formatos Organizacionais adotados por Varejistas e as Instituições Financeiras Parceiras.....	75
Quadro 4 - Subsetores da economia das atividades do circuito inferior em União dos Palmares/AL (2017).....	121
Quadro 5 - Classificação das empresas do ramo de vestuário entrevistadas durante o trabalho de campo (2018).....	139

Tabelas

Tabela 1 - Agreste de Pernambuco: atuação das empresas por segmento (2014).....	96
Tabela 2 - Atividades mais frequentes entre os MEI, em outubro de 2015.....	100
Tabela 3 – <i>Ranking</i> nacional dos números de MEI's por Estado da Federação/ 2013-2015.....	101
Tabela 4 - Alagoas: Evolução das MPE e MEI (2007-2015).....	103
Tabela 5 - Estabelecimentos por Setor em União dos Palmares, (2017).....	113
Tabela 6 - Emprego: Pessoas com Vínculos Empregatícios em Ocupações Formais.....	114
Tabela 7 - Famílias beneficiárias do PBF - Nordeste, UF, Dezembro/2017.....	125
Tabela 8 - Renda, Pobreza e Desigualdade - Município-União dos Palmares – AL, (2013).....	126
Tabela 9 - Evolução do número de famílias e valores anuais repassados pelo PBF (2004-2016), União dos Palmares - AL.....	127
Tabela 10 - Total de entrevistados no bairro do Centro e na Periferia (Bairro Roberto Correia de Araujo), 2018.....	133
Tabela 11 - Preços dos <i>Jeans</i> e outras peças comercializadas em União dos Palmares, feira livre e nas lojas de vestuário, 2018.....	142
Tabela 12 - Valor dos Aluguéis em União dos Palmares, 2018.....	155
Tabela 13- IPTU em relação a arrecadação tributação.....	156

Mapas

Mapa 01 - Mapa do Polo de Confeccões do Agreste Pernambucano -Municípios de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe.....	86
Mapa 2 - Localização de Alagoas.....	109
Mapa 3 - Áreas limítrofes do município de União dos Palmares – Alagoas.....	110
Mapa 4 - Mapa dos bairros de União dos Palmares-AL (2018).....	119
Mapa 5 - Origem dos produtos de vestuário comercializados nas lojas do centro em União dos Palmares-AL (2018).....	146
Mapa 6 - Origem dos produtos de vestuário comercializados na feira livre em União dos Palmares-AL (2018).....	147
Mapa 7 - Origem dos produtos de vestuário comercializados no Bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL (2018).....	148
Mapa 8 - Área de influência do comércio varejista de vestuário do centro de União dos Palmares/AL, origem do consumo, (2018).....	150
Mapa 9 - Mapa do fluxo de consumidores de peças de vestuário do bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL (2018).....	154

Gráficos

Gráfico1 - Agreste de Pernambuco: Unidades têxteis por município, 2014.....	87
Gráfico 2 - Agreste de Pernambuco: Unidades têxteis formais e informais de acordo com o SEBRAE, 2014.....	88
Gráfico 3 - Distribuição de MEI por grande setor - Brasil (2015).....	99
Gráfico 4 - Nível de Escolaridade das lojas de vestuário do Centro de União dos Palmares-AL, 2018.....	134
Gráfico 5 - Nível de Escolaridade dos feirantes de vestuário do Centro de União dos Palmares-AL, 2018.....	134
Gráfico 6 - Nível de Escolaridade das lojas de vestuário no bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL, 2018.....	135
Gráfico 7 - Localização de residência dos funcionários do circuito inferior de União dos Palmares/ centro, 2018.....	136
Gráfico 8 - Principal Predominância de Empresas em União dos Palmares por Setor (2017).....	137
Gráfico 9 - Classificação das empresas formalizadas em União dos Palmares-AL (2018).....	138
Gráfico 10 - Trabalhadores Com e Sem registro na Carteira nos bairros do Centro e Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares (2018).....	158
Gráfico 11 - Formas de propagandas utilizadas nas lojas do ramo de vestuário no Centro e Bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL (2018).....	164
Gráfico 12 - Formas de propaganda utilizadas na feira livre de vestuário em União dos Palmares (2018).....	166

Lista de Siglas

AL	Alagoas
ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PE	Pernambuco
SEPLAND	Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico de Alagoas.
IEMI	Instituto de Estudos e Marketing Industrial
SEPLAG	Secretario de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio
SEBRAE	Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas
CETEX	Centro Tecnológico
EDI	<i>electronic data interchange</i>
ECR	<i>Efficient consumer response</i>
CDI	Conselho de Desenvolvimento Industrial
BNDE	Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico
Paeg	Plano de Ação Estratégica de Governo
Geitex	Grupo Executivo das Indústrias Têxteis
Mdic	Ministério de Indústria e Comércio/Conselho de Desenvolvimento Industrial
Sinditêxtil	Sindicato das Indústrias Têxteis
FENIT	Feira Nacional Têxtil Brasileira
SP	São Paulo
CE	Ceará
MG	Minas Gerais
GO	Goiás
PR	Paraná
RJ	Rio de Janeiro
IEMI	Instituto de Estudos e Marketing Industrial
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
IPTU	Imposto Predial Territorial Urbano
FAMPE	Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas
SGC	Sociedades de Garantia de Crédito
VTI	Valor da Transformação Industrial
Sindvest	Sindicato da Indústria do Vestuário
FIEPE	Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco
CNPJ	Cadastro Nacional Pessoa Jurídica
EMP	Estilo Moda Pernambuco
MPE's	Micro e Pequenas Empresas
SMPE	Secretaria Especial de Micro e Pequenas Empresas
MEI,s	Microempreendedor Individual
PEA	População Economicamente Ativa
Sindilojas	Sindicato dos Lojistas
MDS	Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
CEDICAL	Distribuidor Central de Confecções Têxteis e Acessórios LTDA - ME
PBF	Programa Bolsa Família
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
PIB	Produto Interno Bruto
ME	Micro Empresa
LTDA-ME	Micro Empresa Limitada

EPP	Empresa de Pequeno Porte
TAC	Taxa de Abertura de Crédito
CDC	Crédito Consignado, Crédito Direto ao Consumidor
RUF	Rankin Universitário da Folha
CAD. ÚNICO	Cadastro Único do Governo Federal
SIMEI	Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional
ISS	Imposto Sobre Serviços
ICMS	Impostos Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
INSS	Instituto Nacional de Seguro Social
IPI	Imposto Sobre Produtos Industrializados
PIS	Programa de Integração Social
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CSLL	Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	19
CAPÍTULO 1 - A PRODUÇÃO TÊXTIL: UMA PROPOSTA DE PERIODIZAÇÃO COM BASE NA TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO AO LONGO DA HISTÓRIA	26
1.1 - Transformações do meio geográfico: periodização como um caminho.....	26
1.1.1 - O período do meio natural.....	27
1.1.2 - O período técnico	29
1.1.3 - Período técnico-científico-informacional.....	33
CAPÍTULO 2 - A DINÂMICA DOS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA NO RAMO DE VESTUÁRIO E OS NOVOS USOS DO TERRITÓRIO	39
2.1 - O meio técnico-científico informacional e os novos usos do território	39
2.2 - Aprofundamento da globalização e os novos rumos da indústria têxtil.....	44
2.3 - As empresas de confecções a luz da teoria dos dois circuitos espaciais da economia urbana	46
2.4 - A racionalidade do circuito inferior da economia urbana.....	59
CAPÍTULO 3 - CARACTERÍSTICAS DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO DA INDÚSTRIA DE VESTUÁRIO.....	65
3.1 - As etapas produtivas do ramo de vestuário e os círculos de cooperação no território.....	65
3.2 - Círculos de Cooperação: os nexos estabelecidos entre as finanças e a indústria de vestuário	72
3.3 - A Pujança do setor Têxtil e Confecções: o Polo de Confecções de Pernambuco.....	80
CAPÍTULO 4 - CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA: MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM UNIÃO DOS PALMARES-AL.....	97
4.1 - Micro e pequenas empresas e o circuito inferior da economia urbana	97
4.2 - A dinâmica da economia urbana na cidade de União dos Palmares	107
4.3 - As novas feições da economia urbana de União dos Palmares-AL	118
4.3.1 - Programas sociais: o Programa Bolsa Família.....	124
CAPÍTULO 5 - O CIRCUITO INFERIOR DO RAMO DE VESTUÁRIO EM UNIÃO DOS PALMARES-AL	131
5.1 - As empresas do ramo de vestuário do circuito inferior da economia urbana em União dos Palmares	131
5.1.1 - Caracterização dos agentes do circuito inferior da economia urbana de vestuário.....	132
5.1.2 - A dinâmica das empresas do circuito inferior de vestuário - no centro e na periferia	136

5.2 - O fluxo de mercadorias e pessoas: o expressivo alcance territorial do circuito inferior do ramo varejista de vestuário	144
5.2.1 - Fluxo do consumo no circuito inferior: a origem dos clientes.....	149
5.3 - O circuito inferior gera riquezas no município.	155
5.3.1 - Características da feira livre.....	158
5.3.2 - A função do crédito no circuito inferior.....	161
CONSIDERAÇÕES FINAIS	168
REFERÊNCIAS	171
APÊNDICES	182

INTRODUÇÃO

Buscamos neste trabalho, compreender a atual economia urbana em União dos Palmares-AL, por meio da análise do ramo varejista de vestuário e sua relação com o circuito espacial de produção do Polo de Confeccões de Pernambuco, no período técnico-científico-informacional. A ênfase são as atividades do circuito inferior da economia urbana da cidade de União dos Palmares e o uso de seu território. Compreendemos que os agentes hegemonzados usam o território em função das possibilidades enfatizadas pelo meio ambiente construído urbano.

O tema discutido surge com o intuito, de buscar o entendimento do consumo no atual período e a compreensão da proliferação, da dinâmica e composição das pequenas atividades nos pequenos centros urbanos como União dos Palmares-AL. Atividades visíveis em sua paisagem urbana que surgem como resposta à crise do desemprego na cidade, demonstrando-nos os novos papéis urbanos das pequenas cidades no período atual.

O processo de globalização especificamente em 1990 com a abertura indiscriminada da economia nacional tem suas implicações, nas reconfigurações da dinâmica do território. Portanto, a análise está pautada nas transformações da indústria têxtil e de confeccões ao longo dos anos e na reestruturação dos sistemas produtivos, com advento das novas tecnologias e a inovação do mercado, que no caso da produção de vestuário, é um processo que se torna evidente na década de 90. Ressaltamos que, realizamos uma breve periodização ao longo dos capítulos para reconstituir a importância da indústria têxtil no Brasil, abrangendo o período entre o século XIX e primeira metade do século XX e o segundo período que abrange a década de 1960 a 1980, quando se consolida o mercado de moda no Brasil associado à indústria têxtil. E o terceiro período do final da década de 1990 até os dias atuais, que possibilitou entender a indústria do vestuário no atual período técnico científico informacional.

Escolhemos a cidade de União dos Palmares-AL, como recorte da pesquisa em virtude da diversificação de sua economia urbana. Em União dos Palmares o setor de comércio e serviços são primordiais para a economia do município e outras cidades vizinhas, São José da Laje-AL, Ibateguara-AL, Branquinha-AL, Santana do Mundaú-AL e Joaquim Gomes-AL.

A cidade de União dos Palmares (IBGE, 2017) tem uma população estimada segundo o IBGE (2018) de 65.461 habitantes. Podemos considerá-la como uma cidade polo da região

por possuir uma diversidade na economia urbana, com a oferta de bens e serviços que atendem os municípios vizinhos.

Em sua composição há diversas atividades do circuito inferior da economia urbana e elementos do circuito superior, as agências bancárias, o supermercado *Todo Dia* da rede norte-americana *Walmart*, a loja da Fiat Mável, Ricardo Eletro, Lojas Guido, Magazine Luiza; lojas da rede de farmácias (Permanente, Trabalhador do Brasil e Pague Menos).

Destarte, o objetivo geral consiste em: analisar o circuito inferior do ramo varejista de vestuário em União dos Palmares-AL e sua relação com o Polo de Confecções de Pernambuco. Como objetivos específicos elencam-se: analisar a dinâmica, o uso do território e suas transformações na produção de uma indústria têxtil e de Confecções; Entender o circuito espacial de produção de confecções, sob a ótica dos dois circuitos da economia urbana; Desvendar as sinergias do circuito inferior da economia urbana, nas etapas, produção, distribuição, comercialização e consumo; verificar a atuação do Polo de Confecções de Pernambuco para abastecer os estoques e alimentar a dinâmica do comércio na cidade de União dos Palmares; Entender como micro e pequenas empresas de União dos Palmares usam o território por meio de seu circuito espacial de produção e círculos de cooperação (renda, crédito, propaganda e os novos vetores de modernização incluídos no circuito inferior) e as condições que o território oferece ou não para a realização de tais circuitos.

Como método, propomos a concepção do materialismo histórico dialético, pois, sua análise é passível de elucidar “os principais problemas da sociedade no atual período da história” (SOUSA, 2017, p. 26). Nesta perspectiva, consideramos a proposta de compreensão do espaço geográfico como um conjunto de sistemas de objetos e sistemas de ações (Santos, 1994).

O espaço geográfico é mais do que o espaço social porque contém materialidade e mais do que espaço meramente físico porque inclui a ação. É ao mesmo tempo, uma construção teórica e ontológica (SILVEIRA, 2010, p.74).

São os objetos técnicos que permitem a empiricização do tempo (SANTOS, 2012b) e, através desse processo técnico apreendemos como o espaço foi usado ao longo do processo histórico.

As técnicas são mais do que a materialidade que compõem o espaço, isto é, o corpo. São um traço de união histórico e epistemológico (SANTOS, 2012b), e em sua composição carregam informações datadas de seus distintos períodos.

No meio técnico-científico-informacional as técnicas possuem conteúdos informacionais e comandos que fogem a escala do lugar, participando do processo de “produção e percepção do espaço” (SANTOS, 2012b). Mas, sozinhos os objetos técnicos, não teriam sentido na construção do espaço, assim, o sistema de ações a que este objeto foi intencionalmente criado vai lhe concedendo valor, atribuído ao conjunto da sociedade, que condicionam seu uso, através do espaço geográfico, sinônimo de território usado, mutável, dinâmico, passível de usos diversos por diferentes atores e, segundo Santos (2012b), de diversas intencionalidades.

O território usado é a categoria de análise e revela as ações presentes no espaço, sejam estas ações passadas ou atuais que permitem o movimento da sociedade. São ações do poder público municipal, estadual ou federal, ações das empresas, da política do estado e da política das empresas, a ação humana, através do trabalho que conduz a um movimento dialético, desigual, contraditório e combinado, materializado nas diferentes frações do território nacional e até numa mesma cidade, que contém diferentes usos e densidades técnicas, seja no centro ou na sua periferia.

A dinâmica dos usos do território brasileiro na atualidade tem sua análise na consideração da teoria dos circuitos da economia urbana. E elucidam a atuação dos agentes no espaço. A teoria dos circuitos da economia urbana, proposta por Milton Santos (2008 [1979]), pressupõe a explicação do processo de urbanização dos países periféricos, da coexistência de dois subsistemas urbanos - o circuito superior e inferior da economia urbana, nas cidades dos países subdesenvolvidos como o Brasil.

A discussão dos circuitos da economia urbana a partir da análise das etapas do circuito espacial de produção de confecções permite apreender a materialização da produção no espaço geográfico. É uma categoria de análise imprescindível, para compreender os usos do território pelos diferentes agentes sociais inseridos nos circuitos - circuito superior, superior marginal e inferior da economia urbana, sua divisão territorial do trabalho a partir das etapas: produção, distribuição, comercialização e consumo.

Ambos os circuitos são resultados do processo de modernização. O circuito superior da economia urbana é resultado direto do processo de modernização, é composto por atividades de alta densidade de capital, tecnologia, comércios modernos, bancos, redes varejistas, são agentes preocupados com o processo de acumulação de capital e expansão, estão na corrida de novas exigências tecnológicas. O circuito inferior tem em sua caracterização a composição de atividades em que vigora o trabalho intensivo, são os comércios menos modernos, feiras livres, ambulantes, borracharias, pequenas empresas e etc, aqui a preocupação é a sobrevivência das famílias e a necessidade é o estímulo a criatividade desses agentes que vêm possibilidades no meio ambiente construído da cidade, em locais desconsiderados pela economia moderna.

“[...] o circuito inferior [...] graças à contigüidade, à soma de suas ofertas e demandas e à densidade comunicacional, [...] pode desenvolver uma certa capacidade de organização dessas áreas menos valorizadas do meio construído urbano (SILVEIRA, 2010, p. 85).

Os circuitos permitem o estudo da cidade em sua totalidade, pois, se relacionam por meio da dialética de complementaridade e concorrência. O circuito inferior é dependente do circuito superior. “Os circuitos superior e inferior interagem e participam do movimento que se desenvolve dentro da mesma cidade: trata-se de um único meio construído, embora desigual e fragmentado e de um único mercado, embora fortemente segmentado” (ARROYO, 2017, p.55).

O circuito inferior “ocupa bairros, ruas, becos, terminais rodoviários, praças e porões, fundos de quintal, vans, motocicletas, permeando o tecido urbano e se interligando com diferentes circuitos produtivos” (ARROYO, 2017, p. 57). Neste sentido, o circuito inferior integra algumas das etapas do circuito espacial produtivo, que segundo Arroyo (2017), está ligado quer seja por uma forma de comercialização direta, com o fornecimento e compras de insumos, quer porque ele mesmo forma um circuito produtivo, que afeta a fabricação, a distribuição, a comercialização e o consumo de bens e serviços. Já os círculos de cooperação no subsistema inferior estão condicionados a comunicação que as atividades do circuito inferior têm não apenas no local e na região onde estão inseridas, mas com outros lugares, já que parcela das mercadorias por ele comercializadas provém de outros países (a exemplo no setor de confecções, temos a China). Isso se dá em função das novas topologias que assume no tecido urbano para seu funcionamento no período da globalização. Porém, é importante

ênfatizar que os círculos de cooperação são bem mais utilizados pelos agentes do circuito superior, que detém maior força de atuação no território.

Portanto, é sob a ótica dos dinamismos do circuito inferior, que buscamos entender a dinâmica e a sinergia das atividades de micro e pequenas empresas e da feira livre do ramo varejista de vestuário na cidade de União dos Palmares.

Assim, apontamos como hipótese que o circuito inferior não é irracional e muito menos informal, pois, Santos (2009a) afirma que “*o funcionamento do circuito inferior responde a diferentes fatores ligados entre si por uma lógica que é ao mesmo tempo econômica, social e política*” (SANTOS, 2009a, p. 68). O circuito inferior possui uma lógica de funcionamento com atividades racionais e dinâmicas, mesmo com sua organização dependente das condições locais.

Nesse intuito, para compreender as atividades do circuito inferior do ramo varejista de vestuário e a importância desses agentes para o funcionamento da dinâmica de União dos Palmares, adotamos os seguintes procedimentos metodológicos: atualização bibliográfica, ALMEIDA (2000, 2017), ARROYO (2012), DOWBOR (1982) GOTTMANN (2012), JUNIOR (2006), MONTENEGRO (2013), OLIVEIRA (2003), SANTOS (1988, 1994, 2008, 2009a, 2012a, 2012b, 2012c), SILVEIRA (2013) SILVA (2014, 2017) XAVIER (2017) XAVIER; CASTILLO (2010, 2011) entre outros autores relevantes para a constituição do quadro teórico e empírico. Quanto ao levantamento de dados secundários, buscamos as fontes: IBGE, SEBRAE, SEPLAND, SEPLAG, ABIT, MTE, Sindilojas-União dos Palmares-AL, Prefeitura Municipal de União dos Palmares-AL e sites.

Para obter as características e elementos constituintes das atividades ligadas ao ramo varejista de vestuário no recorte espacial de União dos Palmares, definimos duas áreas em que o comércio exerce influência na dinâmica da cidade a citar o Centro: em que as atividades do circuito inferior aparecem concentradas, primeiramente, na área central surgida a partir da feira livre; e após o bairro Roberto Correia de Araújo, na periferia da cidade, com pouco mais de 8.000 habitantes e um circuito inferior ocasional. Do conjunto total da amostra, na pesquisa, aplicamos 140 questionários nos dois bairros, entre proprietários/gerentes, funcionários e feirantes, todos incluídos na comercialização de produtos ligados ao vestuário.

A discussão está dividida em cinco capítulos. No primeiro capítulo abordamos “*A produção têxtil: uma proposta de periodização com base na transformação do espaço geográfico ao longo da história*” com ênfase na proposta de periodização de Santos e Silveira

(2012), livro *“O Brasil: território e sociedade no início do século XXI”*. Através, da sucessão dos meios geográficos, do período do meio natural, meio técnico ao período do meio técnico-científico-informacional, compreendemos os usos do território nos diferentes momentos da história. No período técnico-científico-informacional, demonstramos a atuação das empresas incluídas no ramo de vestuário a partir da atuação da arquitetura global frente ao atual processo de globalização da economia, bem como, as mudanças no setor têxtil, as tentativas de modernização no processo de produção e a abertura do mercado nacional ao capital estrangeiro.

“A dinâmica dos circuitos da economia urbana no ramo de vestuário e os novos usos do território” é a proposta do segundo capítulo. Apresentamos as densidades técnica e informacional, presente em diferentes frações do território que mesmo de forma seletiva, definem a vida de relações entre os lugares. Dialogamos com a teoria dos circuitos da economia urbana de Milton Santos (2008 [1979]) integrada ao circuito espacial produtivo de confecções, com ênfase no segmento do ramo de vestuário que permite entender a totalidade, o funcionamento das atividades e os principais agentes técnicos e normativos envolvidos na produção; empresas hegemônicas (a atuação das grandes marcas de varejo de vestuário, Zara, H&M, C&A, entre outras), assim como o uso do território pelos agentes hegemonzados (circuito superior marginal e inferior), bem como sua lógica racional, características das transformações e permanências do funcionamento das empresas ligadas ao ramo varejista de vestuário, com o aprofundamento da globalização.

O terceiro capítulo *“As etapas produtivas do ramo de vestuário e os círculos de cooperação no território”*, menciona as etapas do circuito espacial produtivo do vestuário (produção, distribuição, comercialização e consumo). Desvenda as etapas descritas, a partir da caracterização em subetapa (idealização, designer, corte, costura, centros de distribuição e consumo final) junto à imbricação com os circuitos superior marginal e inferior da economia urbana. Engloba os círculos de cooperação (sistemas de informação e as sinergias locais que alimentam as atividades), os nexos e acordos das indústrias varejistas com as finanças. O interesse é desvelar a sinergia do circuito superior marginal e inferior da economia urbana das empresas do ramo de vestuário, apresentando sua nova topologia com participação, nas etapas da indústria de confecções e de vestuário. Também, consideramos a pujança do Polo de Confecções de Pernambuco, através, de dados estatísticos sobre emprego e a atuação das empresas nos segmentos e a participação da indústria têxtil/confecções na economia nacional.

“Circuito inferior da economia urbana: micro e pequenas empresas em União dos Palmares-AL” é a proposta do quarto capítulo. Apresentamos as principais características das MPE's, com ênfase em dados do IBGE, SEBRAE, SEPLAG, Portal do Empreendedor, Sindilojas de União dos Palmares/AL. A partir dos órgãos citados foram elaborados, gráficos, tabelas, quadros descrevendo as características dos subterores da economia urbana em União dos Palmares.

Por fim, para compreender os elementos que compõem as atividades, do comércio de União dos Palmares, aplicamos 140 questionários subdivididos da seguinte forma: na parte central foram, 40 para proprietários/gerentes, 40 funcionários e 30 na feira livre que funciona cinco dos sete dias da semana. Já no bairro Roberto Correia de Araújo foram 15 para proprietários/gerentes e 15 funcionários. Os dados de campo compõem o capítulo quinto, intitulado *“O circuito inferior da economia urbana do ramo varejista de vestuário e o meio ambiente construído na cidade de União dos Palmares-AL”*. Neste último ponto da discussão, buscamos compreender a relação das atividades do ramo de vestuário com o Polo de Confecções de Pernambuco. Para tanto, foram importantes, a elaboração de mapas que pudessem mensurar a interrelação entre o comércio de União dos Palmares e as cidades Pernambucanas, Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, como principais pontos de abastecimento do comércio. Dados como as relações de trabalho, a dinâmica das atividades, renda, crédito, tecnologia inserida no funcionamento das atividades, a relação dos agentes com o meio ambiente construído, o processo de comercialização e consumo se fizeram importantes na elaboração de gráficos e tabelas para entender as características das atividades.

As informações descritas com base nos questionários demonstram as transformações, permanências e a racionalidade das atividades do circuito inferior da economia urbana em gerar trabalho e renda no período atual.

CAPÍTULO 1 - A PRODUÇÃO TÊXTIL: UMA PROPOSTA DE PERIODIZAÇÃO COM BASE NA TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO AO LONGO DA HISTÓRIA

1.1 - Transformações do meio geográfico: periodização como um caminho

A periodização é um caminho de método para compreendermos o uso do território brasileiro ao longo de sua história, e suas imbricações para o desenvolvimento da indústria têxtil. Para isso, nos basearemos na proposta de periodização de Milton Santos. Para o autor, a sucessão dos meios geográficos apresenta três períodos marcantes: dos meios “naturais”, os meios técnicos e o meio técnico-científico-informacional. *“Por intermédio de suas técnicas diversas no tempo e nos lugares, a sociedade foi construindo uma história dos usos do território nacional”* (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p. 27).

A partir da periodização buscaremos analisar a dinâmica do espaço geográfico. Conforme Milton Santos, o espaço geográfico é definido “como a união indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações, suas formas híbridas, as técnicas, que nos indicam como o território é usado: como, onde, por quem, por quê, para quê” (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p. 11).

Ainda, segundo Milton Santos, através, da periodização podemos enxergar a evolução das variáveis, reconhecer as heranças, as intencionalidades e a busca de sentido pela sociedade (SANTOS; SILVEIRA, 2012).

O propósito deste capítulo é ensejar os sucessivos meios geográficos no Brasil, a partir da produção têxtil, já que os períodos contam a história dos usos do território nacional. “O caminho percorrido entre as etapas, um transcurso que leva do meio natural, ao meio técnico e ao meio técnico-científico-informacional” (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p.11), é um esforço de operacionalização que permite compreender segundo os autores (2012) “formas de fazer e de regular” o território.

A periodização é capaz de apreender que cada período não está isolado e que a evolução de um período depende das formas geográficas existentes no anterior, algumas são aperfeiçoadas para o momento atual e tornam-se mais eficazes, outras permanecem cristalizadas no tempo e no espaço, para contar a história do território. Assim, ocorre com a indústria têxtil que foi se moldando ao longo dos processos históricos, respondendo as demandas da economia e da sociedade.

1.1.1 - O período do meio natural

No período do meio natural, a unidade era dada pela natureza, prevalecendo os tempos lentos da presença humana de diversos grupos indígenas e de europeus que aqui se instalaram. Esses grupos se adaptavam aos ritmos dos sistemas naturais, dada a escassez dos instrumentos artificiais necessários ao domínio desse mundo natural. Todavia, como adverte Santos e Silveira (2012, p. 28), “a presença do homem já atribui um valor às coisas, que, assim, passam a conter um dado social. Como toda ação supõe uma técnica, a ideia de meio geográfico não pode ser desvinculada dessa noção de técnica”. Os indígenas já conheciam as rudimentares técnicas da arte de tecer, como atesta a carta de Pero Vaz Caminha, *“Também andava aí outra mulher moça com um menino ou menina ao colo, atado com um pano (não sei de quê) aos peitos, de modo que apenas as perninhas lhe apareciam. Mas, as pernas da mãe e o resto não traziam pano algum”*. Em outra passagem da famosa carta, descrevendo as casas dos indígenas *“todas duma só peça, sem nenhum repartimento, tinham dentro muitos esteios; e, de esteio a esteio, uma rede atada pelos cabos, alta, em que dormiam”*. Nesse período, o algodão já era conhecido e utilizado pelos indígenas.

A tecelagem entre os tupinambás chamou a atenção dos cronistas. O trabalho era desenvolvido pelas mulheres, que coletavam o algodão, transformando-o em fios para depois tecerem redes de dormir – que podiam ser de trama espaçada ou compacta – e tipoias: cintas para carregaras crianças junto do corpo (SOUZA, 1994, p. 43).

O algodão continuou a ser cultivado pelos portugueses desde os primeiros anos da colonização, originando uma produção têxtil doméstica de alguma importância. Como mostra Wilson Suzigan (2000), no século XVIII, iniciou-se o uso de maquinarias simples, como rocas e teares a mão, verdadeiros prolongamentos do corpo do homem. No decorrer desse período, as manufaturas avançam no território brasileiro. Como adverte Ruy Gama (1994, p. 61), a manufatura é baseada no trabalho “em cooperação”, como afirmava Marx, caracterizando-se pela reunião de diversos trabalhadores, do mesmo ou de vários ofícios, num mesmo local e sob o comando do mesmo capital; ela surge em vários países da Europa e ganha força, particularmente, com a produção de tecidos, no século XVII. O próprio avanço da divisão territorial do trabalho fortaleceu a manufatura têxtil no Brasil colônia. No entanto, essa manufatura foi objeto de intervenção quando, em 1785, devido à diminuição da produção de ouro, D. Maria I, emite o Alvará que proibia manufaturas na colônia portuguesa, alegando a necessidade de interromper o desvio de mão de obra da agricultura e da exploração mineira.

[...] hei por bem ordenar, que todas as fábricas, manufaturas, ou teares de **galões**, de tecidos, ou de bordados de ouro, e prata. De veludos, brilhantes, cetins, tafetás, ou de outra qualquer qualidade de seda: de **belbutes, chitas, bombazinas, fustões**, ou de outra qualquer qualidade de fazenda de algodão ou de linho, branca ou de cores: e de panos, **baetas, droguetes, saietas** ou de outra qualquer qualidade de tecidos de lã; ou dos ditos tecidos sejam fabricados de um só dos referidos gêneros, ou misturados, tecidos uns com os outros; excetuando tão somente aqueles dos ditos teares, e manufaturas, em que se tecem, ou manufaturam **fazendas grossas de algodão**, que servem para o uso, e vestuário dos negros, para enfardar, e empacotar fazendas, e para outros ministérios semelhantes; todas as mais sejam extintas, e abolidas em qualquer parte onde se acharem nos meus domínios do Brasil, debaixo da pena do perdimento, em tresdobro, do valor de cada uma das ditas manufaturas, ou teares, e das fazendas, que nelas, ou neles houver, e que se acharem existentes, dois meses depois da publicação deste; repartindo-se a dita condenação metade a favor do denunciante, se o houver, e a outra metade pelos oficiais, que fizerem a diligência; e não havendo denunciante, tudo pertencerá aos mesmos oficiais” (Alvará D. Maria I).

É interessante observar, como uma norma interfere no uso do território brasileiro. As normas, para Milton Santos se territorializam. Nesse caso específico, acabaram por abortar a nascente manufatura têxtil e desencorajar o surgimento de novas atividades manufatureiras, no Brasil colônia.

Os rumos das manufaturas mudam com a vinda forçada da Família Real para o Brasil, sob escolta da Marinha inglesa, em 1808, quando ocorre a revogação do alvará de D. Maria I e Abertura dos Portos. A permissão de instalação de manufaturas, a política de criação de fábricas nacionais e a própria entrada de capitais da nobreza portuguesa incentivaram as atividades industriais na nova capital do império português. Esta medida atraiu os comerciantes e estabelecimentos, o que favoreceu a estrutura comercial brasileira. Porém, o Tratado de Cooperação e Amizade assinado, em 1810, entre Portugal e Inglaterra favoreceu a importação de produtos ingleses com taxas tarifárias a 15%, o que dificultou a competição dos produtos nacionais no mercado e enfraqueceu a industrialização no Brasil neste momento. Essa interferência a favor dos produtos ingleses será abalada apenas a partir de 1844, com a tarifa Alves Branco, que aumentou a proteção à indústria, já no Brasil império (1820-1889). No decorrer das décadas subsequentes, houve oscilações, ora favorecendo o Brasil, ora os capitais estrangeiros, principalmente ingleses (Dowbor:1982).

1.1.2 - O período técnico

O aporte de capitais leva a novos usos, ensejados pelas técnicas, que se fixam ao território. O período dos meios técnicos foi precedido pela mecanização do território brasileiro. *“São as lógicas e os tempos humanos impondo-se à natureza, situações em que as possibilidades técnicas presentes denotam os conflitos resultantes da emergência de sucessivos meios geográficos, todos incompletamente realizados, todos incompletamente difundidos”* (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p.31). Desenham-se as primeiras solidariedades entre diferentes sistemas técnicos, mesmo, que circunscritas aos arquipélagos que vão aos poucos se formando no Brasil. Essa situação de isolamento entre as distintas regiões do país somente será interrompida, na segunda metade do século XX, com a construção das grandes rodovias que levaram a integração do território nacional.

O início da mecanização do meio geográfico ocorre a partir de 1850, com a construção das primeiras estradas de ferro. A partir de 1852, é instalada a rede telegráfica, e, em 1874, é inaugurado o cabo submarino teleográfico entre o Brasil e a Europa. Os portos - “lugar de solidariedade entre navios, rotas de navegação e zonas produtivas” (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p.33), promovem a interligação com outros sistemas técnicos. “É o caso, do Rio de Janeiro, onde as novas infraestruturas portuárias nascem em solidariedade com as primeiras estradas de ferro, como a Pedro II” (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p.33). Essas próteses mudam as paisagens e os lugares, o modo de vida das populações, sua visão de mundo, demandando novas ações e criando novas demandas.

Já no último quartel do século XIX, quando se inicia a revolução técnico-científica, a eletricidade e o petróleo marcam a segunda revolução industrial. Essa revolução resulta não apenas em novos objetos com conteúdo de técnica e ciência, como esses objetos técnicos e científicos, também, aderem ao meio geográfico. No entanto, é importante ressaltar que será a partir da segunda metade do século XX, que a ciência passará a comandar os avanços técnicos, criando objetos com maior grau de intencionalidades. Os avanços científicos nas diferentes áreas do saber serão fundamentais para a criação de uma miríade de novos objetos, que marcaram o período técnico-científico-informacional como discutiremos mais a frente.

No Brasil, a eletricidade avança aos poucos, substituindo os antigos bicos de gás por lâmpadas, mas, a energia é proveniente das termoelétricas. Apenas, em 1896, a primeira usina hidrelétrica passa a operar para serviços de utilidade pública, tratando-se de Marmelo-Zero, no rio Paraíba. A solidariedade entre os novos sistemas técnicos e as atividades

econômicas começa a se delinear, afetando a produção têxtil. A hidrelétrica Marmelo-Zero, construída para fornecer energia elétrica a Juiz de Fora, também, passa a fornecer energia para a tecelagem de Bernardo Mascarenhas, seu criador. Delmiro Gouveia foi outro empreendedor que, pioneiramente, se valeu da eletricidade, em 1899 para iluminar o Mercado Modelo em Recife. Para seu empreendimento posterior, a Companhia Agra Fabril Mercantil, que produzia fios e linha, Delmiro Gouveia conseguiu a concessão para captar energia elétrica da Cachoeira de Paulo Afonso, como mostram Penteadó Júnior e Dias Júnior (1994).

Wilson Suzigan (1994) mostra que, pelo menos 56 tecelagens foram instaladas no Brasil no século XIX, das quais 11 foram entre 1830-1860 e, 45 entre a metade da década de 1860 e a metade da década de 1880. Entre essas, a única de grande porte era a Companhia Brasil Industrial, instalada no Rio de Janeiro, que operava com 450 teares e 20.000 fuso, empregando quatrocentos operários e possuía 350 H.P. (de origem hidráulica) de potência instalada, as demais eram de menor porte. Das 57, 13 foram instaladas no Nordeste, particularmente na Bahia, 14 na província de Minas Gerais, 13 na cidade e província do Rio de Janeiro e em São Paulo.

As outras fábricas no Nordeste foram instaladas nas províncias de Alagoas, em 1857, Pernambuco, em 1874, e Sergipe, em 1884. A partir de 1870, o Rio de Janeiro supera a Bahia, tornando-se o maior centro da indústria manufatureira de algodão. Concomitante, a expansão da cultura cafeeira no Vale da Paraíba propiciou a criação de um mercado de consumo para os bens manufaturados, especialmente, os têxteis.

Além, da mecanização do território brasileiro as normatizações, também, impulsionaram as atividades econômicas, especialmente da produção têxtil. A suspensão das tarifas alfandegárias sobre a importação de maquinário foi um importante estímulo para a criação de tecelagens e fiação de algodão, como apontam Fujita e Jorente (2015).

Novamente a solidariedade dos sistemas técnicos, com a construção da estrada de ferro ligando Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais contribuíram para o deslocamento definitivo das fábricas têxteis do nordeste, especialmente, da Bahia para a região centro-sul.

A instalação de novas fábricas no Brasil beneficiou-se não apenas pela maior incidência tarifária sobre os tecidos que os fabricantes nacionais se interessavam em produzir, mas, também, de uma mais ampla facilidade de aquisição de máquinas e equipamentos, em especial, porque havia a possibilidade de importá-los com razoável diminuição de direitos alfandegários, ou até mesmo com total isenção destes, dependendo do uso ao qual se destinavam.

Da mesma forma que a crescente importação de maquinaria têxtil pelo Brasil revela um aumento significativo da produção fabril interna, o aumento do consumo do algodão em rama, no Distrito Federal (Rio de Janeiro) maior centro produtor do País na virada do século XIX ao XX, também, demonstra uma utilização mais intensa da principal matéria-prima empregada no fabrico de tecidos.

No início da Primeira Guerra Mundial, o Brasil, já possuía um significativo parque têxtil o que acabou estimulando a produção de tecidos para o mercado interno, já que a guerra diminuía a oferta de produtos antes importado.

Na década de 1920, a concentração regional da indústria têxtil de algodão aumentou, tornando São Paulo o principal centro da indústria na esteira do progresso econômico do estado proporcionado pela cultura do café para exportação. A produção têxtil atendia, sobretudo, ao mercado interno. Dowbor (1982) mostra que nessa década havia o interesse de empresas americanas atuarem no Brasil visando o mercado de luxo, já que a produção brasileira se concentrava na produção de mercadorias com menor qualidade.

O mercado têxtil era composto da parte rural e, em menor medida, da parte urbana da população, os que buscavam tecidos para calças de homens azuis ou claros ou camisas brancas ou calico e tecidos para vestidos e lenços para mulheres. Os grupos ricos da sociedade brasileira continuavam a comprar tecidos importados, casimiras, seda e lãs para a sua vestimenta (DOWBOR, 1982, p.179).

No entanto, no final da década de 20, havia uma busca pela produção de bens com melhor qualidade. A criação de uma escola para elevar o nível de conhecimentos técnicos dos trabalhadores, a fim de responder aos novos problemas técnicos colocados pela produção de tecidos de qualidade superior, criada pela Associação das Manufaturas Têxteis demonstra essa preocupação.

Ainda dentro dessa nova perspectiva, podemos apontar a fabricação de rayon, material formado por fibras e filamentos artificiais que começou a ser usado no final da década de 1920, e se acelerou na década de 1930 no Brasil. A primeira fábrica de rayon foi estabelecida, em 1924, pelo grupo Matarazzo, em São Paulo. A Rhodia, que se instalou no Brasil em 1919, deu início à atividade têxtil, com a produção de fio de acetato de rayon, em 1929, na Companhia Brasileira de Sedas Rhodiaseta. Em 1931, começou a fabricar seda artificial e, em 1934, instalou uma unidade da Valisère. Em 1935, foi formado um consórcio da Votorantim com o grupo americano Klabin Irmão, que deu origem a Nitro-Química Brasileira, para a

produção de fios e fibras de rayon. Em 1949, em Santo André (SP), foi inaugurada a Rhodosá de Rayon para produzir raiom viscose e a Du Pont inaugurou sua primeira unidade de produção, em Barra Mansa (RJ).

No final de 1929, Suzigan (1986) apud (SARMENTO, 2008, p. 40) mostra que “[...] a indústria têxtil de algodão brasileira estava em profunda depressão. A crise mundial, a superprodução cafeeira foram ingredientes que se uniram para entender a estagnação desse período”. A chegada de Vargas ao poder, em 1930, deu aos industriais ligados das manufaturas têxteis a possibilidade de ocupar postos-chaves: o Banco do Brasil era confiado a Manuel Guilherme da Silveira e o departamento da indústria do Ministério do Trabalho ocupado por Jorge Street. As indústrias conseguiram ainda, obter a proibição das importações.

Os fabricantes obtinham a proibição da importação de novas máquinas entre 1931 e 1937, facilitando assim o controle do parque industrial. Esta medida provocou longos debates, já que os produtores invocavam como justificção os limites do mercado interno e apresentavam a medida como um instrumento de luta contra a superprodução, quando a necessidade de tecidos ao nível nacional estava longe de ser satisfeita. Na realidade, os fabricantes conseguiram manter o parque de maquinaria e a capacidade de produção aquém mesmo das exigências da procura solvável e trabalhavam frequentemente em três turnos, aproveitando o efeito monopolístico (DOWBOR, 1982, p. 180).

Ainda, segundo Dowbor (1982), a limitação das importações de têxteis estrangeiros dada pela Segunda Grande Guerra (1939-1945), já que os fabricantes estrangeiros estavam envolvidos no conflito mundial, estimulou a produção industrial têxtil voltada para um mercado sofisticado. Esse direcionamento para esse tipo de produção acabou gerando o desabastecimento para o mercado de tecidos populares, fazendo que Getúlio Vargas instituisse a obrigatoriedade de produção de 100 milhões de metros de tecidos de qualidade inferior a preços fixos (Convenção Têxtil de 1943). O agravamento da situação levou o governo, em 1946, através, do CETEX - organismo do governo para os assuntos da indústria têxtil, a suspender as exportações, com o intuito de restabelecer a produção.

No entanto, os fabricantes e os comerciantes por atacado armazenavam os bens fora do mercado na esperança de vender no exterior, quando os preços fossem mais elevados e a proibição tivesse expirado; reduziram a quantidade de tecidos de qualidade inferior distribuídos pelos produtores e vendedores. No início de 1947, os fabricantes já não se viam ligados pela Convenção Têxtil, pois, a mobilização do tempo de guerra havia expirado. Terminou assim, oficialmente, o período dos tecidos populares. A crise estava ultrapassada

num sentido técnico, mas, certamente não do ponto de vista das classes média e inferior de consumidores, que viam os preços dos produtos têxteis e outros subir com a espiral inflacionista no Brasil.

Dowbor (1982) argumenta que duas soluções para o desenvolvimento industrial, foram adotadas pelo empresariado nacional e mais tarde, pelas empresas multinacionais que aqui se instalaram. Poderíamos dizer que essas empresas voltadas para o mercado de luxo buscaram soluções que excluíssem o mercado popular. A primeira solução orientava a produção para mercado interno com a finalidade de atender uma demanda de bens de consumo duráveis e de luxo, desfavorecendo claramente o mercado popular. A segunda solução foi destinar a produção para as exportações. A indústria somente romperia esse círculo a partir do desenvolvimento geral que possibilitasse o alargamento do mercado interno. No entanto, esse “desenvolvimento” era de responsabilidade apenas do governo. É interessante observar que os industriais desconsideravam o potencial do mercado interno, selecionando apenas as parcelas com maior poder aquisitivo. Essa mentalidade, ainda, perdura até os dias atuais.

Enquanto o desenvolvimento geral não ocorria, as empresas de menor porte floresceram se tornando mais complexas para atender ao mercado popular da segunda metade do século XX.

1.1.3 - Período técnico-científico-informacional

O Período Técnico-Científico-informacional, materialidade do espaço geográfico é a cara geográfica do processo de globalização. Esse período caracteriza um novo momento do capitalismo, especialmente após os anos 1970, quando se configura a difusão seletiva dos novos vetores da globalização que promoveram uma reestruturação da produção e do consumo, especialmente nos países subdesenvolvidos como o Brasil.

O avanço do meio técnico-científico informacional foi possível porque o meio geográfico se torna mais complexo com os novos acréscimos de técnica e ciência que invadem os interstícios da vida cotidiana. Novas próteses se difundem pelos territórios nacionais, formando sistemas de engenharia que se encontram por todos os continentes, de norte a sul, de leste a oeste. Mesmo que, essa difusão seja seletiva, a presença desses sistemas permite que a circulação de bens materiais e imateriais se torne cada vez mais rápida, especialmente, a partir da década de 1970, quando a informação entra como uma variável-

chave marcando o avanço e aprofundamento do processo de globalização econômica e financeira. No Brasil, essa variável se difunde, sobretudo, no pós anos 90, afetando as atividades econômicas, de comunicação e mudando comportamentos sociais.

Desse modo, o espaço geográfico é acrescido de novos sistemas de objetos e ações piores de ciência, técnica e informação. Esses novos elementos são também, centrais à realização das ações da economia e da política hegemônicas. Para entendermos as transformações da indústria têxtil brasileira, é necessário relacionarmos as transformações ensejadas pelo processo de globalização da economia e sua incidência no mercado global da moda. O meio técnico-científico-informacional é o principal marco da união entre ciência e técnica marcada pelos auspícios do mercado, sobre o parâmetro da informação como energia do seu funcionamento.

O espaço da globalização é, de acordo com Santos (2012a, p. 30), “[...] *um processo de internacionalização do mundo capitalista [...]*”, que graças ao avanço da ciência, da técnica e da informação ampliam as escalas de produção e de consumo da sociedade com um novo sistema de técnicas que asseguram o funcionamento do mercado global impondo novas lógicas na dinâmica do território nacional. Ocorre assim, a internacionalização da economia, do consumo, da produção, do crédito, dos gostos e da informação generalizada.

Com a globalização e por meio da empiricização da universalidade que ela possibilitou, estamos mais perto de construir uma filosofia das técnicas e das ações correlatas, que seja também uma forma de conhecimento concreto do mundo tomado como um todo e das particularidades dos lugares, que incluem condições físicas, naturais ou artificiais e condições políticas. As empresas, na busca da mais-valia desejada, valorizam diferentemente as localizações. Não é qualquer lugar que interessa a tal ou qual firma. A cognoscibilidade do planeta constitui um dado essencial à operação das empresas e à produção do sistema histórico atual (SANTOS, 2012a, p. 33).

Ápice do processo de internacionalização do capitalismo, a globalização é o resultado do estado das técnicas e do estado da política. Milton Santos (2012a) nos lembra que o fenômeno da globalização, não é apenas conduzido pela existência de um sistema de técnicas, mas, resultado de ações e processos políticos que contribuem, deveras, para explicar a arquitetura do atual sistema global, a saber: a unicidade da técnica, a convergência dos momentos, a cognoscibilidade do planeta e a existência de um motor único na história, representado pela mais - valia globalizada (SANTOS, 2012a, p. 24).

A difusão seletiva do meio técnico-científico-informacional é a garantia do funcionamento dessa arquitetura da globalização, que hoje serve aos interesses hegemônicos em detrimento das necessidades do conjunto da sociedade.

A unicidade técnica é, no atual período histórico, marcado pela existência de um sistema técnico, está presente em graus diferenciados, em todo o planeta. Esse sistema, por sua vez, se comunica entre si, graças às técnicas da informação - dadas pelo desenvolvimento da cibernética, da informática e da eletrônica.

Há, pois, uma relação estreita entre esse aspecto da economia globalizada e a natureza do fenômeno técnico correspondente a este período histórico. Se a produção se fragmenta tecnicamente, há, do outro lado, uma unidade política do comando. Essa unidade política do comando funciona no interior das firmas, mas não há propriamente uma unidade de comando do mercado global. Cada empresa comanda as respectivas operações dentro da sua respectiva topologia, isto é, do conjunto de lugares da sua ação, enquanto a ação dos Estados e as instituições supranacionais não basta para impor uma ordem global (SANTOS, 2012a, p. 26/27).

A convergência dos momentos ou unicidade do tempo tem permitido a simultaneidade das ações, responsáveis pela aceleração do processo histórico. Santos (2012a, p. 28) ressalta que *“o tempo real autoriza usar o mesmo momento a partir de múltiplos lugares; e todos os lugares a partir de um só deles. E, em ambos os casos, de forma concatenada e eficaz”*. O tempo real é nesse sentido, excludente e só utilizável por poucos, aqueles que tiverem acesso à nova técnica da informação e à convergência dos momentos.

O motor único corresponde à obtenção da mais valia universal. A competitividade das empresas globais, fruto do contínuo progresso técnico-científico-informacional, é uma forma de exercício dessa mais-valia universal, que se torna fugidia porque demanda a cada momento da história, mais técnica, ciência e informação. A corrida por novos materiais, novas técnicas, novas soluções organizacionais e políticas permitem às empresas o crescimento da produtividade, a competitividade e o lucro. *“A cada avanço de uma empresa, outra do mesmo ramo solicita inovações que lhe permitam passar à frente da que antes era a campeã”* (SANTOS, 2012a, p.31). O motor único, de acordo, com Santos (2012a) permite uma produção e consumo em escala mundial, amplia e alimenta o instinto de competitividade.

A cognoscibilidade abre a possibilidade de conhecer extensiva e profundamente o planeta. Conforme, Santos (2012a, p. 32) *“[...] o homem não apenas utiliza o que encontra na natureza, mas novos materiais são criados nos laboratórios como um produto da inteligência*

humana. [...] podemos conceber os objetos que desejamos utilizar e então produzimos a matéria-prima indispensável à sua fabricação”.

A indústria têxtil e de vestuário é um viés para entendermos a complexidade da globalização e sua imbricada arquitetura. A **unicidade técnica** possibilita a utilização de técnicas modernas de gerenciamento da cadeia de suprimentos, graças à difusão de tecnologias de informação que passou a ser um fator competitivo, fundamental em razão da necessidade de integração entre as várias etapas do circuito espacial produtivo. A redução do tempo de concepção, produção e comercialização são consequências desse processo. Nesse setor, a histórica fragmentação se deu *“pela formação de redes compostas por ateliês de design, fornecedores de fibras e outras matérias-primas, tecelagens, confecções e grandes cadeias varejistas, em que a logística de toda a cadeia foi otimizada via informatização: electronic data interchange (EDI) e efficient consumer response (ECR)”* (GORINI, 2000, p.21).

A indústria de vestuário é mais fragmentada que a têxtil, pois, possui predomínio de pequenas fábricas intensivas em trabalho e com baixa remuneração do trabalho, características facilitadoras e flexíveis que reduzem os custos inerentes à distância geográficas entre a linha de produção e o consumidor. A indústria global do vestuário e moda é um dos mais importantes setores da economia em termos de investimento, receitas, comércio e geração de emprego no mundo todo, principalmente em países com abundância de mão de obra barata.

Por outro lado, com o advento das tecnologias digitais que promovem a **unicidade do tempo, ou convergência dos momentos**, um novo paradigma se coloca: o rompimento do espaço e do tempo se superpõe à lógica geográfica dos continentes, imediatizando as criações, que passam a ser lançadas em tempo real. Esse paradigma permite captar rapidamente as tendências do mercado consumidor, abrindo possibilidades de sua segmentação e a capacidade de diferenciar produtos e atender de maneira flexível às mudanças nos padrões de preferência dos consumidores. A busca pelo novo e imediato, é permanente.

O **motor único ou a mais valia mundializada** é obtida pelos crescentes esforços nos ativos intangíveis como marca, desenvolvimento de produto, *marketing*, canais de distribuição e comercialização e passaram a deslocar as etapas produtivas para regiões onde o custo do trabalho é menor, especialmente, das etapas mais intensivas para países de mão de

obra barata, configurando esquemas de subcontratação principalmente dentro de acordos regionais (Estados Unidos com o México e Caribe, Países desenvolvidos da Europa com a Turquia e países do Norte da África, e Japão e Tigres Asiáticos com China, Indonésia, Bangladesh e Vietnã).

A cognoscibilidade planetária pode ser observada, com as inovações que a indústria têxtil alcança graças ao desenvolvimento da química. O site da empresa Metachem (2018), mostra que o beneficiamento de tecidos é uma etapa que engloba diversos processos que visam garantir características específicas para cada produto, como o aspecto visual e de toque do produto.

Os produtos químicos para indústria têxtil são aplicados em maior escala na fabricação de tecidos sintéticos (poliéster, viscose, acrílico, nylon, etc.) e tecidos artificiais (viscose, acetato, etc.), mas também são utilizados durante algumas etapas do beneficiamento de tecidos naturais (algodão, lã, seda, linho, etc.). Os principais produtos químicos aplicados na indústria têxtil são: branqueador óptico / alvejante, corantes, antiespumantes, agentes redutores, fixadores, dispersantes, sequestrantes, umectantes, desengomantes, encorpantes e agentes antimofa (METACHEM, 2018, p. 01).

A presença de marcas, internacionais nos centros comerciais dos países criam um ambiente competitivo de marcas e estilos, ligados a uma tecnosfera¹ que garante o funcionamento do setor têxtil e de confecções. O poder de penetração das grandes marcas se sobrepõe às características e aos códigos locais e o desejo que despertam, nos consumidores forma uma psicofera² poderosa que alimenta um mercado, cujos produtos são efêmeros. A moda e a busca da identidade, através da exibição das marcas e signos das grifes de roupas e acessórios de fama global recebem forte influência da mídia e dos sistemas de comunicação globalmente interligados. Uma marca de origem francesa, japonesa ou americana, por exemplo, pode ser encontrada em países de todo o mundo, sendo objeto de desejo de pessoas de poderes aquisitivos diferenciados.

¹ A tecnosfera o mundo dos objetos se adapta aos mandamentos da produção e do intercâmbio e, desse modo, frequentemente traduz interesses distantes; desde que, porém, se instala, substituindo o meio natural ou meio técnico que a precedeu, constitui um dado local, aderindo ao lugar como uma prótese (Milton Santos, A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção, 2012b, p. 256).

² A psicofera é a esfera da ação. A psicofera, reino das idéias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido, também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras à racionalidade ou estimulando o imaginário. (Milton Santos, A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção, 2012b, p. 256).

Destarte, o de globalização permitiu a ascensão das tecnologias de informação e facilitou a comunicação e a conexão com o mundo. Assim, a mídia ampliou sua área de acesso às informações, possibilitando o avanço para difundir não só novas culturas, mas, também uma cultura contemporânea de moda. Cultura essa, que tem como característica a velocidade de propagação de seus conteúdos e a facilidade que caem na rede.

CAPÍTULO 2 - A DINÂMICA DOS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA NO RAMO DE VESTUÁRIO E OS NOVOS USOS DO TERRITÓRIO

2.1 - O meio técnico-científico informacional e os novos usos do território

Como já vimos, no pós Segunda Guerra Mundial dá-se início a um novo patamar do sistema capitalista. Cria-se uma psicofera que enaltece o consumo e o crescimento econômico, através, de políticas de planejamento e da abertura do mercado para empresas multinacionais. Nos países periféricos, como o Brasil, a tecnosfera se complexiza com o acréscimo de novos sistemas de objetos e ações, sistemas cada vez mais interligados, sobretudo, no pós anos 1970. Todavia, o centro-sul foi o maior beneficiário, já que os investimentos se concentraram nessa porção do território, tornando-o mais dinâmico.

Nas décadas de 1950 e 1960, o setor têxtil brasileiro passou por profundas transformações relacionadas ao avanço da industrialização do país. A Rhodia iniciou a fabricação de poliamida (náilon), a partir de 1955 e, em 1956 implantou a Unidade Química de Paulínia. Em 1961, lançou o poliéster e, em 1966, instalou em Cabo de Santo Agostinho (PE), uma fábrica de poliéster. Como relatam Monteiro Filha e Corrêa (2002), a partir de 1965, o complexo têxtil foi incluído pelo CDI (Conselho de Desenvolvimento Industrial) nos “grupos preferenciais de indústrias”, do BNDE que passou a financiar o complexo têxtil, a partir de 1965, seguindo a política governamental explicitada no Plano de Ação Estratégica de Governo (Paeg), que abrangia o período 1964-66. Em 1966, criou-se o Grupo Executivo das Indústrias Têxteis (Geitex) no Ministério de Indústria e Comércio/Conselho de Desenvolvimento Industrial (Mdic), que concedia 100% de isenção de impostos para importação de máquinas têxteis. Tal diretriz somente se aplicava às indústrias de fiação e tecelagem, ficando fora dessa restrição os projetos de produção de fibras artificiais e sintéticas, as indústrias de acabamento de tecidos (tinturaria, estamperia etc.) e as confecções.

Entretanto, os investimentos nesse setor foram pouco representativos até 1970, devido à elevada ociosidade e ao alto índice de obsolescência no parque fabril, notadamente na fiação e tecelagem de algodão. Um dos maiores investimentos naquele segmento ocorreu em 1968, com a inauguração da Nova América, implantando no Rio de Janeiro um dos mais modernos parques da época. Ao mesmo tempo, a produção de fibras sintéticas ainda era incipiente. Naquela época, existiam basicamente a Rhodia, que exercia o virtual monopólio nesse segmento (fibras de poliéster; filamentos de náilon e poliéster; e fibras acrílicas); e outros concorrentes com plantas menores: a Sudamtex, empresa de capital americano que produzia desde meados da década de 60 fibras e filamentos de poliéster no Rio de Janeiro; a Celanese do Brasil, filial de empresa americana que

fabricava filamento de náilon em São Bernardo do Campo (SP); e a Matarazzo (filamentos de náilon em São José dos Campos (SP). Afora isso, o Geitex, em conjunto com a Sudene, incentivou, em 1968 a implantação da Safron-Teijin (Aratu, BA), *joint venture* do grupo Safra com a Teijin (Japão), que era considerada a primeira concorrente de peso da Rhodia. Pela Resolução 1/70 do Geitex/CDI, os projetos de fiação e tecelagem poderiam recorrer a 100% de isenção de impostos na importação de equipamentos (que eram totalmente estrangeiros na época), desde que objetivassem: – substituir equipamentos obsoletos, que eram sucateados na presença de funcionário do CDI (modernizar sem aumentar a capacidade de produção); e – exportar 70% do aumento da produção durante cinco anos. Esse instrumento propiciou a entrada, com incentivos fiscais, de novos *players* na produção de fibras químicas: a Cia. Brasileira de Sintéticos (CBS), associação da Klabin com a Hoechst, para produzir filamentos de poliéster em Suzano (SP); a Polyenka (Akzo), para produzir filamentos de poliéster em São Paulo; a De Millus, para produzir filamento de náilon no Rio de Janeiro; e a Fiação Brasileira de Rayon (Fibra), da Snia Viscosa (Itália), para produzir filamento de náilon em Americana (SP)(MONTEIRO FILHA; CORRÊA, 2002, p 3-4).

Novas solidariedades surgem, tornando mais complexa a produção têxtil. Os investimentos na indústria têxtil, nos anos de 1950 e 1960, buscaram dar maior visibilidade a esse setor.

Conforme, Vasques (2012), em 1958, inaugurou-se a primeira Feira Nacional Têxtil Brasileira, a FENIT, no Parque do Ibirapuera, na cidade de São Paulo organizada pelo empresário da comunicação e propaganda, Caio de Alcântara Machado, em conjunto com o Sindicato das Indústrias Têxteis (Sinditêxtil). O concurso “Miss Algodão”, promovido pela FENIT, buscava promover as fibras naturais, e ao mesmo tempo, estreitar as relações com o universo da moda. Essa simbiose buscava criar tendências, que favorecessem tanto a indústria têxtil como o mercado de moda brasileiro. A intencionalidade era, através, dos fios, tecidos e roupas criar uma psicofera que tornasse a moda não apenas uma necessidade imediata, mas, sobretudo, uma necessidade menos imediatista, porém, não menos legítima e importante para a auto-estima, o bem estar diário dos consumidores de todas as faixas etárias.

Como estratégia para divulgar os produtos da indústria têxtil, na sua terceira edição a FENIT, abre as portas para o grande público, cobrando ingressos a preços populares.

Com a popularização da feira, as coleções das empresas traziam uma moda com aspectos brasileiros, uma vez que na FENIT eram lançados os melhores e mais modernos tecidos fabricados no país. Os empresários esperavam essa mostra de tecidos, estampas e desenhos da feira para então iniciarem o desenvolvimento das coleções para a próxima estação. Entretanto, a indústria têxtil desenvolvia-se muito na criação do produto de moda (VASQUES, 2012, p. 03).

A partir dos anos de 1960, os investimentos governamentais acabaram se refletindo numa mudança de postura na indústria têxtil que passa a dar maior visibilidade ao produto nacional que ganha espaço nas ruas, nos desfiles, nas campanhas publicitárias. Ainda, como parte da estratégia de divulgação da indústria têxtil com a moda, é lançada em 1959 a revista *Manequim* com moldes de roupas para serem feitas em casa e a revista *Claudia*, em 1961, que se dedicava no início à moda e mais tarde diversifica os assuntos. A partir da década de 1970, o mercado da moda se consolida e novas publicações surgem como a revista *Desfile*, Nova (1973) além, de revistas internacionais como a *Vogue do Brasil* (1975). Na década de 1980, a revista *Elle* (1988, editada pelo grupo Abril) e *Marie Claire* (1991) mesclam assuntos de moda com outros temas voltados para o público feminino. (Mulheres em Revista – O jornalismo feminino no Brasil, 2002).

Concomitante as ações da indústria têxtil de fibras de algodão, a Rhodia, na década de 1960, que liderava a produção de fios sintéticos convidou nomes da alta costura brasileira para criarem coleções em tecidos à base de fios sintéticos, como Alceu Penna, Denner, Guilherme Guimarães, Clodovil, com a finalidade de promover a “brasilidade” na “alta-costura”, como enfatiza Vasques (2012). Os estilistas de prêt-à-porter começam a investir em estratégias para divulgação de seus trabalhos. Em 1972, é criado o Consórcio de Moda Brasileira em São Paulo e, em 1975, o Grupo de Moda Rio. Em 1976, surge o Janeiro Fashion que busca estabelecer um calendário fixo para divulgar cariocas, como Maria Bonita, Andera Seletto, Alice Tapajós, Frank e Amaury, Yes Brasil, Márcia Pinheiro, Company e Mr.Wonderfoul. Em Minas Gerais, é formado o Grupo Mineiro de Moda, na década de 1980, para divulgação das marcas Forum, T.Machione, Tráfico e Tweed.

Como parte dessa sinergia, em 1987, surge o primeiro curso de graduação em moda na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo. Em 1990, mais duas universidades paulistas, a Universidade Anhembi Morumbi, a Universidade Paulista, passam a oferecer cursos na área. As décadas posteriores cursos de moda são criados em diversas instituições públicas e privadas no país. Antes para ser estilista (como eram chamadas as pessoas que trabalhavam com moda) não precisava ter formação superior, bastava conhecimento sobre as últimas tendências europeias, já que, as peças eram copiadas.

[...] no Brasil, a Moda não era vista como uma área para ser estudada em cursos regulares e, menos ainda, no ensino superior. As peças de roupas eram copiadas das tendências internacionais – e era esse o atrativo das roupas – para que as pessoas as comprassem como produtos diferenciados, sendo vendidas como “a última Moda em Paris”. O que se ditava lá fora era aceito aqui, como acontece até hoje, provavelmente, pela tradição na área

que os países europeus têm, frente ao Brasil (AGUIAR, 2015, p. 3 apud BORGES, 2017, p. 112).

Borges (2017) relata que o aumento das empresas têxteis e de confecções no país, nos anos 1980, inseriu a moda como área de negócio. Com o incremento da economia e de empresas do setor, como já observamos, avaliou-se a necessidade de criar cursos especializados para a formação de profissionais e assim atender ao mercado. A formação da moda volta-se como escopo da área do *fazer* e começa a ser direcionada para o desenvolvimento do vestuário.

A indústria da moda passa por diversas transformações, os cursos exigem mais que croquis³ (desenhos). Para atender ao mercado iniciam-se pesquisas sobre a sociedade contemporânea e seus desejos, operando uma poderosa psicofera que alimentará um mercado mais complexo. Assim, a moda tem que ser interpretada em sua totalidade, dentro do universo do indivíduo para atender suas expectativas. A moda é ciência e informação, desempenha um papel consciente e inconsciente no indivíduo e vai muito além, da peça do vestuário, “[...] está presente na vida em sociedade: na interação social, nas mais simples tarefas cotidianas, nos comportamentos, na observação ou não dos códigos do vestir, na arquitetura, na linguagem ou em várias outras formas de manifestação” (BORGES, 2017, p. 114).

Atualmente, diversas universidades da rede pública e privada oferecem cursos de designer e moda. Dados da RUF (Ranking Universitário Folha, 2017) elucidam as principais faculdades de moda do país: Universidade Anhembi Morumbi - UAM (SP) - privada, Universidade Federal do Ceará - UFC (CE) - pública, Universidade de São Paulo - USP (SP) - pública, Centro Universitário Senac - SENACSP (SP) - privada, Faculdade Santa Marcelina - FASM (SP) - privada, Universidade Estadual de Londrina - UEL (PR) - pública, Centro Universitário Belas Artes de São Paulo - FEBASP (SP) - privada, Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG (MG) - pública, Universidade Federal de Goiás - UFG (GO) - pública, Faculdade Senai - Cetiqt - SENAI - CETIQT (RJ) - privada, para citar as 10 primeiras pelo site da RUF⁴, dentre outras que se encontram distribuídas pelo Brasil listando um total de 52 instituições (apêndice A) de ensino superior público e privado.

³croqui (palavra francesa eventualmente traduzida para o português como **croqui**, esboço ou rascunho) costuma se caracterizar como um desenho de moda ou um esboço do produto.

⁴<https://ruf.folha.uol.com.br/2017/ranking-de-cursos/moda/> acesso em 15 de abril de 2018 às 22hr30min.

Mesmo, com as mudanças ocorridas nos anos de 1980, é importante lembrar que a década de 1980 foi marcada por uma profunda crise econômica e pelo fim da ditadura (1964-1985). A década perdida como ficou conhecida, foi marcada pela alta do desemprego, da inflação e estagnação econômica. A indústria têxtil, também sentiu os efeitos da crise.

A indústria têxtil foi um dos setores que mais sofreu com a crise que desencadeou a obsolescência do parque industrial brasileiro, gerando um *gap* tecnológico em relação ao mundo, e, principalmente, em relação aos países asiáticos, que se tornaram grandes produtores e exportadores, criando sérias dificuldades para esta indústria no Brasil no período seguinte, por ocasião da abertura comercial (KON; COAN, 2005, p. 14).

A partir da década de 1990, com a adoção do projeto neoliberal, o território brasileiro, nas palavras de Santos (1994, p. 24), se tornou o “*espaço nacional da economia internacional*”. O projeto neoliberal impactou, em graus distintos, em diversas atividades econômicas, destarte, ressaltamos os impactos no setor da indústria têxtil. A abertura indiscriminada do mercado brasileiro, imposta pelas políticas neoliberais dos anos de 1990, culminou com uma enxurrada de produtos importados nas vitrines de vestuário e uma quebradeira, sem precedentes, para muitas empresas. As empresas que conseguiram sobreviver precisaram “[...] *empreender um esforço de modernização para melhorar sua competitividade e enfrentar a concorrência dos artigos importados*”, como ressalta Lima (2010, p. 2).

O impacto da abertura comercial, na década de 1990, pode ser dimensionado pela redução da tarifa de importação de tecidos de 70% a 40%, e logo depois, a alíquota caiu para 18%. Devido ao câmbio favorável, linhas internacionais foram utilizadas para a importação de algodão. As importações afetaram as tecelagens, tinturarias, estamparias e fiações. As importações de fibras artificiais e sintéticas cresceram também, incentivadas pelas tarifas, conforme mostra Monteiro Filha e Correa (2002). Isso significou que na época as importações de produtos têxteis pularam de cerca de US\$70 milhões nos anos 1980 para US\$ 2,5 bilhões em 1990 (SOBOTTA, 2009 apud CARVALHO, 2010, p. 31). Os circuitos de produção foram afetados.

A abertura da economia brasileira na década de 1990 e o acirramento da competição mundial, com a consolidação de diversos produtores de baixo custo – basicamente os asiáticos (...), promoveram radical transformação do setor (...). As empresas mais atingidas foram as firmas de menor porte, com atuação exclusiva no mercado interno e baixo nível tecnológico (Funcex, 1999a). Dentro da cadeia têxtil, os setores mais atingidos pela concorrência

externa foram o produtor de fibras de algodão, o de fios e tecidos sintéticos e o de confecções (CNI/ABIT, 2000, p. 7).

Além, das importações de produtos têxteis, a abertura econômica brasileira exerceu forte impacto sobre as importações de máquinas e equipamentos têxteis. Por outro lado, a queda das barreiras alfandegárias propiciou a entrada de produtos estrangeiros, especialmente, asiáticos no mercado brasileiro. A entrada de produtos importados culminou numa nova crise da indústria têxtil. As pequenas empresas que não tinham capital para investir e competir com as de maior porte, fecharam suas portas. Os investimentos de capitais internacionais e a instalação da indústria estrangeira, que abarca o mercado nacional, provocou uma reestruturação na economia (MASSUDA: 2006).

As medidas políticas neoliberais brasileiras, criadas para ampliar a relação com o mercado externo, estavam longe de zelar pelo bem estar da sociedade brasileira. O Estado passa a investir em políticas que beneficiam as empresas estrangeiras. Os pequenos empreendedores, por não terem capital para investir e competir no mercado, ficam para trás, e são excluídos do novo rumo que a economia assume. Assim, por não conseguirem empreender um esforço de modernização impostas no setor das grandes redes, abandonam o mercado impactando no número de empregos.

2.2 - Aprofundamento da globalização e os novos rumos da indústria têxtil

Segundo Marcos Xavier (2017) a maior abertura da economia brasileira vem ocorrendo desde o final dos anos 1980, seguida de reestruturação produtiva em função dos parâmetros de competitividade internacional. Nesta perspectiva, o autor assevera que “*o caráter corporativo do território é acentuado e sua regulação, no que toca o Estado, se solidariza [...] com as demandas das empresas, canalizando investimentos públicos e normas [...] para usos privados extremamente seletivos*” (2017, p. 10).

Esse processo, é aprofundado com os ditames da globalização que internacionaliza a economia, cria padrões estereotipados de consumo e se dissemina entre as diversas camadas da população. Criam-se as necessidades, mas, ao mesmo passo são negadas as oportunidades. Nas palavras de Milton Santos (2012a, p. 39), “*não é de se estranhar, pois, que realidade e ideologia se confundam na apreciação do homem comum, sobretudo porque a ideologia se insere nos objetos e apresenta-se como coisa.*”

Essa ideologia e a perversidade do mercado fragmentam o espaço, através, da seletividade nos usos do território, que institui um movimento de interação maior entre os lugares que passam a participar com intensidade do acontecer do outro em diferentes partes do mundo. Além disso, o capital configura uma maior participação das empresas, aumentando a competitividade e a incorporação das empresas menores que não têm a mesma base para competir.

Diante do processo de internacionalização da produção, do produto e do consumo, o território brasileiro é utilizado como espaço nacional da economia internacional, sendo seletivamente ajustado para atender às lógicas espaciais de grandes corporações nacionais e estrangeiras em busca de maior competitividade. Mesmo assim, empresas dotadas de menor capital, tecnologia e organização continuam a existir, utilizando os lugares menos modernos do território (XAVIER, 2017, p. 9).

No entanto, a capacidade de competitividade não é a mesma entre as empresas. Afirma, Xavier (2017) as empresas se distinguem em relação ao capital, a tecnologia e a organização e, conseqüentemente, também, em relação a sua força política. O autor argumenta que “[...] *as empresas apresentam condições desiguais na disputa pelo uso produtivo dos diferentes lugares que compõem o território*” (XAVIER, 2017, p. 10). As empresas hegemônicas têm maior capacidade de competitividade porque sua abrangência é o território como um todo.

Desse modo, a indústria têxtil moldou-se em função do capital e, de acordo com Massuda (2006), foi legitimado pelo Estado. Ou seja, a indústria têxtil no Brasil está interrelacionada aos aspectos conjunturais do contexto econômico da década de 1990, a partir da abertura comercial que ampliou a o acirramento entre os mercados. Essa abertura repercutiu no surgimento de segmentos e atividades de médio e pequeno porte, que agregam uma intensiva mão de obra.

[...] o parque têxtil brasileiro caracteriza-se pela heterogeneidade do estágio tecnológico das indústrias e pela coexistência de grandes empresas integradas e micro empresas familiares. No que se refere o estágio tecnológico, de modo geral, acompanha o porte. As grandes empresas exportadoras modernizaram-se, pois já estavam expostas ao mercado internacional. Contudo, a grande maioria das empresas de menor porte não passou por processos de modernização, atuando apenas nos moldes da economia [...] em nichos regionais de mercado (OLIVEIRA; MEDEIROS, 1996 apud MASSUDA, 2006, p. 123).

Um estudo do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (Mdic), mostra que no cenário nacional, abertura comercial, o aumento da concorrência externa, a recessão econômica no país, conjugado com a estabilidade monetária, a partir de 1994, induziram a três grandes transformações no circuito espacial de produção nacional têxtil: .

1. Esforços de incremento da produtividade via elevação da relação capital/trabalho e da eficiência produtiva, com o objetivo de enfrentar a concorrência asiática. Investimentos em modernização foram elevados especialmente a partir do Plano Real.
2. A ampliação do consumo da população de renda mais baixa em decorrência da estabilidade da moeda, somada à forte concorrência de tecidos artificiais e sintéticos importados da Ásia, levou à substituição da produção de tecidos planos por malhas de algodão, cujos, investimentos são mais baixos e o produto é mais barato.
3. Deslocamento para o Nordeste e demais regiões de incentivos fiscais, com o objetivo de reduzir custos de mão de obra.

Na década de 1990, o estudo aponta que em relação ao algodão, planta nativa do Brasil e a matéria-prima mais importante do setor têxtil brasileiro, houve um decréscimo na produção. Segundo o Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI), citado em Kon e Coan (2005), o algodão representa 90% das fibras naturais utilizadas no país, ou 68% do total de todas as fibras (naturais e químicas), o que o destaca como um insumo vital e importante componente do custo industrial têxtil. O Brasil era um dos maiores exportadores de algodão do mundo. No entanto, problemas ocorridos na década de 90, como a praga do bicudo, a abertura comercial e criação de incentivos à importação do algodão importado, levaram o país, de grande exportador, a se tornar grande importador no segmento. A produção voltou a crescer a partir de 1998, e em 2000 ultrapassou a produção de 1990.

2.3 - As empresas de confecções a luz da teoria dos dois circuitos espaciais da economia urbana

No Brasil, a partir da década de 1970, assistimos à consolidação do processo de urbanização, que se deu em ritmos distintos nas diferentes regiões do país, devido às densidades desiguais de técnica, ciência e informação que se difundiram no território (Almeida: 2017). Para a autora a difusão dos novos sistemas de objetos e sistemas de ações,

cria dinâmicas territoriais particulares, junto ao processo seletivo de difusão que aprofunda deveras as diferenças regionais.

[...] as políticas públicas que engendraram essa nova organização territorial conduziram a um processo de urbanização corporativa em que a periferização se mostra como uma das consequências mais visíveis das escolhas políticas realizadas nesse novo período da história (ALMEIDA, 2017, p. 228).

O crescimento acelerado do processo de urbanização nos países periféricos como o Brasil, se organizou relacionado à coexistência de dois subsistemas urbanos, responsáveis por processos econômicos - o circuito superior e o circuito inferior da economia urbana, como enfatizou Milton Santos, em sua obra *o Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos (2008 [1979])*. A teoria dos dois circuitos possibilita o estudo da cidade em sua totalidade e entendem a dinâmica do seu funcionamento, responsáveis pelos processos de modernização e fragmentação. Desse modo, Santos (2008), ao distinguir os elementos que compõe a economia dos países subdesenvolvidos em circuito superior e circuito inferior da economia urbana faz alusão, a formas concretas presentes em cada circuito econômico. Para Santos (2008) as atividades de fabricação do circuito superior subdividem-se em circuito superior propriamente dito, com as firmas, os bancos, as grandes redes empresas, dentre outras e o comércio moderno. Outra é o circuito superior marginal que se constitui de formas menos modernas e/ou mistas ou atividades impuras que constituem o elo entre o circuito superior e o circuito inferior da economia urbana constituído de comércios não modernos. O circuito inferior abarca uma miríade de atividades pouco exigentes em relação aos capitais investidos, com baixa incorporação tecnológica e atividades que, permitem a sobrevivência de milhares de trabalhadores.

O circuito superior e o circuito inferior são dotados de uma lógica interna que caracterizam e particularizam seu funcionamento, no entanto, há relações de complementaridade e de oposição que podem ser apreendidas no estudo da cidade em sua totalidade, através, do “*exame da dialética entre os dois circuitos, responsável pela definição social e econômica e pelas possibilidades e formas de evolução tanto do organismo urbano como de sua área de influência*” (SANTOS, 2009a, p. 53).

Abaixo, as características e elementos dos Dois Circuitos da Economia Urbana com algumas novas características do circuito inferior no meio técnico-científico-informacional.

Quadro 1 - Características dos dois circuitos da economia urbana.

	Circuito Superior	Circuito Inferior
Tecnologia	Capital intensivo	Trabalho intensivo – Inserção de capitais nos últimos anos – utilização de *maquinetas de cartões de crédito, smartphones, computadores - objetos informacionais inseridos no circuito inferior com o objetivo de alavancar e flexibilizar as vendas.
Organização	Burocrática	Primitiva - mas com modificações em algumas estruturas, principalmente de vendas – *com o uso crescente do computador, além do livro de caixa, canhoto.
Capitais	Importantes	Reduzidos
Emprego	Reduzido	Volumoso com pouco rendimento
Assalariado	Dominante	Não-obrigatório
Estoques	Grande quantidade, alta qualidade	Pequena quantidade, qualidade inferior
Preços	Fixos em geral	Submetidos à discussão entre comprador e vendedor. Parcelamento via cartão de crédito. *Há também a venda feita por promissórias.
Créditos	Bancário institucional	Pessoal não-institucional. Inserção de um pequeno crédito institucional - *linhas de créditos oferecidas pelo Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal, entre outros.
Margem de Lucro	Reduzida por unidade, mas importante pelo volume de negócios (com exceção de produtos de luxo)	Elevada por unidade, mas, pequena em relação ao volume de negócios.
Relações com a Clientela	Impessoais e/ou com papéis	Diretas, personalizadas ou *através de páginas alternativas nas redes sociais Facebook, WhatsApp, Instagram.
Custos fixos	Importantes	Desprezíveis
Publicidade	Necessária	Pequena *(hoje a publicidade se insere no circuito inferior de diversas maneiras: como uso da internet e as redes sociais; o uso de panfletos, banners, carros, motos e bicicletas de som). A propaganda boca a boca continua sendo, também, importante.
Reutilização dos bens	Nula	Frequente
Overhead capital	Indispensável	Dispensável
Ajuda governamental	Importante	Nula ou quase nula
Dependência direta do exterior	Grande, atividade voltada para o exterior	Reduzida ou nula, (ganha uma maior importância nos últimos anos, *por exemplo, com a entrada de produtos estrangeiros - os produtos chineses.)

Fonte: Milton Santos (2008, p. 44).

Adaptado: Cristiane da Silva

***Novas características do circuito inferior no período atual destacadas pela autora a partir da análise do circuito inferior em União dos Palmares.**

Santos (2008) em suas análises sobre as características e composição dos circuitos da economia urbana, o circuito superior e inferior, observou que as atividades do circuito superior são subdivididas entre o circuito superior propriamente dito, as formas de fabricação capital intensivo, e outra é o circuito superior marginal, resultado de sobrevivência de formas menos modernas e da incapacidade do circuito superior de se fazer presente em todo território nacional.

O circuito superior marginal é composto de formas mistas. A parcela do circuito superior denominada por Milton Santos (2008) de circuito superior marginal pode ser tanto o resultado da sobrevivência de atividades que não interessam aos agentes que comandam a economia ou da emergência de atividades que preenchem as vagas deixadas pelas modernizações recentes.

Na indústria de vestuário, as empresas podem ser incluídas no circuito superior, superior marginal e inferior, dependendo do grau de incorporação técnica, capital intensivo, propaganda, publicidade, organização, tecnologia, crédito, reutilização de bens/produtos e atividades mistas que englobam formas pretéritas a formas presentes. Analiticamente, os circuitos de acordo com Santos (2008) são um verdadeiro sistema de vasos comunicantes.

O circuito superior e inferior são resultados dos processos de modernização tecnológica imposta aos países subdesenvolvidos. O circuito superior é resultado direto desta modernização, possui atividades com alto grau de tecnologia, organização e capital intensivo. Podemos incluir as grandes empresas nacionais e estrangeiras, os bancos, o setor quaternário (que engloba empresas de propaganda e publicidade, consultorias, marketing entre outras), o comércio e serviços modernos. No ramo de vestuário, a marca sueca Hennes & Mauritz (H&M), a empresa espanhola Inditex, dona da rede de loja Zara, a japonesa Uniqlo, a americana Nike, a francesa Hermès, a Ralph Lauren, a Coach, Prada, a Nike, Adidas são alguns exemplos de logotipos internacionalmente conhecidas que integram o circuito superior da indústria da moda.

A empresa espanhola Inditex, dona da rede de lojas Zara, é a terceira distribuidora mundial de moda que, também detém outras marcas. A Inditex está presente em 92 países. Segundo o Valor Econômico (14/03/2018), a empresa Inditex, apresentou um aumento do lucro líquido no ano fiscal de 2017, encerrado em 31 de janeiro. O montante foi de 3,37 bilhões de euros (US\$ 4,16 bilhões), alta de 7% na comparação aos 3,16 bilhões de euros

registrados em igual período anterior. A empresa tem mais de 6 mil lojas em 90 países⁵. 15% da América, 25% da Ásia, 17% de Espanha e 43% do resto da Europa. Cresce na rede as vendas online, como uma estratégia da empresa. A rede de vestuário sueca Hennes &Mauritz (também conhecida como (H&M) é uma empresa multinacional sueca de moda presente em 41 países. Segundo o site da revista Exame (16/11/2014), possui mais de 3.000 lojas⁶. Conforme o Valor Econômico (31/01/2018), o lucro líquido foi de 16,18 bilhões de coroas suecas (US\$ 2,05 bilhões). A Uniqlo, empresa japonesa, é controlada pelo grupo de moda Fast Retailing, que possui, também, as marcas GU, Theory, PLST, Helmut Lang, Comptoir des Cotonniers, Princesse, TamTam e J Brand. A marca agora se encontra em 17 países, incluindo a Rússia e Bélgica. A cadeia tem mais de 800 lojas só no Japão e 27 nas Filipinas desde que foi inaugurada em junho de 2012. Até agosto de 2014, a Uniqlo tinha 1.487 lojas em todo o mundo⁷.

Muitas dessas marcas estão hoje presentes em todas as regiões do Brasil, como por exemplo, as lojas Zara: Norte (Amazonas), Nordeste (Bahia, Maranhão, Pernambuco), Centro-Oeste (Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso do Sul), Sudeste (Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo), Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul). A sede administrativa e centro de distribuição estão no bairro Alphaville na cidade de Barueri (Região metropolitana de São Paulo). A Nike, por exemplo, também, está presente em todas as regiões brasileiras:

- Norte - Amazonas/Manaus; Pará/Belém
- Nordeste - Bahia/Salvador; Ceará/Fortaleza, Caucaia); Pernambuco/Recife;
- Centro-Oeste - Distrito Federal, Goiás/Alexânia; Goiânia, Mato Grosso do Sul/Campo Grande
- Sudeste - Espírito Santo/Vila Velha, Minas Gerais/Contagem; Rio de Janeiro/Rio de Janeiro, Duque de Caxias, São Gonçalo, Sucupap; São Paulo/ São Paulo, Campinas,

⁵ <https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/economia/20151024/dono-zara-mais-rico-por-alguns-minutos/311362> - acessado em 02/05/2018.

⁶<https://exame.abril.com.br/negocios/h-m-desiste-de-abrir-lojas-no-brasil-de-novo/> - acessado em 02/05/2018.

⁷ <http://www.stylourbano.com.br/japonesa-uniqlo-quer-se-tornar-rede-de-moda-numero-1-do-mundo-investindo-em-lifewear/> - acessado em 02/05/2018.

Guarulhos, Itupeva, Osasco, Ribeirão Preto, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano, São José dos Campos, São Roque.

- Sul - Paraná/Curitiba, Santa Catarina/Florianópolis, Rio Grande do Sul/ Porto Alegre, Hamburgo.

Essas grandes empresas globais que integram o circuito superior da economia, ligadas a moda são beneficiárias da arquitetura da globalização marcada, como já vimos, pela unicidade da técnica, pela convergência dos momentos, a cognoscibilidade do planeta e a mais valia mundial. Desse modo, o território é amplamente usado pelas empresas que integram esse circuito, que pode tirar as melhores vantagens no uso do território. A informação como variável chave do período da globalização facilita a comunicação e a conexão com o mundo, incidindo nas inovações do setor têxtil e de confecções.

A indústria do vestuário inserida no setor de confecções, através, das novas tecnologias da informação amplia sua área de influência e abarca um público heterogêneo, já que o padrão de consumo dos indivíduos é variado, em função da diferenciação de renda e o setor produtivo necessita de todos que consomem tornando-se dependente, também, da população de baixa renda no que se refere à produção de bens e consumo. Aqui se incluem empresas de diferentes tamanhos e capitais, em diferentes escalas no território englobadas nos circuitos superior, superior marginal e inferior.

O circuito inferior em suas principais características tem trabalho intensivo, formas de serviços menos modernos, menor teor de capital investido e/ou praticamente nenhum, pouca tecnologia, organização e uma intensiva mão de obra de trabalho; o comércio popular, os ambulantes, as vendas a varejo e outros pequenos estabelecimentos que atuam em menor escala, estão incluídos nesse circuito.

As empresas do setor de confecções/vestuário do Polo do Agreste Pernambucano, em sua maioria pertencem ao circuito inferior da economia, estão instaladas em boxes, lojinhas, bancas na feira livre (localizado em subespaço deteriorado, de chão batido, sobre os traços antiga linha ferroviária). E também, são empresas que estão incluídas no circuito superior marginal da economia, representadas pelo Polo comercial de Caruaru, a fábrica de moda e outras atividades nesse setor.

Imagem 1 - Bancas da feira de vestuário em Caruaru-PE

Imagem 2 - Boxes da feira de vestuário em Caruaru-PE



Fonte: <https://www.google.com.br> acesso em 31 de agosto de 2018. Acesso às 18hrs00Min.

Imagem 3 - Polo Comercial de Caruaru-PE



Fonte: <https://www.google.com.br> acesso em 31 de agosto de 2018. Acesso às 18hrs00min.

Imagem 4 - Fábrica da Moda em Caruaru-PE



Fonte: <https://www.google.com.br> acesso em 31 de agosto de 2018. Acesso às 18hrs00 min.

As empresas do circuito inferior da economia usam cada interstício do território para manter suas atividades. Algumas estão mais bem localizadas em áreas centrais da cidade, por onde passa um grande fluxo de pessoas e transportes constantemente. Assim, “os agentes do circuito inferior buscam se instalar preferencialmente em localizações centrais da cidade, sobretudo, em pontos que representam centros de consumo popular ou, ainda, ‘centralidades periférica’ ”(MONTENEGRO, 2013, p.40). É dessa maneira, que o circuito inferior se apropria das parcelas menos valorizadas do território para multiplicação de suas atividades, ampliando sua zona de influência.

Na cidade há também, empresas incluídas no circuito superior marginal, como mencionado, que produzem suas peças e distribuem para empresas incluídas no circuito inferior local, são empresas com atuação regional que respondem as demandas e necessidades da economia urbana. Estão nas cidades de Caruaru-PE, Toritama-PE e Santa Cruz do Capibaribe-PE, tanto na parte de produção como de comercialização, se relacionam com empresas do circuito inferior do Polo e seus produtos alimentam os comércios de pequenas cidades, como o comércio varejista de vestuário do circuito inferior da economia urbana de União dos Palmares-AL.

Essas empresas atuam no atacado e no varejo, abastece as pequenas lojinhas, a feira livre e constituem um nexos com o circuito inferior da economia urbana. Como elo entre a indústria e o cliente (varejista) as empresas atacadistas/distribuidoras tem um considerável

crescimento em função do aumento das pequenas atividades de varejo, e do consumo corrente e diário das pequenas populações. São atividades que atendem os pequenos centros locais e áreas ao seu entorno, alcançando outras cidades na região, como é o caso das empresas do Polo de Confeções de Pernambuco, que atraem consumidores da região nordeste e de outras regiões do país. As empresas atacadistas/distribuidora complementam as atividades do circuito inferior da economia urbana, no Polo de Confeções do agreste e o comércio varejista do ramo de vestuário de União dos Palmares, no estado de Alagoas.

No polo um exemplo da atuação do atacado/varejista é o centro da moda em Pernambuco - Moda Center Santa Cruz do Capibaribe - um dos maiores centros atacadistas de confeções do Brasil, onde são comercializadas peças no atacado e no varejo. Com empresas incluídas no circuito superior marginal e inferior. O mix inclui, de produtos populares a artigos mais trabalhados.

As empresas do circuito superior cada vez mais hegemônica atuam nas esferas de produção e distribuição, reafirmando sua força e controle dos mercados. O circuito inferior dotado de trabalho intensivo e de formas menos modernas apresenta em suas características transformações e permanências. O trabalho intensivo continua como a principal característica do circuito inferior, mas, atualmente esse circuito começa a inserir capitais em seu funcionamento, apresentando modificações nas estruturas de comercialização e consumo, o que permite falar nas transformações ocorridas no subsistema inferior da economia urbana. O aparato tecnológico passa a ser presente na comercialização dos produtos. O sistema financeiro começa a inserir suas teias nestas pequenas economias via cartão de crédito, e até mesmo com a inserção de um pequeno crédito institucional. Outro fator são as tecnologias da informação, utilizadas como ferramentas para divulgação, se antes o boca a boca estava como a principal forma de propaganda para esses agentes, hoje persiste, porém, este setor da economia passa a agregar meios sofisticados em suas publicidades, através, de redes sociais, como *facebook*, *instagram*, *whatsApp*, a partir de aparelhos *smartphones* e computadores que estão cada vez mais presentes no cotidiano de milhares de trabalhadores. Essas novas tecnologias têm sido absorvidas, especialmente, no comércio de vestuário.

Em relação à capitalização das atividades do circuito inferior tem se realizado, por exemplo, com os microcréditos que tem beneficiado os pequenos empreendedores. É o caso, do Rio Grande do Norte, que liberou R\$ 3,5 milhões para o Programa Microcréditos do Empreendedor, beneficiando mil pequenos empreendedores. O setor de confeções e

comércio de roupas foi um dos beneficiados. Lançado em 2015, o Programa atinge 74 cidades do Estado. Em Toritama, Pernambuco, o microcrédito é usado para investimento produtivo em maquinaria, equipamentos, matéria-prima como mostra o estudo das autoras Jéssica Karolyne Soares de Brito; Juliane Feix Peruzzo (XXIII CONIC VII CONITI IV ENIC). Apesar, do microcrédito, o setor de confecções do circuito inferior que engloba micro e pequenas empresas têm acesso restrito ao crédito, tornando-as dependentes das empresas fornecedoras como observa (SILVA, SILVA, PERALTA: 2015). Essa atividade tem grande pulverização no território nacional. Podemos dizer que, o território é *abrigo*⁸ para a grande maioria dos micro e pequenos empreendedores, diferentemente das grandes indústrias que tem o território como um *recurso*⁹. Essas empresas apresentam um alto grau de concorrência e baixos índices de concentração industrial. No setor de confecção, micro e pequenas empresas possuem um ciclo de vida curto (SILVA, SILVA, PERALTA: 2015), o alto grau de natalidade é acompanhado pela elevada mortalidade dos empreendimentos.

O SEBRAE aponta alguns fatores que ajudam a entender o ciclo de vida curto das micro e pequenas empresas: a falta de clientes, capital, burocracia e impostos, concorrência e a ausência de planejamento. Em relação à tecnologia, o setor ainda, é marcado pelo uso de máquinas obsoletas e baixa capacidade técnicas gerenciais. As dificuldades de automação da fase de costura mantêm o setor caracteristicamente intensivo em mão de obra, o que lhe confere especial importância do ponto de vista da ocupação da mão de obra. No entanto, há uma forte precarização das relações de trabalho, pois, a maioria dos trabalhadores não possui carteira de trabalho assinada.

De acordo com Montenegro (2013, p.29) há uma “*crecente difusão e assimilação das possibilidades da época atual entre os atores não hegemônicos*”.

Nos dias de hoje, há uma expansão substancial do volume do circuito inferior nas maiores cidades do país. Contudo, para além desta expansão quantitativa, verifica-se também uma intensa renovação de suas dinâmicas e de suas relações com o circuito superior. Os limites entre os circuitos da economia urbana se realizam em novos termos, redefinindo, por conseguinte, o valor relacional e dialético entre eles (MONTENEGRO, 2013, p.31).

⁸Partindo da compreensão do mundo como sendo um conjunto de possibilidades e, sugerindo que o espaço geográfico seja assumido como uma categoria de análise social, sinônimo de território usado, território abrigo de todos os homens de todas as instituições e de todas as organizações, ele recupera o sentido do “espaço banal” proposto pelo economista François Perroux (Milton Santos: O retorno do Território).

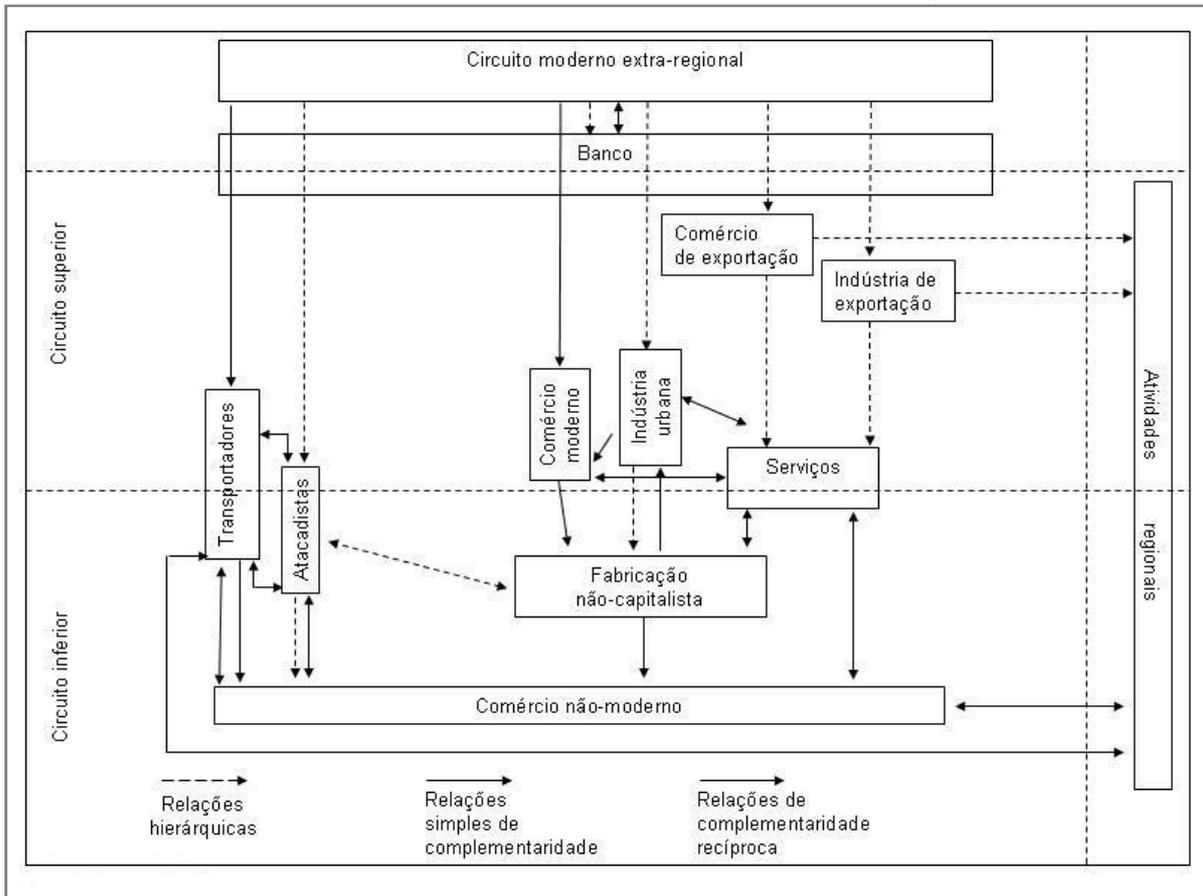
⁹O território como recurso é o território como norma, espaço internacional de interesse das empresas (Milton Santos: O retorno do Território).

Para Montenegro (2013) há uma imbricação maior entre o circuito inferior e as variáveis do processo de globalização, como a técnica, a informação, o consumo e as finanças que intensificam as transformações da economia pobre, como parte do processo das variáveis. O circuito inferior incorpora técnicas modernas em suas atividades, sua definição são atividades pouco capitalizadas e com menor teor de tecnologia, mas, sua ausência não é completa, como já observamos no quadro 1. Por outro lado, de acordo com Montenegro (2013) um dos principais critérios que diferencia os circuitos hoje é o grau de organização, embutido nas técnicas materiais e imateriais, e não mais o acesso à tecnologia em si.

Novos conteúdos são introduzidos no circuito inferior da economia urbana, porém, sua relação de dependência com o superior é deveras eminente. Apesar de, apresentar inúmeros fatores de evolução em seu processo organizacional e implementar novas características as já existentes, o circuito inferior continua sendo a via de consumo e de incorporação da população menos abastada existente na cidade.

Para Montenegro (2013), embora possamos afirmar que haja, de fato, um uso crescente das variáveis-chave da globalização por parte dos agentes do circuito inferior, este processo, também, deve ser analisado de forma dialética. Pois, as cidades abrigam diferentes formas de incorporação das variáveis pela economia pobre e, de outro lado, a assimilação não deixa de representar novas formas de subordinação ao circuito superior da economia urbana. Reafirmando como os circuitos funcionam em um verdadeiro sistema de vasos comunicantes (Santos: 2008).

Imagem 5 - Elementos dos dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos.



Fonte: Milton Santos (2008, p. 40).

Não se pode estudar a cidade a partir de dados voltados apenas para a economia dos agentes com rendas elevada, pois, ao lado dessa economia encontram-se aqueles que no anseio de consumir e garantir renda para o sustento de suas famílias se utilizam, das brechas deixadas no meio ambiente construído pelo processo de modernização, dispõem de formas menos modernas para comercializar seus produtos e montar seu próprio negócio.

A sociedade urbana é dividida entre aqueles que têm acesso às mercadorias e serviços numa base permanente e aqueles que, embora tendo as mesmas necessidades, não estão em situação de satisfazê-las devido ao acesso esporádico ou insuficiente ao dinheiro. Isso cria diferenças quantitativas e qualitativas de consumo (SANTOS, 2009a, p. 45).

Os circuitos operam segundo uma lógica global. O circuito inferior opera em função de lógicas impostas pelo circuito superior. Apresentam diferenças de renda, quantitativas e

qualitativas de consumo. Santos (2009a) considera que, o circuito inferior possui um mecanismo permanente de integração, e esse mecanismo oferece um maior número de empregos, mesmo, que em volume mínimo de capital. As condições gerais de emprego nesse circuito correspondem à disponibilidade de dinheiro e as necessidades de uma fração da população de consumir e garantir renda.

Assim, de acordo com Almeida (2017) é graças ao dinamismo econômico das cidades, que se abre um leque de opções de trabalho com poucas exigências no que se refere ao grau de escolaridade, espacializações que não haveria se existissem apenas as empresas modernas. A autora afirma ser “[...] *mister considerar o papel fundamental exercido pelo meio ambiente construído na produção da economia*” (ALMEIDA, 2017, p. 234).

Os agentes hegemônicos que se apropriam de formas menos modernas deixadas no meio ambiente construído da cidade, procuram formas de se inserir no mercado e se apropriam dos subespaços, que melhor possam tirar proveito para montar suas atividades. Para Santos (2012a) os atores hegemônicos estão sempre em busca de adaptar-se ao meio geográfico local, recriando estratégias que garantam sua sobrevivência nos lugares. Esse movimento de recriação se dá em função do meio ambiente construído que, como elucidamos anteriormente, é de fundamental importância para atuação de milhares de trabalhadores sem vínculo empregatício que habitam nas cidades.

Segundo Xavier e Castillo (2011) os circuitos se diferenciam pelo conjunto de atividades que compõem população associada, mercado de consumo e diferenças entre tecnologia e organização.

Os serviços e o comércio modernos e a indústria urbana moderna são considerados atividades *puras*, por serem específicas da cidade e do circuito superior. Já a indústria e o comércio de exportação são considerados *impuros*, pois, embora estejam instalados nas cidades para se beneficiar de suas vantagens locacionais, o essencial de seus interesses é manipulado de outro lugar (SANTOS, 1979, p. 32 apud XAVIER & CASTILLO, 2011, p. 7).

O circuito superior marginal tem proximidade com o circuito superior, nesse intuito poderíamos denominar segundo Edison Bicudo Jr (2006) de um subcircuito do circuito superior haja vista, apresentam comunicações entre si. De acordo o autor (2006, p 14), há entre ambos uma “[...] *coexistência de duas racionalidades espaciais: a racionalidade*

instrumental, típica dos agentes hegemônicos, e a racionalidade comunicacional, típica dos agentes marginais”.

O circuito superior marginal estabelece nexos de racionalidade e complementaridade entre o circuito superior e inferior da economia, o mesmo não pode ser reduzido ao tamanho do empreendimento, ou seja, não se pode caracterizar apenas do circuito superior marginal empresas de médio e pequeno porte, pois, Edison Bicudo Jr (2006), considera que este circuito pode ter grandes fábricas e/ou indústria em operação, empregar grande contingente de mão-de-obra e mesmo assim fazer parte deste subsetor da economia. O *“circuito superior marginal é constituído de formas de produção menos modernas do ponto de vista tecnológico e organizacional”* (SANTOS, 2008, p. 103).

De acordo com Xavier e Castillo (2010) a implantação de infraestruturas, as novas topologias e sistemas organizacionais das empresas, bem como, as normas técnicas e institucionais constituem novas especializações produtivas nos lugares e regiões. Nesse âmbito, de aprofundamento da divisão territorial do trabalho os fluxos são ampliados e há uma especialização produtiva dos lugares na circulação e distribuição de bens. Dentro desse contexto, Xavier e Castillo (2010, p. 39) asseveram que, *“o setor atacadista distribuidor estabelece um elo entre a produção e o pequeno varejo, interferindo no arranjo logístico do território brasileiro diante do imperativo da competitividade”.*

As empresas atacadistas e distribuidoras constituem um dos agentes do circuito superior marginal, e tem o papel de intermediador entre o comércio a varejo e as pequenas e médias empresas do circuito inferior da economia urbana. A relação do circuito inferior com o circuito superior marginal constituem as novas estratégias que, redefinem as lógicas do uso do território por estes agentes da economia.

2.4 - A racionalidade do circuito inferior da economia urbana

A teoria dos circuitos pressupõe entender as complementaridades e antagonismos existentes entre os dois circuitos da economia urbana. Não há dualidade entre os circuitos, como mostra Milton Santos (2008 [1979]). O circuito superior e inferior permite captar as feições da cidade estabelecendo nexos de racionalidade entre as suas dinâmicas e o meio ambiente construído.

Francisco de Oliveira (2003) em seu ensaio sobre *Crítica à razão dualista: o ornitorrinco* rechaça que, em países como o Brasil, o crescimento da economia estaria relacionado a uma simbiose e teríamos uma economia moderna e uma economia não moderna. Essa teoria de concepção entre o processo de economia moderna e não moderna, dá origem a discussão entre os economistas, em denominar a economia dos países subdesenvolvidos de dualista na qual o setor moderno não conseguiria se contrapor ao não moderno, este seria um entrave ao processo de desenvolvimento do outro.

Em suas perspectivas, Santos (2008[1979]) e Oliveira (2003) marcam um rompimento com uma visão dualista, que opõe economia formal e economia informal. A oposição entre setores modernos e atrasados seria apenas formal, uma vez que, o processo real mostraria uma simbiose e uma organicidade, uma unidade de contrários onde o moderno se alimentaria da existência do atrasado.

Desta maneira, não há dualidade na economia dos países subdesenvolvidos, pois, a teoria da economia urbana de Milton Santos (2008[1979]), nos países subdesenvolvidos, considera o estudo da cidade em sua totalidade. A teoria do dualismo econômico, em suas análises propõe o estudo da economia como um bloco maciço, a partir de um único dado, a riqueza. Ao considerar a cidade como uma totalidade pode captar os distintos usos que cada um dos circuitos realiza seus antagonismos e complementaridades.

Destarte, compreende-se que é necessário ir além, para entender o funcionamento da economia dos países subdesenvolvidos como o Brasil, um país com grandes desigualdades sociais que se inscrevem no território, onde podemos reconhecer espaços com distintos graus de modernização. Essa fragmentação cria subespaços díspares no território, com dinâmicas econômicas, sociais, culturais que se entrelaçam. A dinâmica dos circuitos da economia urbana considera que cada subespaço comporta-se de maneira particular de acordo, com sua cultura, seu cotidiano e sua organização.

Santos (2009a) assevera que a modernização cria por si estruturas que se impõem as que já existem nas cidades e assim, provocam modificações/transições dentro de sua economia política. A modernização cria formas integradas de organização econômica que, neste caso está presente na economia dos dois circuitos. Santos (2009a, p. 47), afirma que “*não há dualidade nisso, os dois circuitos têm a mesma origem, o mesmo conjunto de causas*

e são interligados. Não obstante sua interdependência aparente, o circuito inferior é de fato dependente do superior.”

É necessário ressaltar, que enquanto a dualidade estuda a economia da cidade de maneira fragmentada e parcial, ampliando o processo de exclusão das feições que a compõe, a teoria dos circuitos faz a análise do sistema econômico de forma articulada, pensada pela política das empresas e pela política das técnicas.

Santos (2008) enfatiza que o erro entre muitos “dualistas”, é estudar a sociedade econômica de modo muito parcial, com ênfase na produção como principal objeto de suas preocupações e análises. Assim, acabam elaborando fórmulas e soluções fora de um contexto social, desconsiderando a composição e a organização do espaço atual e acirrando o processo de fragmentação entre os subespaços de uma mesma cidade.

[...] o problema de uma sociedade econômica não pode ser estudado de modo fragmentário. Ao lado dos aspectos da produção, é indispensável considerar e analisar os da distribuição e do consumo, assim como os do emprego, quer dizer, trata-se do sistema por inteiro (SANTOS, 2008, p. 55).

O circuito inferior é a economia daqueles que no anseio em consumir e gerar renda encontra no meio ambiente construído, possibilidades para criação de suas atividades denominada por Mónica Arroyo (2012) de economia dos pequenos ou dos agentes invisíveis do território. Nesse circuito o processo de acumulação é praticamente nulo, o dinheiro tem função de honrar os compromissos e as necessidades existenciais dessa população.

Essa economia dos pequenos como intitula Arroyo (2012) é desconsiderada nos estudos das abordagens dualistas, como se a cidade fosse apenas dotada de riqueza. Silvana Silva (2012a) assevera que, em muitos trabalhos o circuito superior e inferior é tratado como sinônimo de economia formal e informal¹⁰, sendo formal o circuito superior e informal o circuito inferior. Tal afirmativa não convém um debate coeso, pois, ambos os circuitos apresentam funções mistas e há uma racionalidade lógica na permanência do circuito inferior

¹⁰A questão que se coloca sobre o formal e informal é que, em grande medida, essa dualidade não explica um processo mais profundo sobre o funcionamento da vida nos territórios periféricos, mais precisamente da vida urbana. A formação de nossas cidades está pautada na dependência de tecnologia. pela pobreza gerada por essa dependência e pelos processos de modernização, que acirram a pobreza no período atual. Logo, compreender a existência do comércio popular e das mais diferentes atividades que surgem na cidade para a sobrevivência exige que se pense além da regulação do Estado. Inclusive, as incessantes tentativas do Estado em combater os “informais” evidencia o significado do Estado, para que ele serve e a quem ele serve (Silvana Cristina da Silva, 2012a).

que começa desde o processo produtivo até a distribuição; uma racionalidade que, decerto, gera inúmeros postos de trabalho nas cidades.

Em dados de órgãos como SEBRAE esse circuito inferior, tratado como economia informal, não respeitaria a legislação trabalhista quanto o formal (circuito superior/ moderno como denomina os economistas). No debate entre setor formal e informal, o primeiro aparece associado à noção de legalidade, enquanto que ao segundo estariam englobadas as atividades ilegais. Aqui, parte-se da ideia que o termo formal e informal não se faz presente nos circuitos da economia e que ambos são dotados de racionalidade, operando com lógicas próprias.

O circuito inferior não é sinônimo de atividade informal, pois o que caracteriza as atividades do circuito inferior são o modo de organização, o uso intensivo de trabalho ao invés de capital intensivo e o grau de utilização da tecnologia. Em função de tais características a atividade pode não ter os devidos registros nos órgãos oficiais e efetuar os pagamentos de impostos. No entanto, existem atividades do circuito inferior plenamente formalizadas, bem como grandes empresas se utilizam de estratégias como sonegação de impostos, não registram seus funcionários, praticam a terceirização de forma ilegal. Há empresas do ramo do vestuário que se beneficiam da subcontratação de oficinas que usam o trabalho imigrante e precário, formando monopólios. Assim, não poderíamos falar de informalidade e ilegalidade, uma vez que os grandes agentes se beneficiam da *indocumentação* e não pagamento de impostos ao subcontratarem oficinas (SILVA, 2012a, p. 79).

Na visão da teoria dualista, no setor formal haveria um respeito às normatizações, a legislação trabalhista, ambiental, pagamento de impostos, enquanto que o setor informal é visto como ilegal sonegador de impostos, que não respeita as leis trabalhistas e ambientais. Uma breve análise sobre o respeito à legislação trabalhista mostra, que o setor formal é recheado de ações irregulares e ilegais. O site da revista Galileu¹¹, demonstra alguns casos envolvendo grandes marcas registradas em 2011, em inspeção conduzida pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) que encontrou imigrantes bolivianos e peruanos expostos a condições análogas à escravidão, trabalhando em uma oficina de roupas que produzia peças para a Zara na cidade de São Paulo.

Essa visão parcial da economia entende o formal como uma atividade de maior importância que o informal. No entanto, os dois circuitos participam do processo de

¹¹<https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/06/escravos-da-moda-os-bastidores-nada-bonitos-da-industria-fashion.html> acesso em 01 de setembro de 2018 às 15hrs 00min.

acumulação do capital, exploração da força de trabalho, trabalho ilegal (sem carteira assinada, de acordo com as leis trabalhistas) e terceirização (o circuito superior terceiriza), no contrato de empresas do circuito inferior da economia. A irregularidade não é uma exclusividade do circuito inferior, como a maior parte dos analistas econômicos propaga.

Rechaçamos as ideias que partem do pressuposto que o circuito inferior é irracional e ineficiente. O circuito inferior é dotado de racionalidade, pois, toda a atividade econômica possui uma lógica para o seu funcionamento como tratado por Milton Santos, Francisco de Oliveira, Marcos Xavier, entre outros, passível de verificação desde o início do processo produtivo até a distribuição, mesmo que seja distinta daquela do circuito superior da economia urbana.

Silvana Silva (2012a), por sua vez, assevera que na interpretação das atividades urbanas, Milton Santos contribui deveras para a insistência na ideia de que o circuito inferior não é irracional e nem ineficiente, pois, encontramos uma racionalidade nessa forma de produzir e distribuir.

Racionalidade essa que é capaz de gerar trabalho para muitos e com pouco capital. O circuito inferior, onde há fabricação, comércio e serviços não-modernos, não pode ser reduzido, como se faz atualmente, a uma questão tributária, ou seja, simplesmente classificá-las de acordo com a obediência às normas do Estado (SILVA, 2012b, p. 3).

A expansão do ramo de vestuário é um dos exemplos de como há uma inter-relação entre os setores econômicos, com base nos lugares de comercialização e consumo, e sua relação com os centros de produção, demonstrando a dinâmica do mercado no setor confecções. Dinâmica segmentada, articulada que revela como a teoria dos circuitos da economia urbana é funcional para entender a análise de atividades relacionadas ao ramo de vestuário, sua expansão, popularização e a combinação dos diferentes vetores de modernizações do setor nas pequenas cidades brasileiras.

A teoria dos circuitos da economia urbana pressupõe a explicação das etapas do circuito espacial produtivo e o uso do território brasileiro, pelas diversas empresas que compõem o setor têxtil e de confecções. Assim, o circuito superior e inferior permite captar as feições da cidade estabelecendo nexos de racionalidade entre as suas dinâmicas e o meio ambiente construído.

Os agentes do circuito inferior se apropriam bem mais dos interstícios das cidades para sua perpetuação. São atividades, definidas de acordo com Santos (2008) ao citar Lavoisier em que “nada se perde, nada se cria, tudo se transforma”. E assim, geram renda e trabalho para grandes parcelas das populações pobres. É também, gerador de riquezas nos lugares onde está inserido. Pois, produz impostos, com alugueis de imóveis, maquinetas de cartão de crédito, sacolas personalizadas, IPTU, água, luz, telefone, internet, propagandas etc., tudo isso corrobora para a dinâmica econômica da cidade.

A alta pulverização das atividades do circuito inferior denota como este circuito de acordo com Santos (2008) é auto-inflacionário. Sua dinâmica não permite altos graus de acumulação de capitais. São poucos que conseguem acumular pequenas somas de capitais, que se destinam a ampliar os negócios. De acordo, com Montenegro (2013) a população vem encontrando oportunidades de trabalho e de geração de renda no circuito inferior, onde a mobilização de um baixo grau de capital permite a criação de postos de trabalho. A dilatação da capacidade auto-inflacionária do circuito inferior é um dos indicadores da sua expansão. Essa multiplicação das atividades dinamiza a economia da cidade, pois, os pobres consomem em pequenas somas diariamente, isto é, alimentam o comércio.

O circuito inferior constitui-se como um campo de refúgio, para aqueles que buscam formas de sobrevivência. E assim, encontram bem rápido uma ocupação multiplicando o número de atividades e de empregos que movimentam a vida das populações com rendas mínimas nas cidades, por seu consumo a preços de baixo custo e acessíveis a diversas camadas da população.

CAPÍTULO 3 - CARACTERÍSTICAS DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO DA INDÚSTRIA DE VESTUÁRIO

3.1 - As etapas produtivas do ramo de vestuário e os círculos de cooperação no território

O processo de globalização da sociedade condiciona, de acordo com Santos (1994) “a mundialização do espaço geográfico”. É sob a égide das variáveis do atual período que buscar-se-á compreender a dinâmica do circuito espacial de produção e dos círculos de cooperação, para entender o funcionamento do território, que segundo Santos e Silveira (2012, p. 143) é “definido pela circulação de bens e produtos e, por isso, oferecem uma visão dinâmica, apontando a maneira como os fluxos perpassam o território.”

Os circuitos espaciais produtivos são formados por empresas de diversos tamanhos, incluídas no circuito superior, superior marginal e inferior da economia urbana, enfatizados anteriormente, e que estão presentes em diferentes frações do território. Portanto, o estudo dos circuitos da economia urbana e do circuito espacial de produção permite entender a totalidade e a atuação das empresas, que participam das etapas produtivas.

As etapas produção, distribuição, comercialização e consumo segundo Silvana Silva (2017), são responsáveis pela repartição dos fixos e condicionam os fluxos. O essencial dos fluxos é visto a partir dos círculos de cooperação, que não são necessariamente materiais. Segundo Santos e Silveira (2012, p. 144), são os “capitais, informações, mensagens, ordens.” No setor de confecções do ramo de vestuário os círculos de cooperação são mais bem vistos, através, das redes de telecomunicações (propagandas áudio visual, outdoors, redes sociais), além, de sites para compras no atacado e varejo; enfatizando como circulação da informação é fundamental para o funcionamento do circuito espacial produtivo, pois, permite a interação entre os lugares. Outro elemento de cooperação é a atuação das finanças, a inserção de créditos para compras de mercadorias (cartão de crédito), empréstimos bancários, acordos e nexos estabelecidos entre as varejistas e instituições financeiras.

Tudo enaltecido com o advento das novas tecnologias e a inovação do mercado da moda, que condicionam esse processo de reestruturação, das etapas do circuito espacial produtivo e dos círculos de cooperação, seja na produção ou no consumo final. Empresas de diferentes tamanhos participam das etapas das etapas produtivas.

Bezerra (2014) argumenta que há uma flexibilidade na organização da produção, e a existência de empresas com escalas de produção e níveis de atualização tecnológica diferentes. Esta diferenciação se concretiza na realização fragmentada de cada atuação no

segmento, na qual a tecnologia básica dos processos produtivos está incorporada aos equipamentos. A evolução tecnológica, ocorrida no processo produtivo da indústria têxtil, emana dos avanços ocorridos na produção das matérias-primas, especialmente no desenvolvimento de novas fibras sintéticas, bem como, nas máquinas e equipamentos utilizados em todo o processo, o que caracteriza o setor de confecções como incorporador de tecnologia desenvolvida em outros setores.

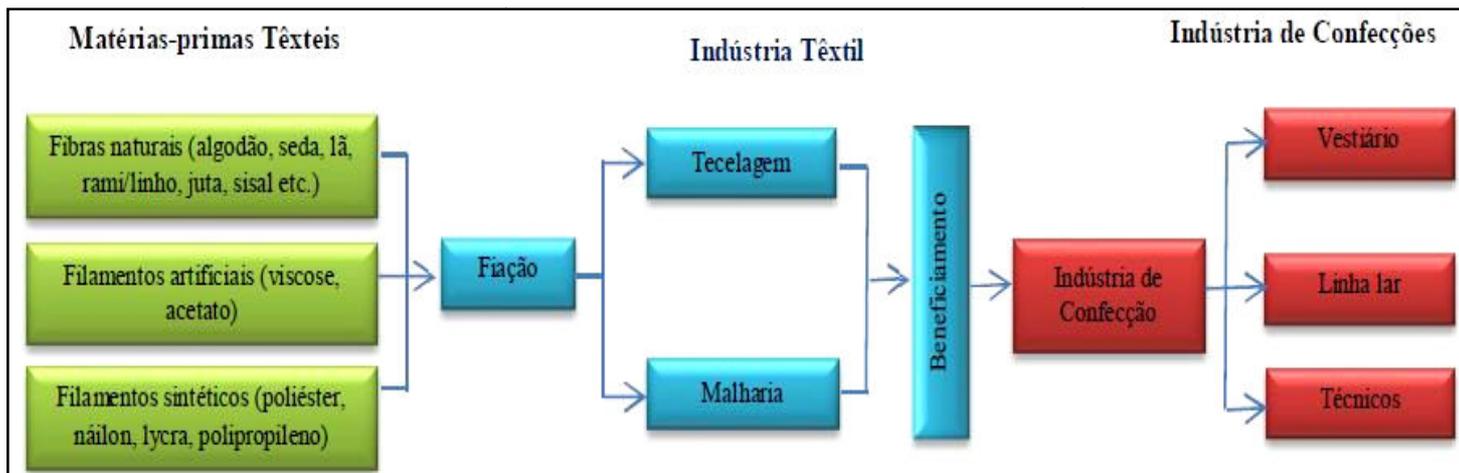
[...] uma característica marcante do setor têxtil é o alto grau de verticalização presente, especialmente nos elos de fiação + tecelagem, fiação + malharia e malharia + confecção, existindo também um pequeno número de empresas que possuem todos os elos da cadeia integrados verticalmente. Como exemplo de grandes empresas verticalizadas que atuam na região Nordeste pode se citar a Vicunha e a Coteminas (BEZERRA, 2014, p. 2:3).

A estrutura produtiva do setor têxtil/confecções, passa pela matéria-prima (fibras têxteis) que será transformada em fios (tecelagem e malharia) na fábrica de fiação onde os fios são transformados em tecidos, recebem produtos químicos e são tingidos. A etapa final desse processo é a confecção na indústria de acabamento e por fim, segue ao consumidor final na forma de vestuário, artigos de cama mesa e banho, embalagens, filtros de algodão etc.

De acordo como Relatório do Banco do Nordeste (2017) cada uma dessas etapas destacadas, possui características próprias, existindo assim, uma descontinuidade entre elas. O resultado final de cada etapa constitui o insumo principal da seguinte e os elos subdividem em operações conexas independentes entre si. A independência das fases decorre do fato de que cada etapa elabora um produto intermediário, em condições pré-determinadas pelo sistema de produção.

A Imagem 6 abaixo, parte da cadeia produtiva do setor têxtil e de confecções, em seus diversos segmentos, é uma cadeia autônoma, mas, sua análise só é possível, através, da integração entre as suas etapas. Cada indústria participa de um momento de atuação até o processo final (beneficiamento), segue para o comércio e por fim para o consumo.

Imagem 6 - Fluxo produtivo da cadeia Setor Têxtil e de Confecções.



Fonte: BEZERRA (2014, p. 02).

A cadeia produtiva da indústria têxtil, confecções e de vestuário possui, características que vão desde a matéria-prima, com as fibras, os filamentos artificiais e sintéticos, passando para a indústria têxtil e em seguida a indústria de confecções, cada uma desta etapa corresponde a um produto final que segue para a comercialização, como demonstrada no esquema acima, possibilitando que se tenha uma visão do funcionamento das etapas de produção.

No entanto, entende-se que essa visão é parcial, pois, é preciso desvendar o circuito espacial produtivo nas etapas (produção, distribuição, comercialização (troca) e consumo) e sua imbricação com os circuitos - superior marginal e inferior da economia urbana. A análise do circuito espacial produtivo do setor têxtil/confecções engloba os círculos de cooperação (sistemas de informação e as sinergias locais que alimentam as atividades). Portanto, o que nos interessa aqui é desvendar a sinergia do circuito superior marginal e inferior da economia urbana das empresas do ramo varejista de vestuário, pois, hoje esses circuitos apresentam uma nova topologia com participação nas etapas da indústria de confecções e de vestuário.

A indústria do vestuário inserida no setor de confecções está subdividida entre as seguintes etapas produtivas: **Produção** - primeira etapa do circuito espacial produtivo, e segundo Silvana Silva (2017) subdivide-se na idealização, preparação (corte e modelagem), montagem (costura) e acabamento. Para a autora, essa “segmentação corresponde à divisão técnica do trabalho, que se aprofundou no período da globalização” (SILVA, 2017, p. 164). Esta etapa corresponde à atuação de *designers* na escolha do tecido, criação do modelo, as cores e o público que pretende atingir.

Há todo um processo de pesquisa de mercado, criação e investimentos científicos em novos produtos químicos, que possam dar um efeito de toque e acabamento as peças. Nesta subetapa atuam as oficinas de costura. No Polo de Confeccões de Pernambuco, as empresas envolvidas na confecção do vestuário, enviam para empresas menores ou para casa de famílias envolvidas no ramo as peças montadas para a costura (pregar botões, mangas, cava, colarinho, bolso, canga, bainha, remendo, macho etc).

A família Silva ilustra bem como as coisas funcionam por lá. Jane, uma das três filhas, é dona de uma facção num pequeno galpão no município de Taquaritinga. Semanalmente, [...], ela recebe 2 mil peças de um empresário que comercializa os produtos acabados numa das mais de 10 mil operações do Moda Center Santa Cruz do Capibaribe, a poucos quilômetros dali. O tecido chega à casa dos Silva apenas cortado no formato da peça (geralmente camisas). A mãe fica responsável por colocar a abertura. Uma das irmãs, a gola. E a outra, unir a frente às costas. Daí a peça, que rende R\$ 1,20, segue para ser acabada na facção. No Moda Center, é vendida a R\$ 10 (adulto) e R\$ 7,90 (infantil). O pai já foi costureiro também, mas recentemente abriu uma pequena oficina no terraço de casa. “Se recebêssemos um pouco mais, seria melhor. Mas hoje temos que dançar conforme a música, dizem” (Entrevista concedida ao <http://jconline.ne10.uol.com.br>).

O segundo processo, a **distribuição** é o produto pronto, confeccionado, para seguir ao mercado. Esta etapa corresponde a rotas de distribuição que se dá “[...] em função do agente de comando de cada situação dentro do circuito espacial de produção” (SILVA, 2017, p. 169). Nesse processo participam, por exemplo, as empresas do Polo de Confeccões de Pernambuco, em que as mercadorias produzidas no Polo destinam-se, ao comércio local, escoada nas lojas e nas feiras de Caruaru-PE, Toritama-PE e Santa Cruz do Capibaribe-PE. Assim, “a proximidade entre a produção e o comércio condiciona o fluxo direto da oficina. O transporte é realizado por pequenos carros de propriedade dos donos das oficinas, ou pelos lojistas ou mesmo por pequenos transportadores subcontratados” (SILVA, 2017, p. 170).

A terceira etapa é o **comércio (comercialização)**, realizado por lojas de diversos tamanhos. Sejam as lojas franqueadas das grandes varejistas (circuito superior), ou lojas do circuito superior marginal e inferior, como as feiras e lojinhas do Polo de Confeccões de Pernambuco e da cidade de União dos Palmares-AL.

Carvalho e Serra (1998) afirmam que o comércio de confecções no Brasil é efetuado pelo (i) comércio atacadista, (ii) pelas grandes redes de varejo (incluindo as lojas de departamento e as lojas especializadas), (iii) pelo pequeno comércio de varejo (inclui as pequenas redes e as lojas independentes) e (iv) pelas cooperativas e instituições governamentais, entre

outras indústrias que compõem a complexa divisão social e territorial do trabalho e da distribuição deste tipo de produção. Dentre os canais de comercialização as grandes redes especializadas se destacam (25%), juntamente com as pequenas redes (21%), seguidas pelo atacado (16%) e pelas lojas de departamento (14%) (SILVA, 2017, p. 171).

No Polo de Confecções de Pernambuco, o comércio de vestuário é uma das referências na região nordeste e no país. Com a produção subdividida entre suas principais cidades Caruaru, Toritama e Santa Cruz o Polo, têm uma produção diversificada, com estabelecimentos comerciais que atuam em: moda feminina, masculina, moda praia, enxoval, bolsas e acessórios, cama, mesa e banho e na área de *jeans* como é o caso de Toritama. Nas cidades, os estabelecimentos atuam no atacado e varejo com preços que variam, de acordo, com o tecido e a marca.

A feira da cidade de Caruaru-PE conhecida como (Feira da Sulanca) acontece as segundas feiras, com início as 3hrs da madrugada e término as 13hrs, com fluxo enorme de pessoas que chegam a causar um intenso engarrafamento, é possível, encontrar sacoleiras, consumidores de boutiques e pequenas lojas. A feira de Caruaru tem um perfil mais popular com peças a preços variados.

A feira de Toritama (Feira do *Jeans*), outro ponto forte de vestuário ocorre, também, as segundas feiras com início às 5hrs da manhã e término às 14hrs. O principal produto é o *jeans*. Em Toritama, há o Parque das Feiras um dos mais importantes polos comerciais de moda do agreste de pernambucano, foi inaugurado em 2001, tem nove hectares e comporta mais de 700 boxes, possui praça de alimentação e estacionamento. O parque funciona aos domingos das 8hrs as 14hrs, as segundas e terças feiras das 5hrs as 14hrs e as quartas, quintas, sextas e sábados das 8hrs as 16hrs.

Imagem 7 - Parque das Feiras Toritama-PE.



Fonte: <http://toritama-jeans.com/parque-das-feiras-toritama> acesso em 13 de setembro de 2018 às 19hrs 53min.

No Polo há, também, a feira de Santa Cruz do Capibaribe (Feira de Roupas), que funciona às segundas feiras das 7hrs as 18hrs. Santa Cruz do Capibaribe, conta com o Moda Center maior centro de compras de moda da América Latina, que atrai lojistas de todo país, em busca de confecções de qualidade e com preços acessíveis.

União dos Palmares é um importante centro consumidor dos produtos adquiridos no Polo de Confecções de Pernambuco, concretizando a última etapa do circuito produtivo - o **consumo**. Possuindo uma população consumidora heterogênea, pois, “a origem do vestuário da população consumidora é híbrida, havendo predominância em alguma fonte, como as lojas varejistas especializadas ou as ‘lojinhas’ [...] para determinados extratos da população” (SILVA, 2017, p. 172:173). Neste sentido, em União dos Palmares consomem tanto as classes médias quanto classes de menor poder aquisitivo. Desta etapa, participam as lojas e a feira livre da cidade de União dos Palmares-AL, que compram os produtos e revendem a população local e de outras cidades vizinhas.

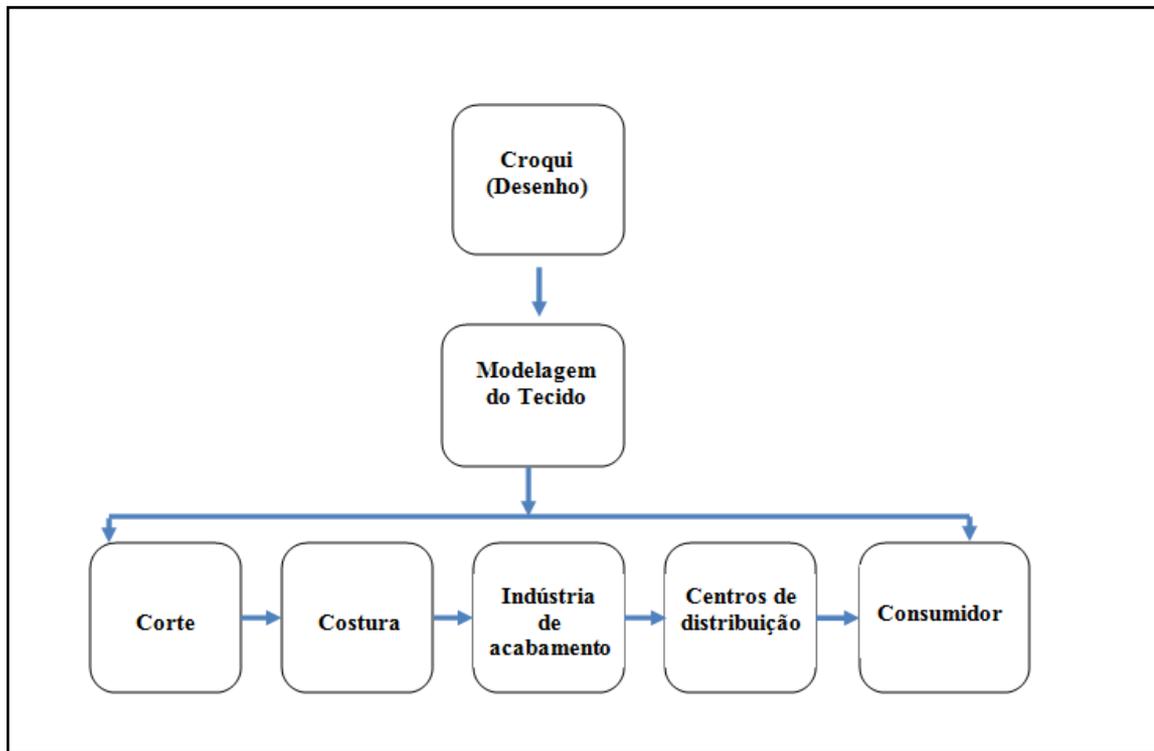
Imagem 8 e 9 - Feira livre de Vestuário em União dos Palmares-AL.



Fonte: Trabalho de Campo (2018).

Abaixo o esquema demonstra a atuação das etapas de produção na indústria do vestuário, desde a idealização ao consumo final, pois, cada etapa descrita acima engloba outras subetapas para a materialização das peças.

Quadro 2 - Esquema das etapas da produção do vestuário



Elaboração: Cristiane da Silva (2018).

As etapas descritas demonstram as articulações entre os circuitos da economia urbana e o circuito de produção do vestuário. O ramo de vestuário tem aumentado expressivamente, como uma das atividades mais recorrentes nos setores da economia, assim, alimentar-se e vestir são necessidades básicas fundamentais na vida do indivíduo. A dialética entre circuito espacial de produção do vestuário, círculos de cooperação e o diálogo com os circuitos da economia (superior marginal e inferior), permite apreender a materialização da produção no espaço geográfico por diversos agentes sociais, o uso do território e o poder de atuação econômica de cada agente no espaço.

3.2 - Círculos de Cooperação: os nexos estabelecidos entre as finanças e a indústria de vestuário

A informação é a variável-chave do período atual, para realização e expansão dos círculos de cooperação. As técnicas da informação são elementos fundamentais no uso do território e na ampliação do consumo. De maneira que, “as novas bases técnicas e as novas bases econômicas criam as condições materiais e políticas de uma ampliação do contexto que

interessa primordialmente às atividades mais importantes” (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p. 294).

O circuito superior tem plenas condições de atuação no território, por dispor dos principais objetos técnicos e informacionais. M. Cavalcante Santos (2017, p. 47) elucida que “esse circuito, portanto, tem plenas condições de controle e acesso à informação, técnica buscada por diversos setores sociais e econômicos”. Como enfatizado, anteriormente é um circuito representado pelo comércio moderno, os bancos, a indústria de exportação, atacadistas e transportadores, serviços modernos, equipamentos de alta densidade técnica e tecnológica, pesquisas avançadas de mercado e relações com as instituições bancárias. Todas essas características estão presentes na indústria de vestuário.

As instituições bancárias apresentam forte aproximação com as grandes varejistas de vestuário, com acordos e serviços financeiros, impulsionando o processo de financeirização do território e da sociedade.

Montenegro e Contel (2017) afirmam que, a financeirização é um dos componentes mais dinâmicos do capitalismo na contemporaneidade, com expressiva circulação global da riqueza, que rege a vida de relações da sociedade, a organização dos territórios nacionais e a vida cotidiana das populações urbanas. Esse processo se dá em função do aumento do número de instituições bancárias, nas várias frações do território nacional. A financeirização [...] “consiste numa manifestação do processo de expansão da atividade bancária nos lugares e, por conseguinte, da oferta de produtos financeiros” (MEDEIROS, 2013, p. 66).

O processo de financeirização do território brasileiro (SANTOS; SILVEIRA, 2012), ou ainda, hipercapilaridade do crédito bancário (CONTEL, 2009), condiciona a existência de novos conteúdos no território. Como a instalação de novos fixos bancários, consultorias financeiras, promotores de vendas, etc. O essencial das finanças é condicionado pela informação instantânea dos fluxos financeiros (transações) em tempo real.

Na indústria do vestuário, algumas marcas possuem de acordo com M. Cavalcante Santos (2017) suas próprias financeiras, como é o caso da C&A, Riachuelo, Marisa, Renner entre outras. Além disso, se utilizam de técnicas bancárias modernas para financiar seus produtos.

Outro elemento da indústria é a comercialização dos produtos em lojas físicas e virtuais. As compras são realizadas no boleto bancário ou parceladas via cartão de crédito. Algumas lojas possuem seu próprio cartão de crédito e as compras realizadas ganham

descontos, isto é, uma forma de fidelizar e impulsionar o cliente a aderir o produto. Há toda uma psicosfera construída para definir as necessidades do indivíduo.

Lojas da rede Marisa, Renner, C&A ofertam este tipo de serviço. As empresas emitem cartões de crédito das bandeiras Visa e Mastercard e algumas possuem casa de câmbio Western Union¹², encontradas em lojas da Riachuelo.

O produto financeiro ofertado se consolida entre os consumidores. As lojas Renner, por exemplo, utilizam o cartão de crédito como instrumento para fidelizar e atrair um maior número de clientes. Dados da revista Valor Econômico¹³ (2018) demonstram, que a Renner maior varejista em receita, com 6,3% na área de cartões em 2017, aumentou a produtividade em 30%. No primeiro trimestre o resultado com produtos financeiros chegaram a R\$ 120,8 milhões, as vendas com cartões representaram 4,9% da receita da companhia e o total de cartões emitidos somavam 29,2 milhões. A C&A, segunda maior no setor com 5,1% de participação investe em cartões, porém, atualmente a companhia não divulga dados sobre o desempenho da área de serviços financeiros. A Riachuelo, terceira maior varejista de moda, no primeiro trimestre suas vendas avançaram 11,7% para 44,2% das vendas totais das varejistas. A base de cartões chegou a 29,8 milhões de unidades. Já a Marisa, quarta maior varejista de moda no primeiro trimestre, as vendas com cartão recuaram com 9,4%, para R\$ 84,6 milhões. No total as vendas com cartão da loja responderam por 36,8%.

As bandeiras, também chamadas proprietárias do sistema referem-se às empresas que detêm os direitos da marca e definem as regras e os padrões para o uso de sua marca e consequente entrada em seu sistema, dentre as principais bandeiras atuantes no Brasil estão Visa, Mastercard e American Express, elo também bastante concentrado da cadeia. Sobre a atuação de novos atores neste segmento, destaca-se o lançamento em 2011, da Bandeira Elo, 100% nacional (Rodrigues, 2011), cujas transações serão processadas pela rede de POS da Cielo e que terá composição acionária de 50,01% do Bradesco e 49,99% do Banco do Brasil; (SALTORATO; DONADONE, 2012, p. 6).

Os dados apontam que esse aparato de emissão de cartões de crédito por varejista de moda, favorece as empresas com a circulação de clientes, haja vista, que o pagamento das

¹²Western Union ou WU é uma empresa multinacional que oferece serviços financeiros e de comunicação. Tem a sua sede nos Estados Unidos, em Greenwood Village, Colorado, e a sede de Marketing Internacional e Serviços Financeiros em Montvale, Nova Jérsei. Atualmente a Riachuelo oferta o serviço de Western Union.

¹³ <https://www.valor.com.br/empresas/5647883/redes-elevam-ganhos-com-digitalizacao> acesso em 9 de dezembro de 2018 às 22hrs00min.

faturas de algumas é realizado nas próprias lojas e os consumidores que vão efetuar pagamento quase sempre realizam novas compras.

Todo esse aparato utilizado é possível, graças aos acordos financeiros ou associações entre as varejistas e as instituições bancárias, que induzem o processo de verticalização do varejo de confecções e o formato organizacional das empresas, com a fusão dos capitais e uma maior densidade de atuação do capital financeiro e estrangeiro na regulação das varejistas.

Quadro 3 - Formatos Organizacionais adotados por Varejistas* e as Instituições Financeiras Parceiras

Formato Organizacional	Empresa Varejista	Financeira
In-House (verticalizado)	Riachuelo	M.dway (Grupo Guararapes)
	Pernambucanas	Prefisa (Grupo Arthur Lundgren)
<i>Misto</i> (verticalizado para <i>Private Label</i>¹⁴ e terceirizado para <i>Co-branded</i>¹⁵)	Lojas Renner	Realize (Renner) Banco Indusval&Partners (Fundo WarburgPincus/JP Morgan/Sertranding)
	Lojas Marisa	Sax (Marisa) ItauCard (Itaú-Unibanco)
<i>Joint-Venture</i> ¹⁶	Hering	Losango (HSBC)
	C&A, Leader	Bradescard e Ibi (Bradesco)

Fonte: Saltorato; et al (2016)

Adaptado: Cristiane da Silva (2018)

*Foram citadas apenas algumas das principais varejistas de vestuário.

De acordo com, M. Cavalcante Santos (2017) essas associações entre as varejistas e as instituições bancárias não é recente. Na década de 1960 e 1970, empresas como a C&A já trabalhavam com vendas, através, de cartões de crédito chamado de *private label*, até então utilizado nos Estados Unidos e na Europa. O Brasil começa a adotar este método e só perde nas vendas para os Estados Unidos.

¹⁴ É um tipo de terceirização da produção em que uma empresa contrata outra para o desenvolvimento de um serviço ou produto com o seu nome. No Brasil é conhecido como marca própria.

¹⁵ São cartões de crédito similares aos cartões Private label, só que com a vantagem do cliente poder comprar em qualquer estabelecimento credenciado a bandeira do cartão e não somente na rede varejista em que o cartão foi emitido.

¹⁶ É um acordo entre duas ou mais empresas que estabelecem alianças estratégicas por um objetivo comercial comum, com tempo determinado. As companhias concordam em unir seus recursos para o desenvolvimento do negócio conjunto e dividem os lucros ou prejuízos.

É comum ir às compras no shopping, nas lojas C&A, Marisa, Renner e ser abordado por promotores de vendas, ofertando a adesão do cartão de crédito. Há uma ampliação do crédito, através, dessas lojas de departamentos de confecções e vestuário com a crescente atuação do papel do sistema financeiro em novas formas de organização do consumo. Nas Imagens 9, 10 e 11 cartão das lojas Marisa, C&A e Riachuelo.

Imagem 10 - Cartão de Crédito Marisa



Fonte: <https://www.marisa.com.br>(2018).

Imagem 11 - Cartão de Crédito C&A



Fonte: <https://www.c&a.com.br>(2018).

Imagem 12- Cartão de Crédito Riachuelo



Fonte: <https://www.riachuelo.com.br>(2018).

As lojas incluídas no circuito superior da economia urbana possuem atuação maior, na oferta de produtos financeiros aos consumidores. Para Milton Santos (2008) o circuito superior assume uma importância nos dias atuais, devido à origem de seus elementos que são comandados do centro do sistema mundial.

Muitas marcas, como C&A¹⁷, Americanas, Riachuelo, têm suas próprias financeiras. Usam técnicas bancárias modernas para o financiamento de seus produtos, notadamente a confecção. O comércio é feito em diversos tipos de condições, tanto em lojas físicas como pela Internet. Além das condições bancárias modernas, essas marcas confeccionistas usam serviços de empréstimos e outras formas de serviço antes encontradas apenas em agências bancárias (CALVACANTE SANTOS, 2017, p. 47).

As instituições bancárias são o elo, traço de união (SANTOS, 2008) entre as atividades das grandes redes varejistas de vestuário, pois, *“cobre o conjunto das atividades do circuito superior, que controla direta ou indiretamente em seu próprio nome ou como representante de instituições de crédito mais poderosas, sediadas no país ou no exterior”* (SANTOS, 2008, p.106).

Já as empresas incluídas no circuito inferior da economia urbana, graças às novas técnicas da informação e sua crescente dinâmica na economia de cidades e regiões, passam a incorporar elementos das finanças. A desburocratização do crédito institucional teve um importante papel para atuação das empresas do circuito inferior. Os produtos passam a ser vendidos parcelados via cartão de crédito, a inserção de maquinetas de crédito e débito “facilita” a comercialização, entre aqueles que não podem pagar as suas compras à vista e com dinheiro em espécie.

Em União dos Palmares-AL, lojas do ramo de vestuário e as bancas que atuam na feira livre ofertam serviços de venda, através, do cartão de crédito, para ampliar o consumo das mercadorias e atender aqueles que não dispõem do dinheiro a vista para compra.

¹⁷A marca C&A tem como braço financeiro o IBI, que no ano de 2009 foi comprado pelo Bradesco no valor de 1,4 bilhões em ações (Reuters, 2009). O Grupo Guararapes, Riachuelo, tem como financeira a Midway. A Riachuelo tem no mercado cerca de 8,8 milhões de cartões e a C&A tem 11,9 milhões, liderando a venda de cartões para o segmento de classes C e D (Exame, 2012) apud (SANTOS, 2017, p. 47).

Imagem 13 - Feira livre de Vestuário em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de Campo (2018).

Os empréstimos bancários figuram outra característica importante, do processo de financeirização do circuito inferior nos dias atuais. O crédito bancário, no circuito inferior tem o papel de manter o funcionamento das atividades, honrar compromisso junto a alguns credores, compra de materiais para comercialização, e mesmo o consumo. Já no circuito superior o crédito tem a função de acumular de capitais.

(...) a diversificação da produção e do consumo, estendido também à distribuição e comercialização, correspondem diferentes tipos de pagamento, financiamento e crédito. Trata-se de um dinheiro que, ao circular, realiza a unificação das múltiplas manifestações de uma economia urbana segmentada, desigual. Dinheiro que cumpre suas funções básicas como medida de valor, meio de circulação e meio de pagamento, mas que para o circuito inferior raramente serve como meio de entesouramento ou reserva de valor. Como produtores e consumidores, os pobres recorrem ao crédito, muito mais na segunda condição do que na primeira. A possibilidade de se endividar transforma-se em estratégia para realizar ou ampliar o consumo. Em grande parte, isso está relacionado ao fato de as atividades do circuito inferior serem intensivas em trabalho, sendo os custos fixos baixos ou inexistentes (ARROYO, 2012, p. 3).

Linhas de crédito em instituições bancárias como: Banco do Nordeste do Brasil (BNB), Caixa Econômica Federal (CEF), Bradesco e Banco do Brasil (BB). Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2016 aponta as principais, dificuldades de acesso ao algum tipo

de financiamento bancário para os pequenos empreendedores. Os Dados mostram, que dos entrevistados pelo órgão na pesquisa 22% apontam a falta de garantias reais para conseguir o crédito e 20%, relatam a falta de conseguir um avalista e fiador.

Diante disso, o SEBRAE com o intuito de garantir o acesso aos pequenos negócios a financiamentos bancários, presta serviços de garantia de crédito, por intermédio de instituições financeiras conveniadas. O SEBRAE se torna o principal avalista dos pequenos negócios, com Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (FAMPE)¹⁸ e as Sociedades de Garantia de Crédito (SGC)¹⁹. Esse contraponto impulsiona, através, destes “benefícios” as propostas de formalização para empresas com intuito de garantir melhorias e ampliação do negócio e acesso ao crédito.

Todo esse processo de desburocratizar o crédito para os pequenos negócios constitui-se, uma forma de alcançar novos extratos da população e assim, expandir o elo entre o sistema financeiro e a sociedade. Porém, junto com a desburocratização das linhas de crédito, surgem novos problemas, como o endividamento. As populações têm laços cada vez mais estreitos com o sistema financeiro e raramente escapa. A necessidade de consumo enaltece os nexos entre o circuito inferior e as finanças. O consumo torna-se um ciclo constante e necessário.

Destarte, Santos (2014a) enfatiza que “o consumo é a grande perversão do nosso tempo” e a moda erigida em suas mais diversas faces como condição de necessidade humana, cultuada pelo mercado, aparece como uma forma de aceitação social que define as características do consumo da sociedade atual.

O consumo em sua materialidade está presente nos subespaços da cidade, cada agente usa-o em função das possibilidades existentes. Os melhores espaços estão compostos por agentes, que tem melhores condições de renda, enquanto os demais subespaços são utilizados por agentes que buscam, através, das lacunas e solidariedades entre o meio ambiente construído, alternativas de renda por meio do comércio e dos serviços que movimentam a economia local. As empresas que atuam no Polo de Confecções de Pernambuco têm alcance

¹⁸ O Fundo de Aval da Micro e Pequena Empresa (Fampe) fundo de aval voltado para os pequenos empreendimentos no país. Instituído em julho de 1995 pelo Sebrae, viabiliza a concessão de garantias complementares nos créditos junto às instituições financeiras credenciadas. O FAMPE possui a característica de complementar as garantias oferecidas pelas empresas, em operações contratadas com micro e pequenas empresas de acordo com os limites de faturamento definidos pela Lei Complementar 123/2006 e suas alterações. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>.

¹⁹ As Sociedades de Garantias de Crédito (SGC) têm de caráter privado, e complementa às garantias exigidas (aval ou fiança) nas operações de crédito junto ao sistema financeiro. A função da sociedade não é conceder financiamentos, mas aproximar as empresas associadas dos agentes financeiros. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>.

regional expressivo para a economia do estado e as empresas presentes na cidade de União dos Palmares-AL, possuem uma dinâmica primordial, já que, a cidade se configura no importante centro urbano na oferta de bens e serviços as populações locais.

3.3 - A Pujança do setor Têxtil e Confecções: o Polo de Confecções de Pernambuco

Conforme mostra o relatório do Banco do Nordeste (2017), a indústria têxtil mundial tem evoluído constantemente, inclusive suas trocas internacionais. O comércio mundial de fibras têxteis – naturais e químicas (sintéticas/ artificiais) – cresceu 27,7% entre 2006 e 2015 últimos, dados disponíveis com média de crescimento de 2,76% ao ano, passando de US\$ 256,0 para US\$ 327,0 bilhões.

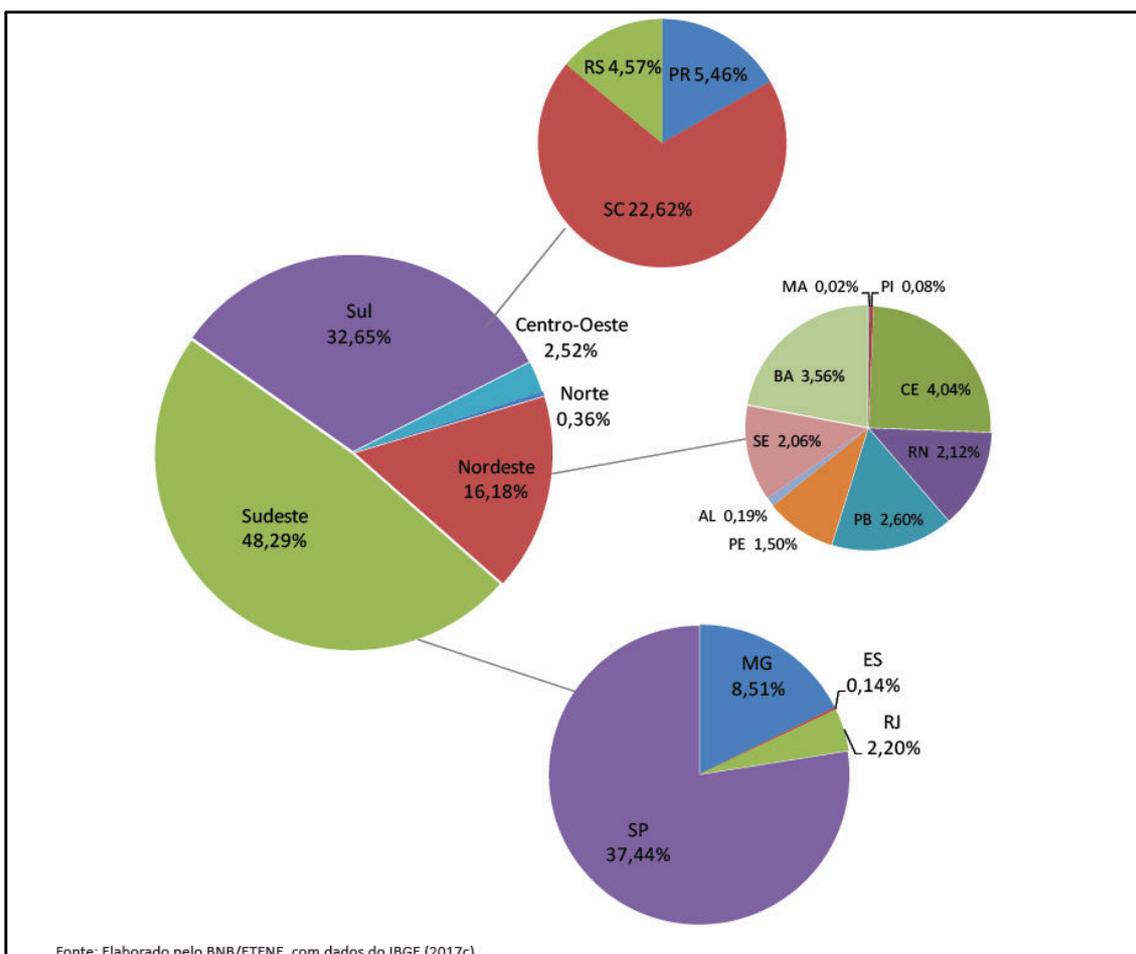
Em relatório da Lafis (LAFIS, 2013), citado pelo Banco do Nordeste (2017), na lista dos maiores países produtores de têxteis e confecções, a Ásia se destaca, concentrando cerca de 70% da produção mundial. A China sozinha possui 54% da produção mundial de têxteis e 49,7% de confecções, de acordo, com dados de 2013. Em segundo lugar na lista vem à Índia, com 7,1% e 7,9%. O Brasil aparece na quinta posição dos maiores produtores de têxteis, e em quarto na produção de confecções, com 2,7% e 2,5% respectivamente.

O Brasil está entre os cinco maiores produtores (dados de 2013) é representativo no consumo de têxteis e confecções, mas, a sua inserção no comércio global é muito reduzida. As importações brasileiras figuraram, em 2015, como a 25ª maior no ranking, totalizando US\$ 5,5 bilhões. Já nas exportações, o desempenho é ainda menor, obtendo somente a 40ª posição no ranking de maiores exportadores. De modo geral, a participação do Brasil no comércio mundial de têxteis e confecções equivale cerca de 0,3%, do total comercializado entre os países. Sua diminuta participação no comércio internacional de produtos da indústria têxtil faz com que o país, não tenha condições de influenciar preços no mercado mundial.

O Relatório do Banco do Nordeste (2017) aponta que em relação ao mercado brasileiro, o Valor da Transformação Industrial (VTI) da indústria têxtil correspondeu a R\$ 16,3 bilhões correntes de 2015, representou 1,5% do VTI e 3,6% do pessoal ocupado da Indústria de Transformação do País, de acordo com o IBGE (2017) e MTE (2017). No Nordeste, ela é mais expressiva, representando 2,3% do VTII e 4,6% dos empregos da Indústria de Transformação regional.

Dentre as unidades da federação, São Paulo (37,4%) e Santa Catarina (22,6%) são os principais produtores. No Nordeste, os estados mais representativos na indústria têxtil são: Ceará (4,0%), Bahia (3,6%), Paraíba (2,6%) e Rio Grande do Norte (2,1%).

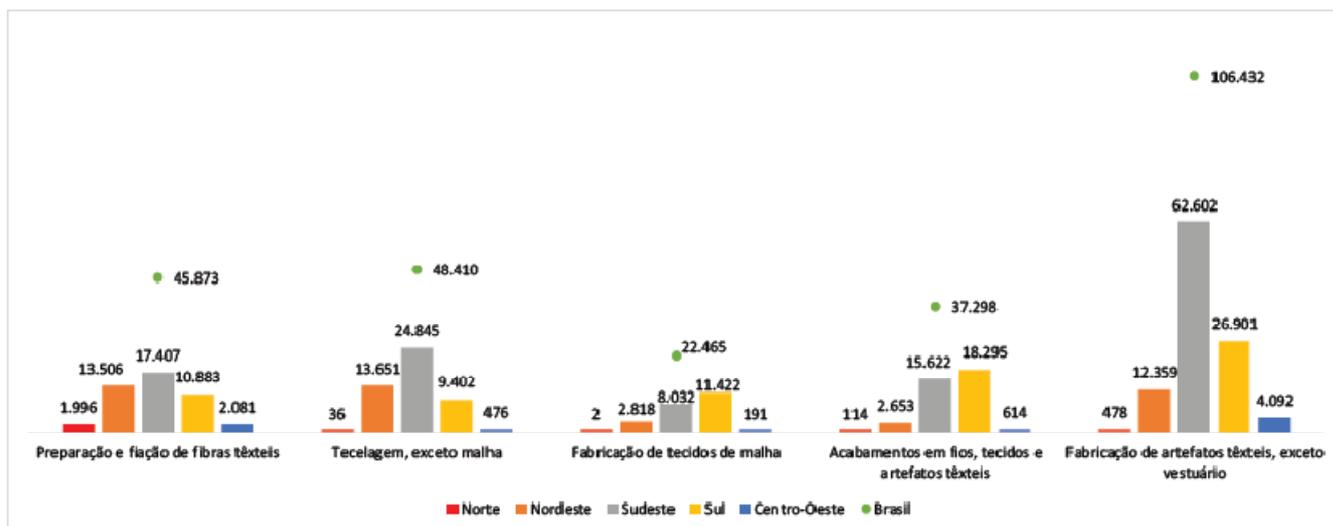
Imagem 14 - Participação das Regiões e Estados no Valor Bruto da Produção da Indústria Têxtil do Brasil 2015 (%).



Fonte: Relatório do Banco do Nordeste (2017, p. 4).

Em relação à mão de obra formal empregada na indústria têxtil, o Brasil totalizava 260.478 trabalhadores. A região Sudeste concentrava 128.508 (49,3%) e o Sul 76.903 (29,5%) corroborando a assertiva, de que essa atividade concentra-se nessas duas regiões em 2015. O Nordeste participa com 17,3%, ou seja, 44.987 dos empregos formais do setor têxtil (Relatório do Banco do Nordeste: 2017).

Imagem 15 - Empregos Formais na Indústria Têxtil por Grupo – Brasil e Regiões – 2015.

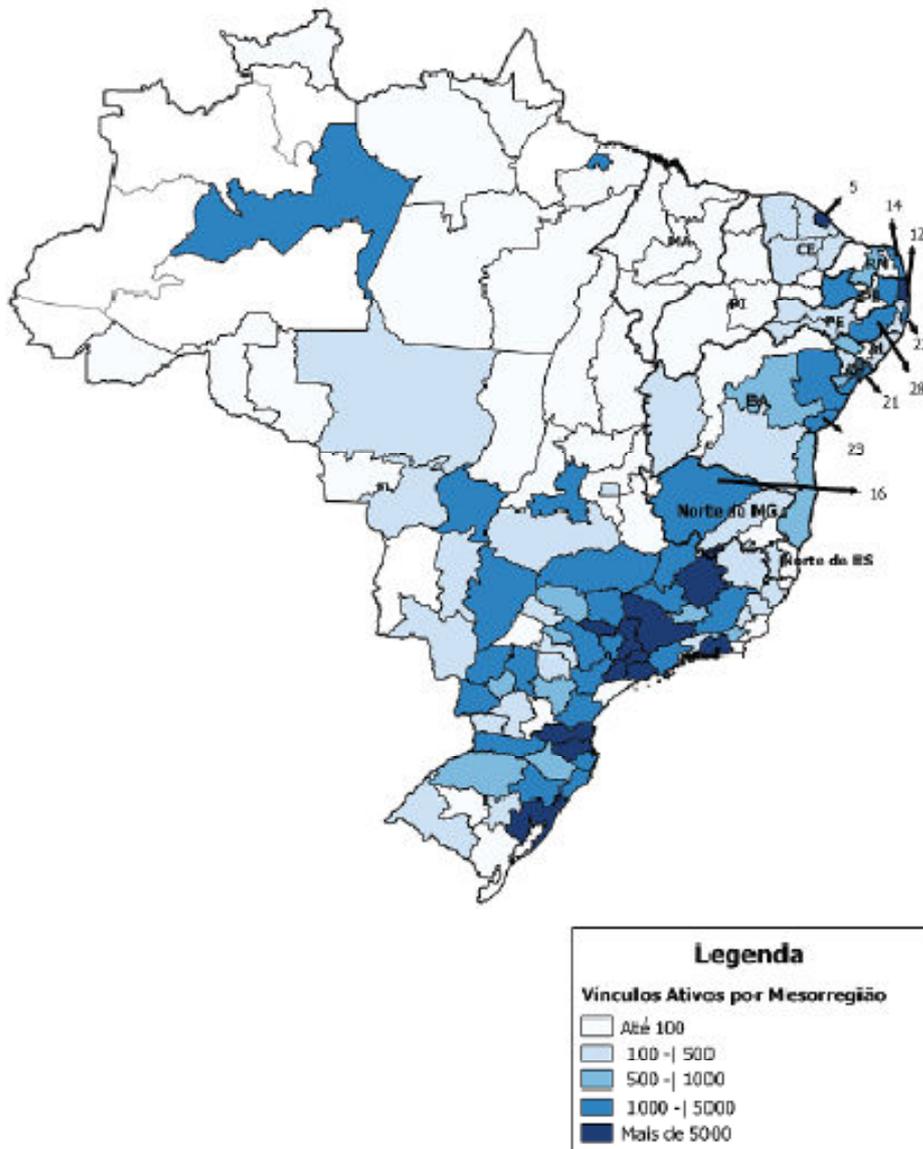


Fonte: Elaborado pelo BNB/ETENE, com dados do MTE (2017).

Fonte: Relatório do Banco do Nordeste (2017, p. 5).

Segundo o Relatório do Banco do Nordeste (2017), a presença do Nordeste (imagem 15) é proporcionalmente mais forte no segmento de preparação e fiação de fibras têxteis, com 30% dos empregos formais têxteis da Região nessa atividade, de Tecelagem, exceto Malha (30%) e Fabricação de artefatos têxteis, exceto vestuário (27,5%). A localização espacial do emprego na indústria têxtil pode ser observada na imagem.

Imagem 16 - Mapa do Emprego da Indústria Têxtil do Brasil por Mesorregião em 2015.



Fonte: Elaborado pelo BNB/ETENE, com dados do MTE (2017) .

Fonte: Relatório do Banco do Nordeste (2017, p. 6).

Como já enfatizado, a maior parte da produção da indústria têxtil brasileira é destinada para o consumo doméstico, mas, mesmo assim o país se configura como grande importador no segmento de confecções particularmente de vestuário, oriundos de países do continente asiático como a China que lidera no ranking da produção e exportação de têxteis e de vestuário. Dados do IEMI - Instituto de Estudos e Marketing Industrial²⁰ (2012) elucidam que,

²⁰<http://gotexshow.com.br/mercado/> acesso em 03 de março de 2018 às 20:00hrs.

o continente asiático concentra os principais produtores têxteis do mundo e é responsável pela produção de quase 70% de têxteis e de mais de 65% de produtos de vestuário consumidos mundialmente.

Os produtos asiáticos chegam com preços mais acessíveis aos produtos nacionais, com valor das peças de baixo custo aos produzidos no Brasil, isso permite a diminuição da produção local (no caso do Polo de Confecções do Agreste, que tem uma produção relevante, mas compra vestuário importado). A abertura das fronteiras aos produtos estrangeiros acirra uma concorrência desleal, frente aos produtos locais. Fagundes presidente da marca de lingerie 2 Rios, menciona que: *“por submeterem seus trabalhadores a condições degradantes, algumas empresas de países como China, Camboja, Bangladesh, Indonésia e Vietnã conseguem oferecer produtos até 50% mais baratos do que similares fabricados no Brasil”* (Entrevista concedida ao Jornal O Povo, 2017), proporcionando quebra de algumas empresas locais e/ou a diminuição de sua produção tanto para o consumo interno, quanto para exportação.

A atuação de produtos estrangeiros no mercado nacional demonstra como os circuitos espaciais de produção do ramo de vestuário ultrapassam, os limites de suas fronteiras e se caracterizam em circuitos de acumulação para responder a lógica dos mercados. Milton Santos (2012b) ao elucidar o papel do espaço geográfico como um conjunto indissociável de sistema de objetos e sistema de ações, explica como o período atual é equipado para atender aos fluxos do mercado. Xavier e Castillo (2010) definem esta dinâmica territorial brasileira calcada em serviços infra-estruturais, normativa e operacionais, a serviços da organização dos fluxos e da racionalidade da circulação, o que garante a fluidez aos circuitos espaciais produtivos e aos agentes e lugares que deles fazem parte.

As atividades ligadas a setor de confecções no ramo vestuário têm representatividade na ampliação da escala dos circuitos espaciais produtivos, e aumento da produção. Os circuitos ultrapassam os limites intra e interurbanos de seu processo de produção, distribuição, comercialização e consumo. Como é o caso da relação estabelecida entre o Polo de Confecções de Pernambuco e da cidade de União dos Palmares-AL, que caracterizam a atuação interurbana entre os circuitos da economia urbana.

O Polo é via de abastecimento para o comércio do circuito inferior da economia urbana do ramo de varejista de vestuário na cidade de União dos Palmares, por apresentar

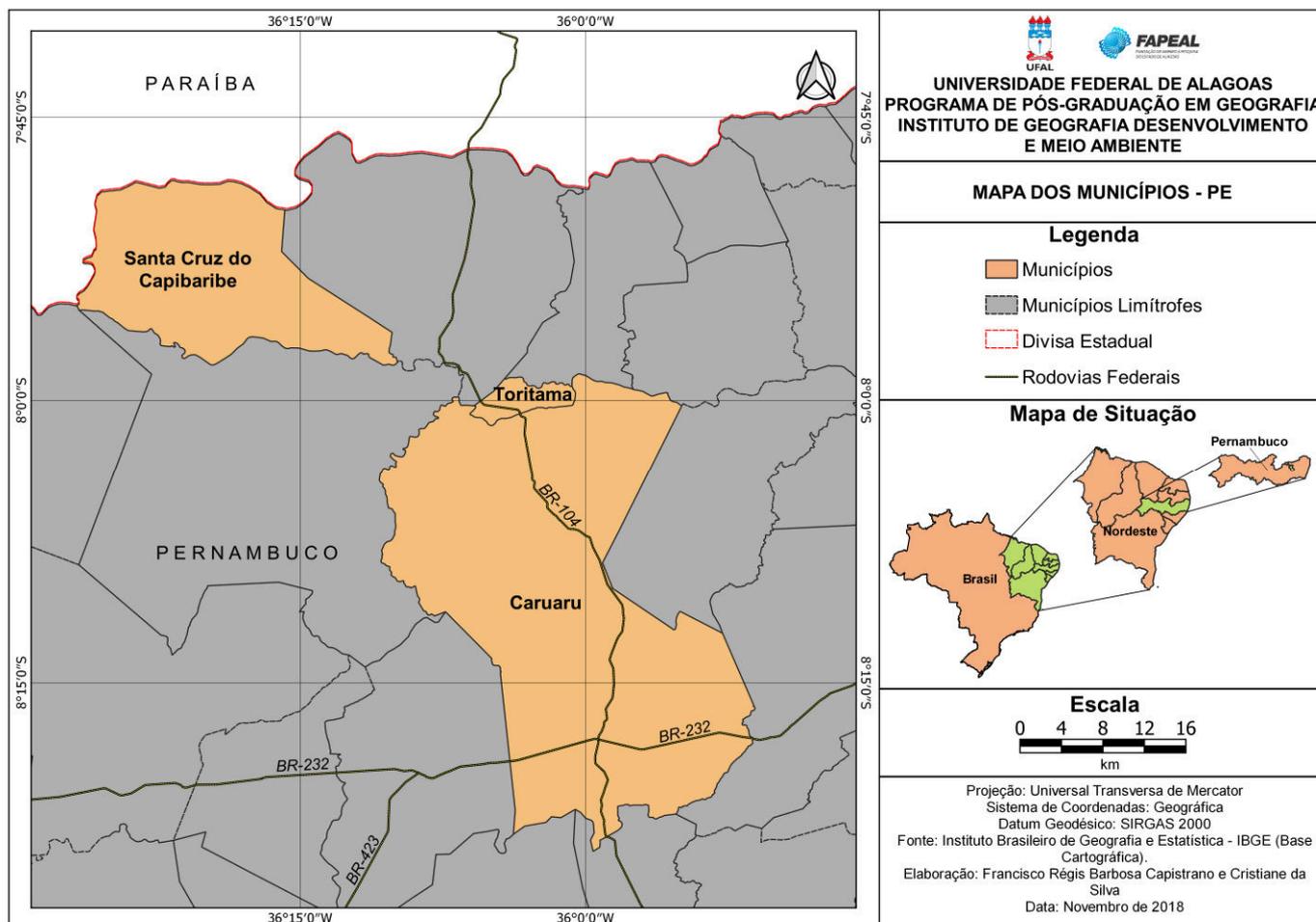
uma diversidade de preços que favorecem desde as lojas mais populares, as lojas de vitrines que têm peças com preços mais elevados.

A importância do Polo de Confecções de Pernambuco é evidenciada no papel que as atividades do circuito inferior exercem, na dinâmica da economia. As empresas atuam em escala interurbana, intraurbana e regional, sua área de influência ultrapassa os limites das fronteiras do estado de Pernambuco. São empresas cuja pujança robustece a economia pernambucana, gerando inúmeros postos de trabalho.

Em 2013, o Polo registrou um aumento de oito mil novos empreendimentos ligados ao setor de confecções/vestuário. A pujança do Polo evidencia que, as atividades do circuito inferior podem não apenas dinamizar a economia como, também, é importante para a geração de trabalho.

O Polo de Confecções, segundo dados do SEBRAE (2005) apud Lima (2010), atualmente responde por 13% da produção nacional do ramo de vestuário da região nordeste com um faturamento de R\$ 1,7 milhão representando em média 3% do faturamento nacional no setor de confecções. A pujança da atuação do Polo de Confecções do Agreste Pernambucano ocorre devido à proximidade entre as principais: cidades Caruaru-PE, Toritama-PE e Santa Cruz do Capibaribe-PE, que garante um poder no funcionamento do circuito espacial de produção de vestuário no âmbito regional.

Mapa 01 - Mapa do Polo de Confeccões do Agreste Pernambucano - Municípios de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe.



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

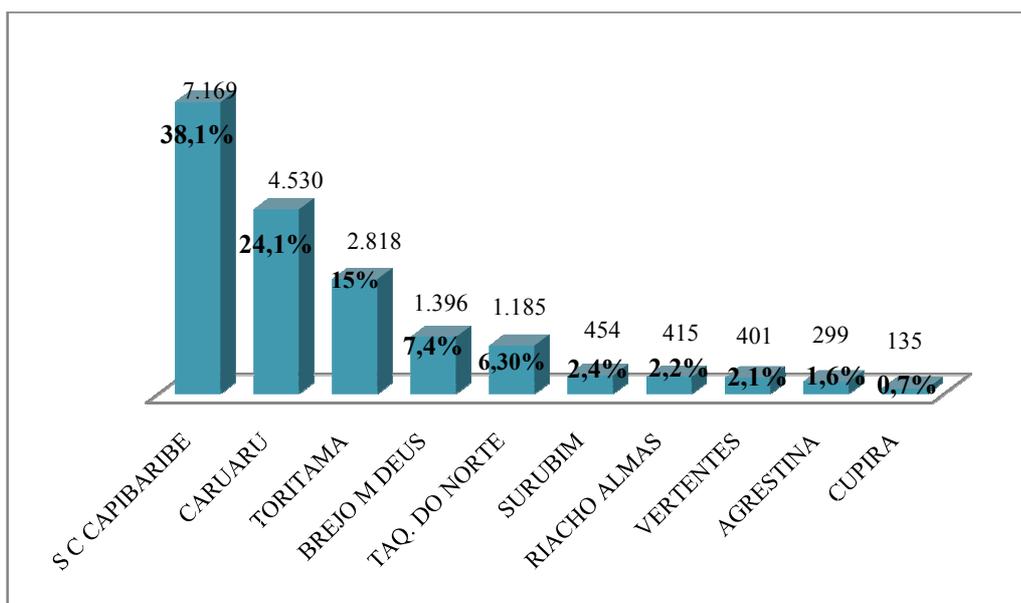
De acordo com o G1, Jornal globo (2017), o Polo de Confeccões de Pernambuco abarcava 13 cidades em 2009, nas quais se concentram mais de 18 mil empresas do setor. Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama formam o triângulo de que responde pelo maior volume de confecção e venda do agreste. Santa Cruz do Capibaribe possui o maior parque atacadista da América Latina - Moda Center Santa Cruz. Toritama é responsável por 15%, das confecções feitas com *jeans* produzidas no Brasil. Caruaru tem sua produção têxtil escoada, através, da Feira de Caruaru.

De acordo com o diretor administrativo do Sindicato da Indústria do Vestuário de Pernambuco (Sindvest), Fredi Maia (2017), em entrevista concedida ao G1 - Jornal Globo (2017), a denominação 'Polo de Confeccões' surgiu em 2002, quando foi elaborado um

projeto apresentado ao SEBRAE denominado Projeto de Desenvolvimento do Polo de Confecções do Agreste. Fredi Maia (2017), afirma que apesar, de ser forte neste segmento o Polo só deslanchou após, um financiamento concedido pelo Banco do Brasil, na década de 1980 para compra de máquinas mais sofisticadas para a costura.

Das 18 mil empresas que o setor possui a maioria é de pequeno e médio porte, incluídas no circuito inferior e circuito superior marginal. Nas classificações do IBGE e SEBRAE aparecem como formais e informais²¹. Segundo a FIEPE (2014) o setor emprega cerca de 107.177, pessoas. Dos municípios envolvidos se destacam com mais de 77,2%, da produção Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, que juntos formam o Polo do Agreste Pernambucano.

Gráfico 1 - Agreste de Pernambuco: Unidades têxteis por município, 2014.



Fonte: SEBRAE/PE apud FIEPE (2014).

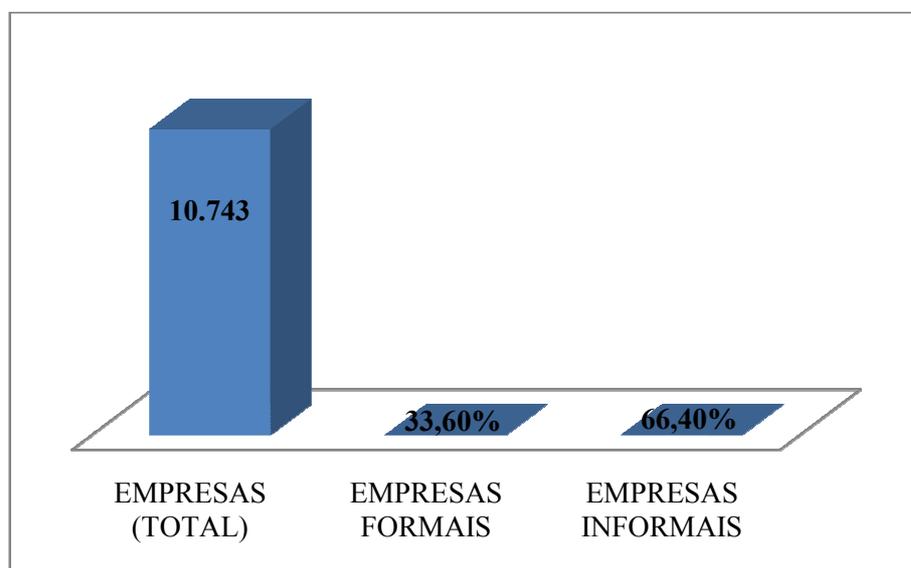
A maior parte das unidades (estabelecimentos) de confecções/vestuário do Agreste não consta no Cadastro Nacional Pessoa Jurídica (CNPJ). Dessas unidades poucas produzem modelos com *design* e criação própria, e a maioria as peças são imitativas.

²¹ Entendemos que os circuitos não são formais e informais como descrito anteriormente, pois esta visão fragmenta a economia e as análises teóricas e metodológicas dos estudos da cidade. O que temos de acordo com Milton Santos (2008) são dois circuitos da economia urbana que respondem as análises econômicas dos países subdesenvolvidos; o circuito superior e inferior da economia urbana que permitem estudar a cidade em sua totalidade.

De acordo com os dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), em 2005 entraram no Brasil 39 mil toneladas de confecções chinesas. Porém, oficialmente, foram registradas apenas 9 mil. Esse é um dado bastante desfavorável para a indústria de confecções, principalmente em se tratando do Polo de Confecções do Agreste, que segundo os dados da pesquisa de Caracterização Econômica realizada pela FADE, o polo ainda está longe de produzir um conceito de moda que agregue *design* e identidade de marca ao produto, uma vez que aproximadamente 47% das empresas informais de Caruaru fazem cópias. Em Santa Cruz do Capibaribe esse percentual é ainda mais alto, correspondendo a 63,6%, seguido por Toritama utilizam estilista no processo criativo; Caruaru, 5,2% e Santa Cruz do Capibaribe, 1,1% da empresas informais (LIMA, 2010, p. 4).

De tal modo, esses dados evidenciam a importância do circuito inferior para a dinâmica das cidades brasileiras, bem como para a economia e, sobretudo, para a população que busca nesse tipo de trabalho uma forma de sustento as suas famílias. As empresas voltadas a este setor da economia buscam empregar mão de obra sem exigência em qualificação profissional. O gráfico abaixo exemplifica a quantidade de empresas que não constam o CNPJ, considerado pelo SEBRAE como atividades “informais”.

Gráfico 2 - Agreste de Pernambuco: Unidades têxteis formais e informais de acordo com o SEBRAE, 2014.



Fonte: SEBRAE/PE In: FIEPE (2014)

As empresas, de acordo com dados do SEBRAE, são informais, mas, como entendemos que na economia urbana dos países subdesenvolvidos não existe o termo formal e

informal consideramos que as atividades na sua maioria, fazem parte do circuito superior marginal e inferior da economia urbana.

Na década de 70, o circuito inferior apresentava características distintas em relação ao circuito superior, sua expressão era uma base técnica, tecnológica, de capital e crédito praticamente nulos, além, dos preços baixos e acessíveis a população com renda inferior ao salário mínimo. Nas décadas posteriores, a própria mudança, do meio geográfico, com a difusão do meio técnico científica e informacional, o conteúdo do circuito inferior apresenta transformações e permanências, daí a colocação de Márcio Cataia e Silvana Silva (2013) apresentada em um de seus trabalhos “*Considerações sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana na atualidade*”, discutindo como no contexto da globalização o circuito inferior não se define pelo tamanho de seus estabelecimentos, pois, o mesmo pode manter relações integradas com o circuito superior marginal e o circuito superior.

Os circuitos da economia urbana distinguem-se principalmente pelas diferenças no uso dos capitais, da tecnologia e da organização das atividades e hoje importa considerar (i) o aprofundamento da interdependência dos lugares, (ii) as diferenças e desigualdades regionais, (iii) o uso de novas tecnologias pelo circuito inferior, (iv) a expansão do crédito e do consumo entre os pobres e, por fim, (v) a avaliação dos ramos de atividades, ou seja, a avaliação dos circuitos espaciais de produção por ramo de atividade(CATAIA & SILVA, 2013, p.64).

As bases técnicas e informacionais, presentes no circuito superior criam alicerces e teias que se aprofundam e estreitam relações com os demais circuitos. Na indústria têxtil, as empresas do Polo de Confecções de Pernambuco mesmo, em uma escala tímida comparada às grandes marcas multinacionais, as empresas que englobam o Polo têm grande parte de sua produção consumida internamente nas feiras, principal via de escoamento, por onde circulam centenas de pessoas em busca de produtos com qualidade e preços acessíveis. Já o circuito inferior incorpora essas inovações tecnológicas quando já estão banalizadas pelo seu uso na sociedade. É o caso dos computadores, *smarthones*, as maquinetas de cartão de crédito que se tornam acessíveis para aqueles que estão inseridos no circuito inferior.

Assim, enfatizamos que, como a capacidade de atuação das empresas no território não são as mesmas, uma empresa de marca nacional, fundada no Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco, não tem a mesma força de competitividade que uma empresa como a Hering, C&A, Zara, H&M e outras marcas multinacionais.

As empresas do Polo de Confecções de Pernambuco oferecem produtos com preços acessíveis no mercado e de boa qualidade, mas, seu capital não se assemelha as grandes redes de varejo, que ganharam os mercados implementando, redes de franquia, estabelecendo acordos financeiros e inovando em novas formas de propaganda.

Essas empresas, segundo Xavier (2017), são hegemônicas, usam o território como um recurso, selecionando as frações do território que melhor sirvam aos seus interesses, e usando não raro sua força política para pressionar, o poder público a investir naquelas parcelas que interessam ao desenvolvimento de suas atividades. Já as empresas que estabelecem uma relação com o local de origem, são hegemônicas têm o território como um abrigo (as localizadas no Polo de Confecções do agreste Pernambucano) e uma intrínseca atuação com o meio geográfico local, onde desenvolvem estratégias de sobrevivência no mercado.

Por ser tradicionalmente usado tanto como abrigo como recurso, o território cria um dilema básico para seu povo. Ele pode tentar desenvolver os recursos como um sistema autocontido, tendo em mente o uso como abrigo. Pode também adotar uma atitude completamente diferente de usar o território para desenvolver os recursos próprios dos lugares, numa grande rede de relações diversas, com uma mentalidade expansionista (GOTTMANN, 2012, p. 532).

É importante ressaltar novamente, que na atividade de produção de confecções/vestuário há empresas do circuito superior marginal e do circuito inferior, que são dependentes do território. Essa é uma peculiaridade desse tipo de produção, aproximando o circuito superior marginal ao circuito inferior que usam o território em função de suas possibilidades de atuação nos espaços da cidade.

Milton Santos (2005) elucida que, o mundo deve ser compreendido por um conjunto de possibilidades, em que o é território abrigo de todos os homens de todas as instituições e de todas as organizações, resgatando a noção de “espaço banal” proposto pelo economista François Perroux. Porém, chama a atenção para a necessidade de hoje refinarmos o conceito de território de modo a distinguir aquele território, abrigo de todos, daquele de interesse das empresas. O primeiro é o território normado e o segundo como território como recurso, território como norma ou território das empresas. O primeiro é o território nacional e o segundo é o espaço internacional, de interesse das empresas.

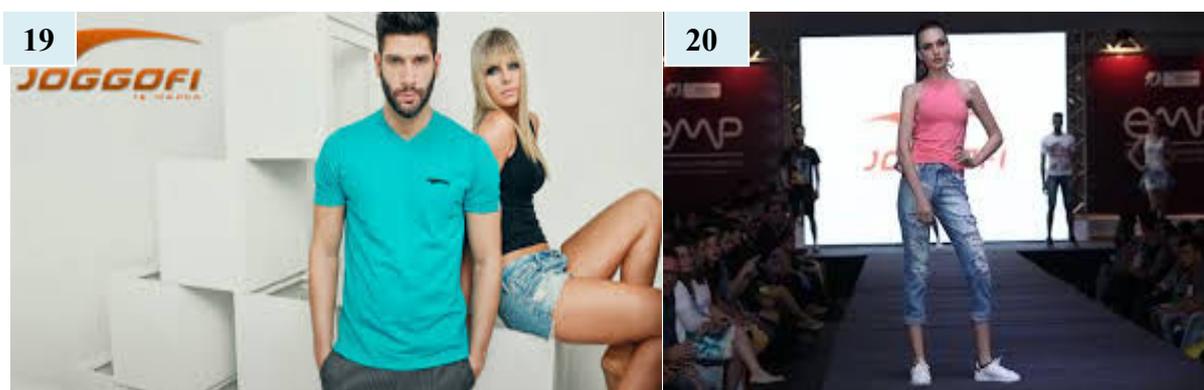
É diante, da intensidade do uso do território, que ressaltamos como as empresas de confecções e do ramo de vestuário do Polo de Confecções do Agreste Pernambucano são significativas para a economia do estado de Pernambuco e outros estados da região nordeste. As cidades de Caruaru-PE, Toritama-PE e Santa Cruz do Capibaribe-PE, correspondem por 75% da produção do Polo. Algumas delas produzem sua própria marca, conforme enfatizado, como é o caso de Cavaleiro Camisaria - especializada em camisas masculinas com uma loja em Caruaru e outra em Santa Cruz do Capibaribe, empregando 270 pessoas e uma produção de 60 mil peças por mês, comercializada para a região sul e sudeste do país. Outra empresa é a Joggofi, que emprega 60 funcionários e contrata 70 terceirizados, produzindo cerca de 100 mil peças por mês distribuídas para todo o país.

Imagem 17 e 18 - Marca Cavaleiro Camisaria - fundada em 15/08/2008.



Fonte: Disponível em: <https://www.google.com.br/search?acessoem 23 de maio de 2018>.

Imagem 19 e 20- Marca Joggofi - fundada em 27/07/2001.



Fonte: Disponível em: <https://www.google.com.br/search?acessoem 23 de maio de 2018>.

A região do agreste pernambucano conta com marcas que anualmente realizam o Estilo Moda Pernambuco – EMP, desfile na cidade Santa Cruz do Capibaribe promovida pela Moda Center. Entre as marcas que participam do evento destacamos: Joggofi, Ab&C, Toda Bella, Zuzinha Kids, Indivíduo, Cat Pink, Rótulo do Corpo, Pepéu, Spertos e Glamis, Rota do Mar, Acqualara, Dela Francie, Sport Company, Camboriú, Del Hira, Rio Ondas.

Outras marcas que atuam no Polo de Confeccões no atacado e varejo são: Reallyn, Geovanna Modas, Onda Blue - Surf& Street, Endliss (moda feminina), Slovan, Leirbag, Beca sapeka (moda infantil), Marikota, Diretriz Jeans, Eliabe Kids (Quality clothing), Fenomeno Jeans, Start Look moda feminina, TokVip, Pat Jur, Lança Banana, John-Paul clothing, UST Jeans Prime, Etios Jeans, Znart's Jeans Wear, Chacal, Zum vest Kids, Green Red, LUNA-Lavínia Jeans Wear, ISKA Viva, O Rei da Liganete, Badocky polo, Liv Jeans, F&A Jeans, Laizinha Kids, Brendher, Mina Bella, Kallyke moda infantil, Bella confecções, L2M Kids, Geisandre Lingerie, RAFT Jeans, TDS polo basic, SidonClothing, Sanak, Bella Baby, Sereia do Mar, Lovely Kids premium, Bicho pegou, Dona Lica (moda feminina), Week, Delta New, Chigliss, Bog's Jeans, Planeton, Havair moda praia, HR, Luckids, Brinck E Bord Baby, Zaambiank, Elite Fitness, O Por do Sol, Brado, Landosti, Muleka Bakana, Zangadinhos, Torvic, Tigre Dourado, Sol do Caribe, Cheia de Luxo, Johnnie, Vistamy Jeans, Camboa moda fitness, Kriusgod clothing, BellaMard (o atacado da moderna), Gata Selvagem (jeans wear), Medson clothing, John cunningham, Denim3, M. Donnie, Star Luxe, Sivelus jeans, Jeito Atual, Dromedário vestuário, Uniduni moda bebê, Olivia Palito moda feminina, Brytch Power jeans, Trama, Sport Company, Indivíduo clothing, Staccione, MaranDs, Duda Linda, Aquarelle moda infantil.

Essas empresas distribuem seus produtos para pequenas lojas do comércio pernambucano, e suas marcas estão presentes nas lojas e na feira livre da cidade de União dos Palmares-AL. São empresas territoriais, isto é, “[...] pouco ou nada flexíveis geograficamente e dependentes das condições gerais de uso da parcela de território em que se instalam” (SANTOS, 1999 apud XAVIER, 2017, p. 18). Como argumenta Marcos Xavier (2017), as empresas caracterizadas como territoriais tem origem nos lugares e regiões que atuam, sendo, em grande parte, resultantes de uma “[...] economia criada de baixo a partir dos que estão fora do movimento hegemônico ou que dele participam de forma marginal ou subalterna” (SANTOS, idem, apud XAVIER, 2017, p. 18).

As empresas territoriais, segundo Xavier (2017) compreendem uma trama de relações, cooperação e conflito que se estabelece no processo produtivo. Conforme o autor, “os

circuitos espaciais de produção e círculos de cooperação são abordados em sua operacionalidade para a análise do uso do território pelas empresas viabilizando [...] suas topologias, formas organizacionais e fluxos materiais e imateriais, permitindo identificar a lógica espacial de cada uma” (XAVIER, 2017, p. 11). São empresas mais dependentes dos subespaços em que estão inseridas, portanto, detém uma relação significativamente intrínseca com o meio ambiente construído que realizam suas atividades.

O estudo dos *circuitos espaciais de produção* (...) pode permitir perscrutar sobre as condições de sobrevivência destas empresas diante da macropolítica econômica, da convivência competitiva e complementar com as grandes firmas e sua capacidade de utilizar o território, tanto no processo produtivo direto, quanto na circulação, distribuição e consumo, segundo parâmetros menos exigentes de rentabilidade. Também sobre sua dependência e adequação aos gostos e costumes dos mercados locais e regionais e, portanto, sua capacidade de responder as demandas de consumo que não podem se realizar no *circuito superior da economia urbana* (XAVIER, 2017, p.19).

É através, das características do circuito espacial produtivo de confecções no ramo de vestuário que se compreende a dinâmica das empresas no território, seu poder de atuação interurbano e intraurbano, possibilitando apreender como as etapas do processo produtivo são segmentadas e articuladas e elucidada o estudo dos principais centros de atuação das atividades.

As empresas, citadas anteriormente produzem peças seguindo padrões de modernização e acompanhando o ritmo do mercado. São empresas que tem suas características apontadas para o circuito superior marginal, também, chamado por Edison Bicudo Jr (2006) de subcircuito do circuito superior. São marcas que visam atender a padrões e estilos de grandes multinacionais, porém, possuem expressiva regional.

O circuito superior marginal tem peculiaridades que ora se aproximam do circuito superior, ora do circuito inferior. As atividades que compõem o circuito superior marginal têm incentivos financeiros para compra de equipamentos e implantação dos estabelecimentos, linhas de crédito, publicidade intensiva, como a utilização de aparelhos tecnológicos, catálogos, produção em larga escala, preços fixos, ajuda governamental e relativa dependência do exterior, mas, ora estas empresas possuem características com o circuito inferior, estabelece relação direta com a clientela, geração de um grande volume de emprego e renda, estão interligadas aos espaços em que se encontram, estabelece relações com local e dependem das relações criadas com a clientela para sua sobrevivência. Têm uma lógica

própria organizacional no território. O meio ambiente construído tem um papel importante na atuação das atividades deste subcircuito, Edison Bicudo Jr (2006) da economia urbana.

São empresas que atingem diferentes frações do território, com diversos tamanhos e níveis de capitalização. A teoria dos circuitos da economia urbana é funcional para entender a análise de atividades relacionadas ao ramo varejista de vestuário, sua expansão, popularização e a combinação dos diferentes vetores de modernizações que as empresas empreenderam principalmente nas pequenas cidades brasileiras, em que o circuito superior marginal e inferior da economia urbana se constitui como campo de força para os pequenos agentes que participam da dinâmica da cidade.

São essas diferentes combinações entre os processos de modernização que se inserem nos lugares, e permite-nos pensar a cidade como uma totalidade, que abriga os dois circuitos urbanos que são, ao mesmo tempo, complementares e antagônicos. É a partir dessa dinâmica dos circuitos que podemos pensar hoje a formação do Polo de Confecções de Pernambuco, que abriga uma miríade de empresas tanto do circuito superior marginal como do circuito inferior da economia e seu vínculo com cidades como União dos Palmares, no interior de Alagoas, onde o comércio de vestuário é fonte de renda para diversas famílias incluídas no circuito inferior.

As empresas ligadas ao setor de confecções/vestuário do Polo de Confecções do Agreste Pernambucano estão relacionadas à economia local e regional e estabelecem relações com outras regiões do país. Também, comercializam seus produtos em *shoppings centers*. É o caso da *Moda Center Santa Cruz do Capibaribe* (Imagem 21) - um dos maiores centros atacadista de confecções do Brasil.

Inaugurado em 7 de outubro de 2006, o Moda Center de Santa Cruz do Capibaribe, no Agreste pernambucano, é o maior shopping atacadista de confecções da América Latina. Sua estrutura é composta por seis módulos que abrigam 9.624 boxes e 707 lojas, numa área coberta de 120 mil metros quadrados. Possui seis praças de alimentação, estacionamento para mais de 4 mil veículos, 18 dormitórios, posto ambulatorial, restaurantes, caixas eletrônicos de bancos, banheiros com chuveiro, terminais eletrônicos de informação. Nas altas temporadas, chega a receber 100 mil clientes oriundos de várias regiões, especialmente do Norte e Nordeste do Brasil (SEBRAE, 2013, p. 13 apud VILAR et al 2014, p. 7).

No centro de moda, Moda Center de Santa Cruz do Capibaribe, as empresas ligadas ao setor de vestuário são de pequeno porte e estão instaladas em boxes que ficam dentro de galerias.

Imagem 21 - Espaço Moda Center Santa Cruz do Capibaribe - PE - maior centro de compras da América Latina.



Fonte: <http://www.modacentersantacruz.com.br/o-parque.php> acesso em 04 de março de 2018; às 20hrs e 36 min.

Atualmente o varejo do setor de vestuário tem extrema relevância com destaque ao segmento de moda feminina, *Jeans wear*, *Street Wear* como se observa na tabela a seguir.

Tabela 1 - Agreste de Pernambuco: atuação das empresas por segmento (2014).

Moda feminina	45%
<i>Jeans wear</i>	34%
<i>Street Wear</i>	9%
Moda íntima	7%
<i>Sport wear</i>	6%
Moda praia	4%
Roupas profissionais	3%
Moda festa	3%
CM&B*	1%

Fonte: SEBRAE/PE (2013) apud Fiep (2014).

Adaptado: autor (a)

* CM&B - (Cama, Mesa e Banho)

Destes segmentos os principais estilos das empresas do polo são: feminino adulto 60,1%, masculino adulto 31,8%, feminino infantil 21%, masculino infantil 21,6%, feminino jovem 16,5%, masculino jovem 10,8%, unissex adulto 5,1%, unissex infantil 4,7% e unissex jovem 3,7% (SEBRAE-PE, 2013).

A maioria dessas empresas produz seus próprios produtos (86%), outras 24% produzem para outras empresas (SEBRAE-PE, 2013). Os dados evidenciam como a economia do Polo é importante, sobretudo, porque é no segmento do setor de confecções com ramo de vestuário, que atua a maior parcela das empresas. As evidências demonstram, que o Polo de Confecções do Pernambuco, como já mencionado, abrange as cidades de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama, é um território dominado por empresas que buscam, através, do tripé mobilidade, circulação e comunicação, diversificar seus produtos e ampliar seu mercado. Mesmo, que de forma tímida o Polo consegue alcançar extrema relevância no surgimento de novas empresas ligadas ao ramo varejista de vestuário em outros estados, a citar como exemplo a cidade de União dos Palmares localizada no Estado de Alagoas, em que o setor de comércio se constitui como um fator primordial para a dinâmica da economia do município e dos demais que possuem proximidade e dependem da oferta de bens e serviços existentes nesse principal centro urbano local.

CAPÍTULO 4 - CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA: MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM UNIÃO DOS PALMARES-AL

4.1 - Micro e pequenas empresas e o circuito inferior da economia urbana

No Brasil, segundo dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) e pelo Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em média 80% dos postos de trabalho são gerados pelas micro e pequenas empresas, que ocupam a maior parte da parcela da população, principalmente, as atividades ligadas ao setor de comércio e serviços, que crescem constantemente.

De acordo com a SEPLAG (2016) as microempresas²², empresas de pequeno porte²³ e os microempreendedores individuais²⁴ no Brasil, têm alcançado um importante espaço na composição do PIB - Produto Interno Bruto nacional, com cerca de 16,1 milhões de empresas ativas no país, em 2015, das quais 14,4 milhões eram MPE's, ou seja, 94,3% das empresas ativas no Brasil, segundo dados do Portal Empresômetro²⁵ desenvolvido pela Secretaria Especial de Micro e Pequenas Empresas (SMPE).

Dentre as principais atividades econômicas nas quais as microempresas e empresas de pequeno porte do Brasil estavam inseridas no ano de 2015, destacaram-se o Comércio (44%), Serviços (35%) e a Indústria de transformação (10%). As demais MPE's do país estavam inseridas na Construção Civil (7%) e em Outras atividades (4%) (SEPLAG, 2016, p. 9).

O número de microempreendedor tem demonstrando relevância, quanto a sua expansão nos Estados brasileiros. Com aumento do número de Micro Empreendedor Individual o SEBRAE (2016), de acordo com dados da Receita Federal, traz um panorama que demonstra o quantitativo de MEI por unidade federativa, dos quais a região sudeste lidera com (51,0%), seguido do Nordeste (19,7%), Sul (14,9%), Centro-Oeste (8,9%) e Norte (5,6%).

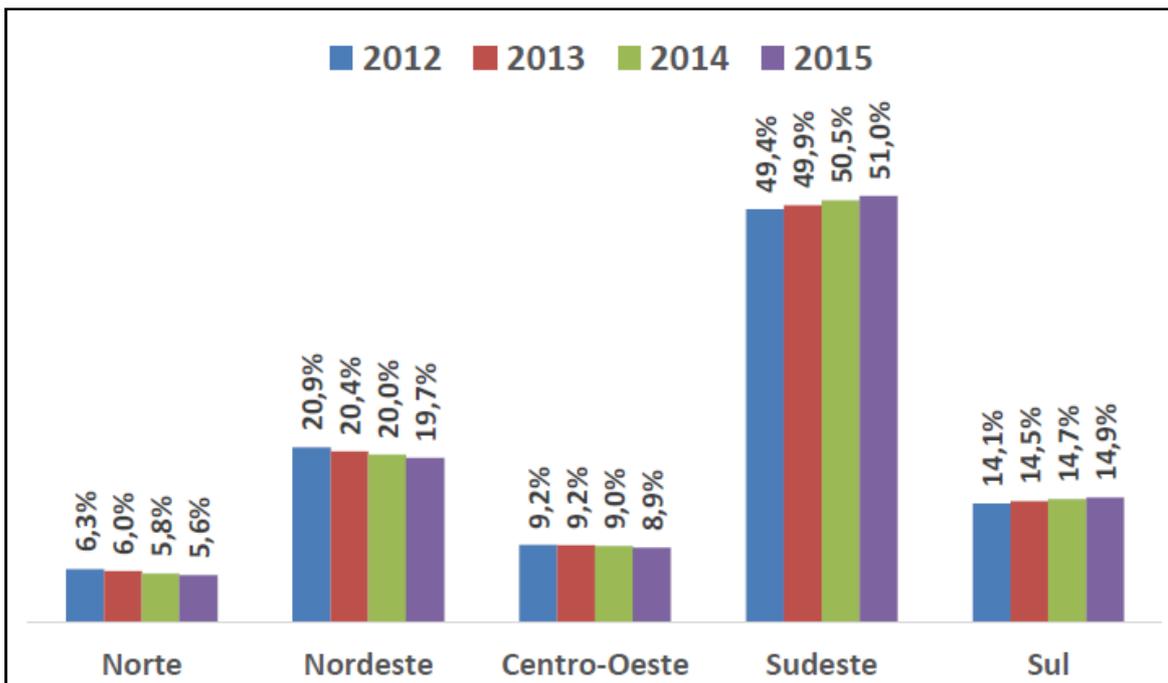
²² A microempresa é uma sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada, com uma receita igual ou inferior à 360.000,00. <http://www.sebrae.com.br> acesso em 07 de setembro de 2018 às 14hrs 00min.

²³ Empresa de pequeno porte tem uma receita anual superior à 360.000,00 e igual ou inferior a 4.800.000,00, estes valores que referem-se a receitas obtidas no mercado nacional. <http://www.sebrae.com.br> acesso em 07 de setembro de 2018 às 14hrs 00min.

²⁴ Microempreendedor individual é a pessoa que trabalha por conta própria (autônomo) e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional. <http://www.sebrae.com.br> acesso em 07 de setembro de 2018 às 14hrs 00min.

²⁵ O Empresômetro é uma ferramenta tecnológica idealizada pelo IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação. É um verdadeiro censo das empresas, entidades privadas e públicas em atividade no Brasil, portadores de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

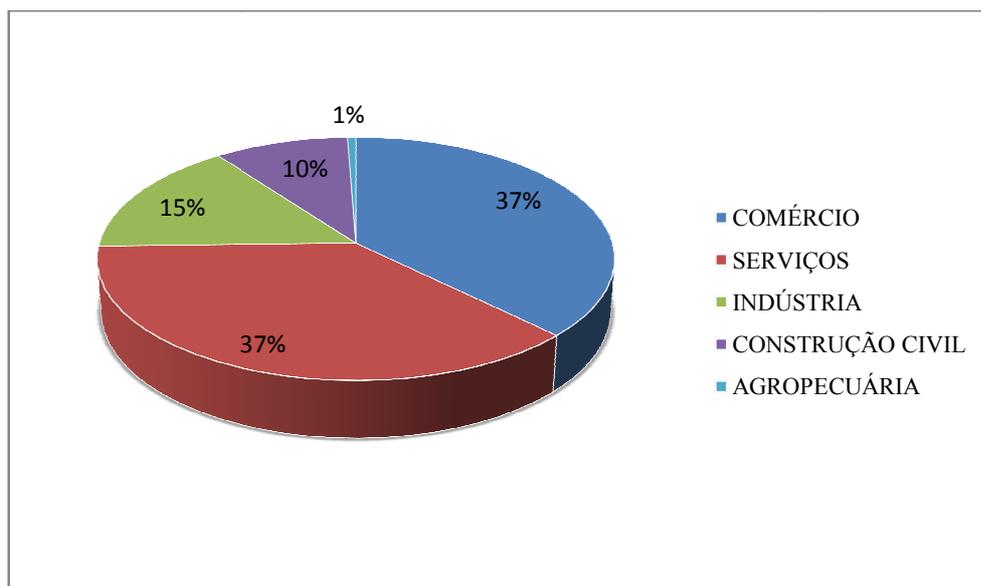
Imagem 22 - Distribuição do total de MEI, por região - 2012 a 2015.



Fonte: SEBRAE (2016, p. 26).

O panorama de Micro Empresas estava bastante favorável, como aponta os dados do SEBRAE (2016). O setor de comércio (37,4%) liderava, sendo seguido pelo setor de serviços (37,2%), indústria (15,3%), construção civil (9,5%) e agropecuária (0,6%), como podemos constatar no gráfico 3. O número de estabelecimentos comerciais e de serviços prestados nas cidades brasileiras havia crescido expressivamente.

Gráfico 3 - Distribuição de MEI por grande setor - Brasil (2015).



Fonte: SEBRAE a partir de dados da Receita Federal, apud SEBRAE, 2016.

Diante desse panorama, na tabela abaixo, podemos verificar as atividades mais frequentes, segundo dados do SEBRAE (2016). É notável como o setor de comércio lidera no ranking das MEI's, com destaque para o comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, seguidos do setor de serviços (cabeleireiros), da construção civil e dos empreendimentos que fornecem gêneros alimentícios.

Tabela 2 - Atividades mais frequentes entre os MEI, em outubro de 2015.

Posição	Descrição*	Sector	Nº de MEI	% do total
1	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	Comércio	556.410	10,4%
2	Cabeleireiros	Serviços	407.071	7,6%
3	Obras de alvenaria	Construção Civil	216.320	4,1%
4	Lanchonetes e similares	Serviços	150.570	2,8%
5	Outras atividades de tratamento de beleza	Serviços	128.640	2,4%
6	Minimercados, mercearias e armazéns	Comércio	123.297	2,3%
7	Bares e similares	Serviços	119.705	2,2%
8	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	Indústria	114.976	2,2%
9	Instalação e manutenção elétrica	Construção Civil	110.430	2,1%
10	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	Comércio	105.367	2,0%
11	Serviços ambulantes de alimentação	Serviços	100.831	1,9%
12	Comércio varejista de bebidas	Comércio	94.672	1,8%
13	Promoção de vendas	Serviços	85.538	1,6%
14	Serviços de pintura de edifícios em geral	Construção Civil	84.756	1,6%
15	Serviços de organização de feiras, congressos, festas etc	Serviços	79.395	1,5%
16	Reparação e manutenção de computadores e periféricos	Serviços	75.873	1,4%
17	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Indústria	69.024	1,3%
18	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	Indústria	65.685	1,2%
19	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral	Comércio	64.225	1,2%
20	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	Comércio	64.056	1,2%
	Total das 20 maiores atividades		2.816.841	52,8%

Fonte: SEBRAE a partir de dados da Receita Federal apud SEBRAE, 2016.

A seguir, para ressaltar a atuação destas atividades, temos o ranking de Micro Empreendedor Individuais por estado, segundo o SEBRAE (2016). São Paulo lidera com quase o dobro de empreendimentos em relação ao segundo colocado, o estado do Rio de Janeiro e o terceiro, Minas Gerais. A Bahia ocupa o quarto lugar e o Rio Grande do Sul o quinto, ambos com aproximadamente a mesma quantidade de MEI. Essas cinco unidades

federativas respondem por 60%, de todos os microempreendedores individuais. A tabela demonstra o número de MEI's, a participação e o crescimento acumulado por cada unidade federativa entre 2013 a 2015. A região sudeste se apresenta como ponto forte no crescimento cumulativo do Micro Empreendedor Individual.

Tabela 3 - Ranking nacional dos números de MEI's por Estado da Federação/ 2013-2015.

	Número de MEI em dez/13	Número de MEI em dez/14		Número de MEI em dez/15	Participação em dez/15	Crescimento acumulado de dez/13 a dez/15
1	SP	905.043	1.169.225	1.439.272	25,3%	59,0%
2	RJ	438.478	555.851	690.106	12,1%	57,4%
3	MG	388.497	502.724	620.101	10,9%	59,6%
4	RS	212.350	269.988	329.987	5,8%	55,4%
5	BA	246.910	300.160	352.440	6,2%	42,7%
6	PR	193.670	252.646	315.556	5,6%	62,9%
7	GO	138.517	175.241	208.403	3,7%	50,5%
8	SC	123.861	159.682	199.555	3,5%	61,1%
9	PE	124.313	156.829	189.536	3,3%	52,5%
10	CE	120.362	154.800	188.008	3,3%	56,2%
11	ES	95.023	121.839	148.740	2,6%	56,5%
12	PA	97.730	120.388	142.739	2,5%	46,1%
13	DF	68.614	86.980	107.077	1,9%	56,1%
14	MT	71.795	88.891	105.912	1,9%	47,5%
15	MS	56.252	69.707	82.517	1,5%	46,7%
16	MA	51.492	65.464	79.093	1,4%	53,6%
17	PB	49.715	64.729	78.989	1,4%	58,9%
18	RN	50.133	62.511	76.264	1,3%	52,1%
19	AL	46.234	55.724	65.483	1,2%	41,6%
20	AM	37.520	45.191	53.734	0,9%	43,2%
21	PI	32.269	40.501	49.745	0,9%	54,2%
22	TO	29.884	37.257	44.522	0,8%	49,0%
23	RO	27.760	33.135	38.258	0,7%	37,8%
24	SE	24.926	30.741	36.918	0,6%	48,1%
25	AC	11.484	13.190	14.852	0,3%	29,3%
26	AP	9.242	10.541	12.170	0,2%	31,7%
27	RR	7.707	9.145	10.637	0,2%	38,0%
	Total Geral	3.659.781	4.653.080	5.680.614	100,0%	55,2%

Fonte: SEBRAE (2016, p. 23).

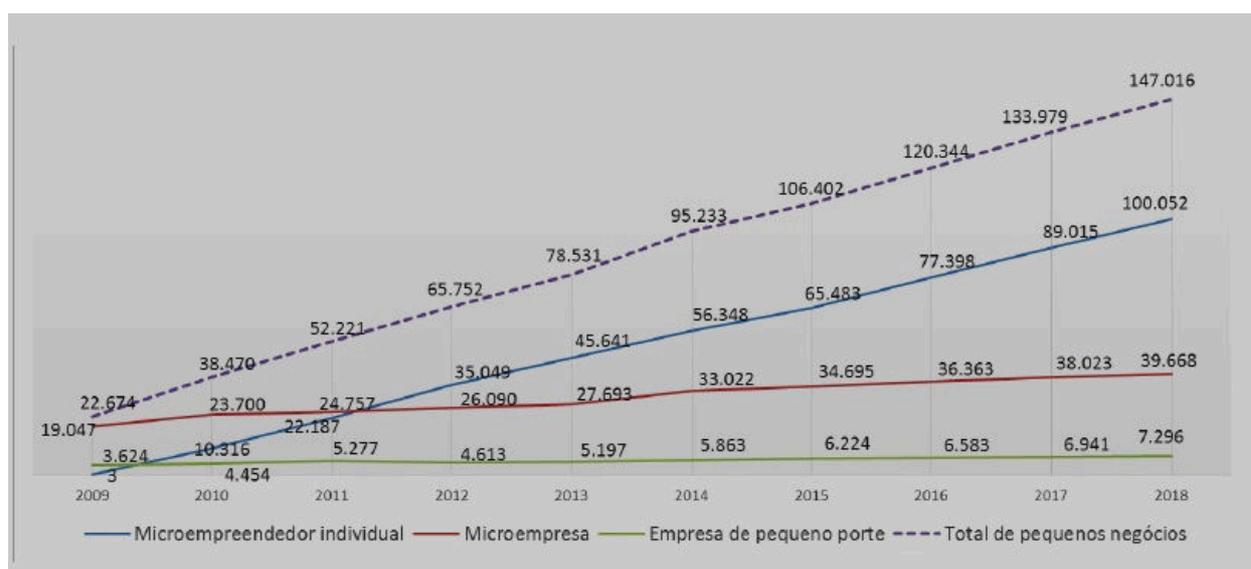
O Estado de Alagoas, de acordo, com a tabela 3, ocupa a 19º posição em relação ao número de Microempreendedores Individuais. Os pequenos negócios são responsáveis por

uma média de 27,7% do PIB alagoano (SEBRAE/FGV, 2013 apud SEBRAE/AL, 2017), representando um percentual de 99% das empresas. A figura do Microempreendedor Individual e distribuição dos pequenos negócios, têm mudado profundamente o quadro de atuação das pequenas atividades.

Os microempreendedores individuais são a subclasse dos pequenos negócios em mais franca expansão, com uma taxa média de crescimento de 49,3% ao ano, no período de 2010 a 2015, cifra significativa se comparada aos 11% a.a. das microempresas e os 9 % a.a. das empresas de pequeno porte (SEBRAE/AL, 2017, p. 26).

A evolução dos pequenos negócios em Alagoas é demonstrada na imagem 23. Essas atividades cresceram entre os anos de 2009 a 2018 passando de um número de 22.674 a 147.016, em dez anos. O número mais que quadruplicou.

Imagem 23 - Evolução dos pequenos negócios em Alagoas 2009-2018.



Fonte: Elaborado a partir de dados do documento “O Público do SEBRAE” (2016) e do Data SEBRAE, In: SEBRAE/AL (2017, p.26).

Entre 2009 e 2018, o micro empreendimento aumenta 33,35 vezes no estado de Alagoas. O ritmo de crescimento é menor para a microempresa, com aumento 2,08 vezes e empresas de pequeno porte, com 2,01 vezes. No total de pequenos negócios, em Alagoas, a taxa de crescimento entre esses anos chegou a 6,48 vezes. Os pequenos empreendimentos demonstram importância na dinâmica da economia alagoana.

O economista Cícero Péricles de Carvalho (2016) aponta que, a ampliação no número e criação dessas empresas caminha junto com o processo de formalização. As reformas no Sistema Simples Nacional para Micro e Pequenas Empresas e a criação do Estatuto do Microempreendedor Individual (MEI), impulsionaram as mudanças.

As transformações ocorrem por meio de uma nova visão dos micro e pequenos negócios. Essa ótica nos dá a dimensão da percepção dos governos em relação à dinâmica do circuito inferior da economia, que promove campanhas para incentivar o processo de formalização das atividades, e em contrapartida, garantias e concessão de créditos a juros subsidiados, específicos para os micro e pequenos empreendedores.

Tabela 4 - Alagoas: Evolução das MPE e MEI (2007-2015).

ANO	MPE/TOTAL	MEI-Microempreendedores Individuais
2007	25.398	-----
2008	28.078	-----
2009	30.457	-----
2010	43.612	10.566
2011	54.626	21.584
2012	69.320	37.548
2013	85.667	45.258
2014	98.715	54.184
2015	108.209	65.276

Fonte: Receita Federal (2016) apud Carvalho (2016, p. 110)

A evolução no número das empresas impactou no número de empregos formais no Estado, e de acordo, com Carvalho (2016) em 2014, alcançou 514.391. O autor mostra que os melhores desempenhos na geração de empregos, estão ligados ao setor de construção civil e comércio.

Construção civil (+22.643 ou 242%), Comércio (52.368 ou 131%), Serviços (70.001 ou 110%), Administração Pública (55.643 ou 55%). Tiveram um ritmo lento a Indústria (4.568 ou 6%), Serviços Industriais (2.340 ou 75%), Indústria Extrativa (544 postos ou 122%) e a Agropecuária, que teve perda líquida na geração de empregos formais (CARVALHO, 2016, p. 114).

Fernando Antonio da Silva (2017), em sua tese sobre *“A pobreza na região canavieira de Alagoas no século XXI: Do Programa Bolsa Família à dinâmica dos circuitos da*

economia urbana”, ao pesquisar sobre a concretização do Programa Bolsa Família na Região Canavieira de Alagoas demonstrou, a partir de dados da Receita Federal (BRASIL, 2016a), que o número das Micro e Pequenas Empresas -MPE’s nas cidades locais do interior da Região (sem considerar as cidades da Região Metropolitana de Maceió e os principais centros do interior) passou de 4.181, em 2007, para 20.212, em 2015, aumento de quatro vezes. O autor ressalta que, no curto intervalo de 5 anos, o número de Micro Empreendedores Individuais cresceu de 1.572, em 2010, e alcançou 10.698, em 2015. O autor em seu trabalho deixa claro que, uma parcela do circuito inferior passou por um processo de formalização de suas atividades, graças às políticas de incentivo.

O crescimento dos pequenos negócios em Alagoas está vinculado, ao aumento real do salário mínimo, durante o governo Luiz Inácio Lula da Silva (2003 a 2006 e 2007 a 2010) e de Dilma Rousseff (2011 a 2014 e 2015 a 2016) que fomentaram políticas de incentivo ao pequeno empreendedor, políticas assistenciais, desburocratização do crédito para pequenos trabalhadores e programas sociais para garantir uma renda mínima às populações mais vulneráveis. Os governos do Partido dos Trabalhadores (PT) tiveram como principal foco políticas de incentivo a economia interna, que reverberaram na consolidação dos pequenos empreendedores. Em contrapartida ao perceber a dinâmica destas atividades, o governo, além de, promover a formalização passa a taxar por meio de impostos, canalizando assim, a renda dessas populações.

Segundo o portal do empreendedor ²⁶ (2018), em 2008, foi aprovada a Lei Complementar 128, que alterou o Estatuto das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e trouxe a criação do Microempreendedor Individual (MEI), passando a vigorar em julho de 2009, com o propósito de legalizar os negócios individuais. O MEI é um enquadramento previsto no Simples Nacional, fica isento de tributos federais como Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, PIS (Programa de Integração Social), Cofins (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social), IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido).

Mas, o pequeno empreendedor é atribuído de taxas, como o valor fixo mensal de R\$ 45, se for comércio ou indústria; de R\$ 49, para prestação de serviço; ou de R\$ 50, quando for comércio e serviços. Custos destinados à Previdência Social e ao ICMS (imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação) ou ao ISS (Imposto Sobre o Serviço -

²⁶<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-frequentes>. acesso em 12 de dezembro de 2018, às 23:00hrs.

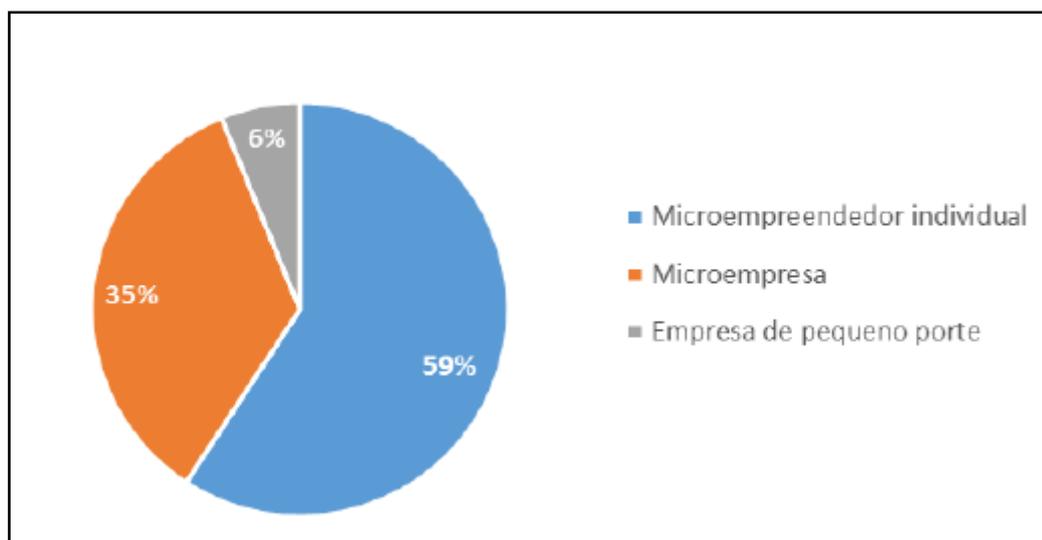
arrecadado pelas prefeituras dos municípios). Essa ação mostra a importância dos pequenos negócios para os governos progressistas.

Ainda, conforme portal do empreendedor (2018), em 2016, o valor destinado aos que optaram pelo SIMEI (Sistema de Recolhimento em Valores Fixo Mensais dos Tributos Abrangidos pelo Simples Nacional) correspondia à soma de: R\$ 5 (ISS, tributo municipal para prestadores de serviço), R\$ 1 (ICMS, tributo estadual) e R\$ 44 (INSS, equivalente a 5% do valor do salário mínimo -(R\$ 880,00 no ano de 2016) - estipulado pelo Decreto nº 8.618/2015).

É fundamental salientar que, em governos anteriores, a dinâmica das atividades do circuito inferior era ignorada e seu potencial gerador de riquezas e de absorver mão de obra e gerar renda, era desconsiderado. Em governos mais progressistas, o papel dessas atividades para a economia nacional, ganha importância e junto com o processo de formalização, há a oferta de algumas vantagens para empreendedor, como empréstimos a juros subsidiados. Diferente de governos não progressistas que não ofereciam nada em troca.

Essa política instituída pelo governo federal evidencia a importância dos pequenos negócios que cumpre um importante papel econômico e social. Em Alagoas é visível, a dinâmica dessas atividades para economia, como ilustra a imagem.

Imagem 24 - Distribuição dos pequenos negócios por porte em Alagoas (2017).



Fonte: SEBRAE-AL (2017, p. 27).

Assim, é coerente afirmar que Micro e Pequenas Empresas e Micro Empreendedores Individuais são importantes para a economia, pois, dinamizam as cidades brasileiras, como é

o caso de União dos Palmares no interior do Estado de Alagoas. Os microempresários e microempreendedores individuais ocupam grande parcela da mão de obra existente, porém, como dito anteriormente suas atividades, não mensuram a atuação do circuito inferior, tendo em vista a diversidade dos empreendimentos que aumentam consideravelmente, em função das brechas deixadas pelo processo de modernização e da necessidade de sobrevivência das populações que, através, de formas para suprir as suas carências básicas, como alimentação, vestuário, pagar despesas, etc., vêem oportunidades em áreas urbanas menos valorizadas.

O setor de comércio e serviços absorve grande quantidade de mão de obra. Isso ocorre em função da crise no setor sucroalcooleiro em Alagoas. A falência de algumas usinas causou um aumento significativo do desemprego.

Fernando Silva (2017) afirma que, em 1990 faliram seis usinas e destilarias anexas, além de, cinco destilarias autônomas. Do ano 2000 para cá tivemos novas falências, referidas as três unidades industriais de um dos maiores grupos do estado (Grupo João Lyra²⁷). Com isso, a taxa de desemprego em Alagoas deu um grande salto no fim do século XX, caiu a partir de 2003 e começou a subir lentamente, ainda que, de maneira sustentada a partir de 2011 (as unidades industriais do grupo João Lyra tiveram falência anunciada em 2012, embora já viessem apresentando dificuldade nos anos anteriores).

Esse quadro causou um intenso impacto no número de empregos disponíveis. Parcela da população desempregada se refugiou no circuito inferior da economia, contribuindo para a expansão de novas atividades, como a abertura de pequenos comércios.

Essas características, das novas feições da economia urbana se devem ao rápido crescimento da população nas cidades eo êxodo rural causa um relativo impacto sobre a economia. Segundo, Silva e Sousa (2013), a intensa presença das pessoas oriundas do campo

²⁷ *João José Pereira de Lyra* nasceu em Recife no dia 17 de junho de 1931. Filho de Salvador Pereira de Lyra e de Maria da Conceição Diniz Pereira de Lyra. Seu irmão Carlos Lyra foi senador por Alagoas de 1981 a 1987. Bacharelou-se em ciências jurídicas e sociais na Faculdade de Direito de Alagoas em 1960. Empresário do setor sucroalcooleiro fundou o grupo João Lyra e presidiu a Laginha Agroindústria S.A., a matriz Usina Laginha, em União dos Palmares (AL) a partir de 1951. Foi ainda sócio gerente da Maceió Veículos e Peças Ltda a partir de 1972. Dois anos depois, passou a presidir também a filial Usina Uruba em Atalaia (AL). No ano seguinte, exerceu esse mesmo cargo na filial Usina Guaxuma em Coruripe (AL). Em 1985, tornou-se sócio gerente da JL Comercial Agroquímica Ltda e, em 1987, da LUG Táxi Aéreo Ltda, sediada em Rio Largo (AL). Em 1988, passou a presidir a filial Usina Triálcool em Ituiutaba (MG), tornou-se sócio gerente da SAPE em Atalaia (AL) e em 2001 presidiu também a Usina Vale do Paranaíba em Capinópolis (MG). Em razão de suas atividades profissionais, presidiu o Sindicato da Indústria do Açúcar do Estado de Alagoas entre 1971 e 1974. E a partir de 1995, tornou-se presidente da Associação dos Produtores Independentes de Açúcar e Álcool de Maceió. Iniciou sua trajetória política em junho de 1982. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/lira-joao> acesso em 15 de outubro de 2018 às 22hrs00min.

demandaria maiores ofertas de empregos urbanos, no entanto, isso não ocorre. A infraestrutura instalada nas cidades e as indústrias até então formadas não conseguem comportar a massa que se forma da população urbana em busca de novas alternativas de sobrevivência. O setor industrial de Alagoas é muito pequeno e, portanto, incapaz de absorver os novos contingentes de trabalhadores desempregados, por exemplo, do setor sucroalcooleiro. A migração sazonal, também cresceu, pois, os trabalhadores passaram a buscar trabalho em outras localidades, percorrendo cidades em busca de um serviço, uma ocupação, mesmo com ganhos ínfimos.

No setor de comércio a resposta se dá através, das atividades comércio ambulante, feira livre, vestuário, vendas de CDs e DVDs, etc., Mas, é o ramo alimentício com pequenos mercadinhos e mercearias, pequenas lanchonetes, comercialização de bebidas que mais absorve e gera trabalho.

Esse número de pequenos negócios revela como o circuito inferior apresenta novas feições na dinâmica econômica das pequenas cidades, refletindo como os pobres reagem à crise atual da economia e da política nacional que mergulha o país e a resposta se dá, através, do trabalho autônomo.

O circuito inferior está presente em grandes e pequenos centros urbanos. A dimensão e atuação das atividades enfatizam sua importância, nas cidades brasileiras. Em pequenos centros urbanos como a cidade de União dos Palmares, no Estado de Alagoas, sua zona de influência polariza os habitantes locais, distritos, aglomerações urbanas, áreas rurais e as demais cidades vizinhas. Santos (2014b, p. 131), afirma que “cada cidade tem duas áreas de influência de tamanhos diferentes e cada uma delas varia em função do tipo de aglomeração bem como dos procedimentos de cada circuito.” Assim, o circuito inferior possui uma área de influência que varia, de acordo, com o tamanho da cidade.

4.2 - A dinâmica da economia urbana na cidade de União dos Palmares

Beatriz Ribeiro Soares e Nágela Aparecida de Melo (2010) em seu trabalho sobre as “*Cidades médias e pequenas: reflexões sobre os desafios no estudo dessas realidades sociospaciais*”, salientam como a sociedade contemporânea nas últimas décadas passa por um conjunto de transformações tecnológicas, sociais, políticas e culturais. Essas mudanças promovem a transformação das relações de tempo e de espaço, com alterações na concepção

de produção e gestão das cidades. “Esse novo contexto urbano/territorial tem se constituído em um grande desafio para o ordenamento do território e para o desenvolvimento urbano nas [...] cidades [...] pequenas” (SOARES; MELO, 2010, p.229).

Santos e Silveira (2012) apontam que, as cidades são pontos de interseção e superposição entre as horizontalidades e verticalidades. Portanto, oferecem meios para o consumo de famílias, administrações e o consumo intermediário das empresas. Como pontos de interseção as cidades exercem inúmeras funções pelas necessidades da vida de relações entre a sociedade e o espaço, em que estão inseridos. Necessidades de locomoção, de consumo, educação, lazer, saúde, empregos, produção etc.. Santos e Silveira (2012) ainda, evidenciam que as atividades urbanas são ligadas a dois tipos de consumo, seja, o consumo consumptivo e o produtivo, cumprindo assim, seu papel de responder as necessidades que aumentaram quantitativamente e se diversificaram qualitativamente.

As cidades têm um papel importante nos estudos e análises da geografia brasileira. Tanto pela função que desempenham, quanto por sua atuação e área de influência. Possuem níveis de hierarquia urbana e desempenham funções que surgem das necessidades de organização do espaço.

Pequenos centros urbanos como União dos Palmares têm sido um desafio para os estudos geográficos, haja vista que as análises feitas, correspondiam apenas ao papel das cidades médias e grandes. Pequenos centros urbanos locais passam a ganhar discussões no campo da geografia e nas dinâmicas econômicas. Cresce o interesse de se compreender o cotidiano dos agentes e a luta pela sobrevivência nessas pequenas localidades.

Segundo, Milton Santos (2012b), para entender a atuação dos centros urbanos e sua área de influência, é necessário, partir do nível de hierarquia que estas cidades exercem no seu entorno e no cotidiano das populações. União dos Palmares possui uma área de influência que alcança pequenas cidades próximas e que não dispõem dos mesmos serviços. A cidade de União dos Palmares se constitui como principal centro urbano, pela sua capacidade de oferecer um maior número de bens e serviços, exercendo sobre as demais uma função quantitativa e qualitativa de complementaridade e uma notável dinâmica intraurbana e interurbana. Conforme, Santos (2012b) a hierarquia entre os lugares a partir de três acontecimentos geográficos, que permitem a análise das cidades e de suas diferenças no atual período da história. São eles: o acontecer homólogo, complementar e hierárquico.

O acontecer homólogo é aquele das áreas de produção agrícola urbana, que se modernizam mediante uma informação especializada, gerando contiguidades funcionais que dão os contornos da área assim definida. O acontecer complementar é aquele das relações entre cidade e campo e das relações entre cidades, consequência igualmente de necessidades modernas da produção e do intercâmbio geograficamente próximo. Finalmente, o acontecer hierárquico é um dos resultados da tendência à racionalização das atividades e se faz sob um comando, uma organização, que tendem a ser concentrados (SANTOS, 2012b, p.166:167).

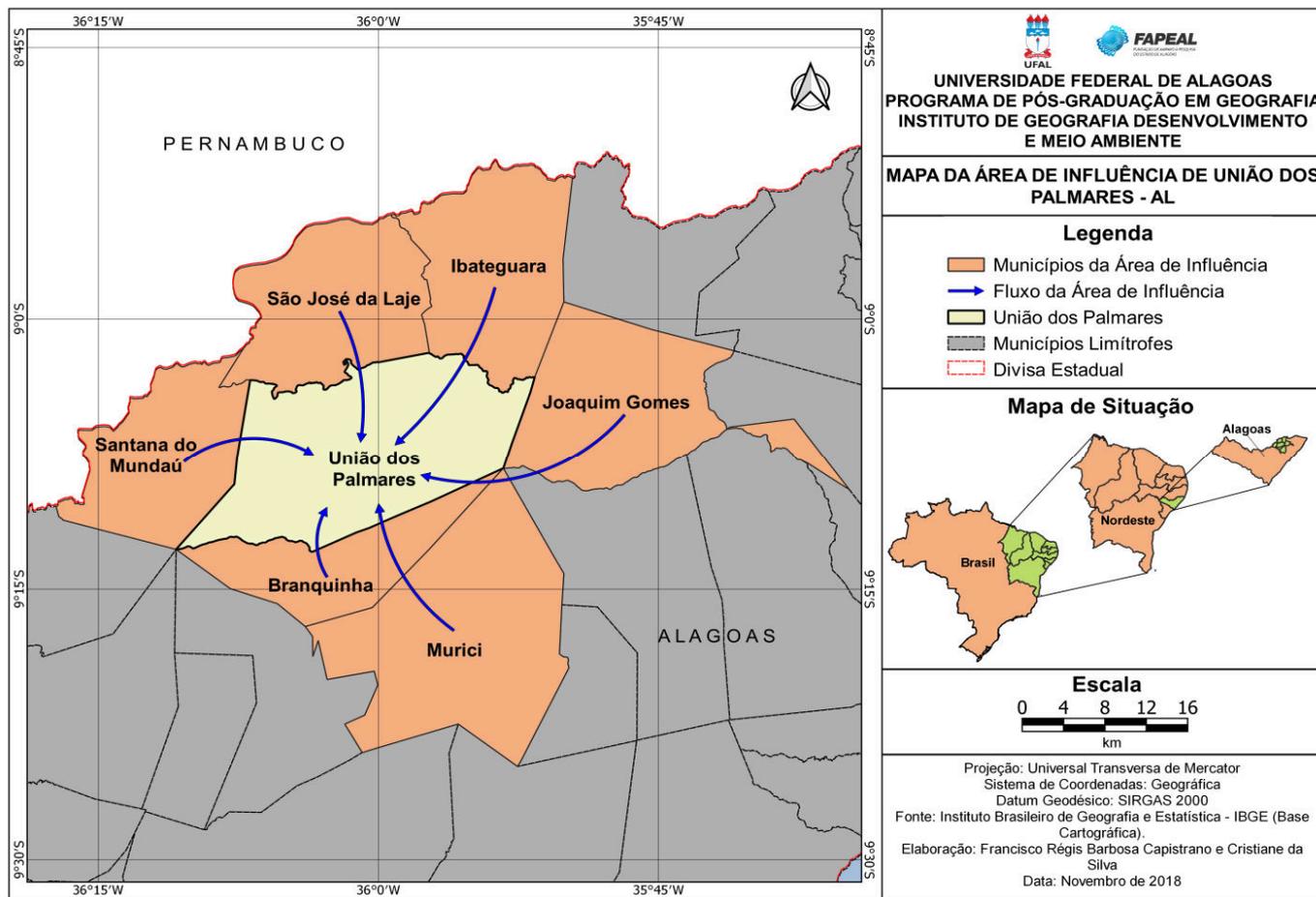
União dos Palmares têm papel importante desempenhado em torno da sua área de influência. Sua relação com cidades próximas como Branquinha, São José da Laje, Ibateguara, Santana do Mundaú e Joaquim Gomes se faz a partir de um acontecer complementar, no sentido que estas cidades não são providas dos mesmos bens e serviços e sua população precisa se dirigir ao centro urbano mais próximo para suprir, as necessidades.

Mapa 2 - Localização de Alagoas



Fonte: Sepland-AL, 2014.

Mapa 3 - Áreas limítrofes do município de União dos Palmares - Alagoas



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

Entre União dos Palmares e o Polo de Confeções de Pernambuco, há um acontecer complementar, pois, o Polo se constitui como um centro de abastecimento dos estoques no setor de comércio e serviços palmarino.

União dos Palmares está situada no estado de Alagoas. Como já enfatizamos, União dos Palmares exerce um papel de pólo entre as cidades vizinhas. Segundo a atual nomenclatura do IBGE (2017) e limites das divisões regionais, as chamadas microrregiões e mesorregiões, foram substituídas por Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias. União dos Palmares, antes caracterizada como uma microrregião serrana dos quilombos e mesorregião do leste alagoano, segundo a nova classificação ocupa a nomenclatura de Região Imediata. Atende as cidades ao seu entorno no (consumo de bens materiais, emprego, serviços de saúde, educação, prestação de serviços públicos, etc.).

A partir da intensificação do processo de urbanização, as cidades passam a desempenhar novas funções, em suas dimensões econômicas e sociais. Silva e Sousa (2013)

apontam que em 2010, o estado de Alagoas tinha duas características marcantes no seu processo de urbanização: grande número de municípios do sertão e agreste, com uma população predominante rural e a capital Maceió detinha a maior concentração populacional. E do total de 3.120.494 de habitantes que Alagoas detinha em 2010, 932.748 residiam somente na cidade de Maceió, representando 29,8% da população total, isto, sem mencionar sua região metropolitana. União dos Palmares em 2010 somavam um total de 47.651 residentes na cidade, atingindo um grau de urbanização de 72,9% e com apenas 32,5% de sua população vivendo na cidade, tais dados nos permite argumentar, acerca da diversificação recente de sua economia urbana.

A cidade tem uma população estimada segundo o IBGE (2018) de 65.461 habitantes. Seu processo de urbanização intensa inicia-se em 1990, com o rápido crescimento da população urbana, como resultado do êxodo rural, impactando na formação de sua economia local.

Segundo Silveira (2011, p. 2) apud Silva e Sousa (2013, p. 83), a economia política da urbanização revela “*a repartição dos instrumentos de trabalho, do capital, do emprego e dos homens (...)*”. Os autores asseveram que, a análise do processo de urbanização torna-se um elemento fundamental para compreender a configuração do meio construído das cidades e a participação dos agentes na vida econômica.

Neste sentido, pensamos que a análise do setor das micro e pequenas empresas, através de seu crescimento e o papel que desempenham na economia urbana, são fundamentais para entender mesmo que de modo parcial o dinamismo do circuito inferior da economia urbana na cidade de União dos Palmares-AL, haja vista, que este circuito possui uma expansão expressiva das atividades.

Em União dos Palmares, o número de estabelecimentos ligados ao comércio “vem apresentando relevante contribuição à economia local, abrigando 898 empresas, gerando um total de 5.257 empregos (IBGE, 2010), correspondendo assim, a aproximadamente 26,5% da População Economicamente Ativa (PEA) do município e compreende um total de 19.877 pessoas” (SILVA E PIMENTEL, 2011, p. 41). Contudo, de acordo com Silveira (2013, p. 23) “[...] *Son actividades de reducida dimensión como el pequeño comercio minorista e inclusive ambulante, diversas formas de trabajo artesanal, arreglos y reparaciones, algunos transportes, prestación de servicios banales o inclusive la agricultura intraurbana presente en algunas ciudades*”.

Fernando Antonio da Silva (2017), ao analisar a evolução das pequenas empresas ao longo dos anos, afirma que, em 2007 tínhamos um total de 651 Micro e Pequenas Empresa - MPE's em União dos Palmares e que em 2015 esse número, quase que quadruplicou num total de 2.504. Segundo o autor, a maior parte dessas empresas é do ramo do comércio varejista de vestuário e acessórios (13%), do comércio varejista de mercadorias em geral com predominância de produtos alimentícios (10%), e do comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo (9%). Silva (2017) verificou, uma distribuição semelhante no caso dos Micro-Empreendedores Individuais - MEI's, no ano de 2010 existiam 204 MEI's, enquanto em 2015 o número chegou a 1.332, 14% do comércio varejista de vestuário e acessórios, 10% do comércio de mercadorias em geral com predominância de produtos alimentícios e 8% dos 243 comércio varejistas de produtos alimentícios, bebidas e fumo (BRASIL, 2016a). A tabela a seguir, mostra a diversificação da economia urbana palmarina, comum a análise dos tipos de segmentos que atuam na cidade.

Tabela 5 - Estabelecimentos por Setor em União dos Palmares, (2017).

ESTABELECEMENTOS POR SETOR	TOTAL
Vestuário e Acessórios	139
Confecções/Tecidos	5
Mercados de pequeno porte	157
Lojas de Calçados	12
Perfumaria e Cosméticos	15
Produtos agropecuários	10
Lojas de construção	69
Artigos de Armário	30
Lojas de Móveis e Eletrodomésticos	49
Telefonia e Comunicação	13
Bijuterias de acessórios	15
Peças automotivas	40
Açougues	4
Hortifrutigranjeiros	2
Papelarias	7
Farmácias	15
Bombonieres	12
Vidraçarias	03
Lojas de Conveniência	8
Artigos Fotográficos e Filmagens	4
Produtos de Informática	3
Óticas	4
Produtos saneamentos e domissanitários	4
Brinquedos e artigos recreativos	6
Artigos Cama, Mesa e Banho	4
Locação de automóveis	1
Total	631

Fonte: Sindilojas União dos Palmares (2017).

Adaptado: Cristiane da Silva (2018).

Dados colhidos no Sindicato dos Lojistas- SINDILOJAS de União dos Palmares demonstram a importância, do comércio na dinâmica da cidade e no fluxo de sua economia. A tabela 5 corresponde aos empreendimentos associados, que contribuem com o Sindilojas até o ano de 2017. O órgão, de acordo com o atual Presidente do Sindicato presta assistência aos lojistas com alternativas para ampliação e melhoria no comércio e aumento no fluxo de vendas em períodos de festividades, que vem diminuindo constantemente. Alguns fatores foram responsáveis, como menciona o Presidente, ao falar da crise que afeta o país e o fechamento do único setor industrial, que empregava grande parcela da população a Usina sucroalcooleira, do grupo João Lyra (Usina Laginha).

A falência da Usina Laginha causou impacto na dinâmica do setor comércio e serviços, diminuindo o número de empregos para a população e conseqüentemente as vendas. Outro fator é em função da atual crise econômica e política que passa o país, refletida em nossa cidade como em outras cidades brasileiras. Hoje, sem indústria para gerar empregos a cidade sobrevive do comércio e seu fluxo gira em torno dos programas sociais de transferência de renda do governo federal (*Bolsa Família e do INSS*). Os períodos de maior fluxo para o consumo são início de mês entre os dias 5 a 10 e final de mês do dia 25 a 30, mesmo assim as vendas caíram mais 40% e também a contribuição dos comerciantes com o Sindilojas (PRESIDENTE DO SINDILOJAS UNIÃO DOS PALMARES, 2017).

O número de vínculos empregatícios na cidade demonstram, que apesar, da expressão do presidente do sindicato dos lojistas (Sindilojas-AL) ao mencionar a diminuição nas vendas no comércio a partir do fechamento da Usina Laginha (grupo João Lyra), o setor apresenta o maior número de empregos formais, seguido pelo setor de serviços, com uma diminuição nos demais setores, a citar o exemplo, da indústria, como é possível analisar na tabela a seguir.

Tabela 6 - Emprego: Pessoas com Vínculos Empregatícios em Ocupações Formais.

Atividades Econômicas	2012	2013
Agropecuária	438	455
Comércio	1.323	1.418
Construção Civil	450	120
Indústria	2.402	1.721
Serviços	1.968	2.885
Total	6.581	6.599

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego - MTE/ Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome – MDS apud Perfil Municipal, 2015.

Em entrevista, com a Secretária de Comércio, constata-se a diminuição nas vendas no comércio, a frustração de muitos comerciantes, o crescimento do comércio ambulante, o fechamento e o surgimento de atividades constantemente. A Secretária aponta como a cidade sobrevive, atualmente.

Para o comércio da nossa cidade a Usina Laginha era um grande somador, pois, garantia emprego e renda, seu fechamento conseqüentemente impacta na dinâmica da economia na cidade. Atualmente quem não busca uma vaga no comércio, seja, para abrir um pequeno negócio ou procurar emprego, vive da renda de programas sociais como o Programa Bolsa Família, das transferências de renda da Previdência Social, aposentadoria e demais benefícios do INSS ou está trabalhando na prefeitura municipal e muitos migram para outros estados em busca de trabalho (SECRETÁRIA DE COMÉRCIO DE UNIÃO DOS PALMARES, 2017).

Segundo publicação do portal de notícia *O Relâmpago*²⁸ (2015), a usina Laginha, localizada em União dos Palmares, cujas terras abrangem áreas dos municípios de Branquinha e Capela, fechou quase três mil postos de trabalho. De acordo, com um coordenador de mão de obra, responsável pela contratação no setor agrícola, afirma que, apenas neste setor a usina contratava 2.520 trabalhadores e na entressafra esse número diminuía para uns 1.300, “*eram tanto pessoas de União dos Palmares quanto das cidades vizinhas que agora têm que migrar para outros estados para conseguir emprego*” (Coordenador de mão de obra, 2015).

Em 2011, de acordo com Silva e Lima (2015), ao todo 9.458 moradores de União dos Palmares, possuíam vínculo empregatício em especial para os setores da indústria e serviço, somando mais de 50% dos empregos totais. Entre os anos de 2011 a 2013 a cidade perdeu 32% dos empregados em todos os setores da economia. A indústria, impulsionada pela Usina Laginha fechou desempregando a maioria dos trabalhadores, contabilizados em mais da metade e, também, os serviços que giravam em torno do pagamento da usina. Na sua dinâmica, foram extintos quase 200 postos de trabalho ou mais em União dos Palmares.

O atual panorama não é particularidade, apenas, da cidade palmarina, mas, de outras cidades do estado alagoano (como Murici, Branquinha, São José da Laje, São Miguel dos Campos etc.) que, dependiam do setor sucroalcooleiro. A crise da indústria expande a economia vinculada ao terciário nas cidades, com o aumento do varejo e do atacado/distribuidor.

O aumento crescente das pequenas atividades e o consumo diário faz emergir em Alagoas, o setor atacado/distribuidor que abastece os pequenos mercadinhos e mercearias locais do ramo alimentício. União dos Palmares, conta com o atacado/distribuidor, Real Distribuidor, surgido no ano de 2003, que segundo Fernando Silva (2017), do ponto de vista do alcance territorial é o maior atacadista do interior da região canavieira do estado de Alagoas. Localizada as margens da BR 104.

²⁸ <http://www.orelampago.com.br/vernoticia.php?id=2903> acesso em 12 de dezembro de 2018 às 20hrs33min.

Imagem 25 - Atacadista distribuidor do ramo alimentício em União dos Palmares/AL.



Fonte:Fernando Antonio da Silva (2017).

Imagem 26 - Atacadista distribuidor do ramo alimentício em União dos Palmares/AL.



Fonte: Trabalho de campo (2018).

No setor de confecções, a cidade conta com a CEDICAL (Distribuidor Central de Confecções Têxteis e Acessórios) atacadista, distribuidor de artigos de tecidos, cama, mesa e banho, artigos de armarinho, vestuário e acessórios. Localizado na Rua Dr. Antonio Gomes de Barros, centro. Atacadista no norte e nordeste a Cedical - é uma empresa Ltda²⁹, com filial na cidade de União dos Palmares.

Imagem 27 - Atacadista distribuidor de confecções em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de Campo (2018).

Outro atacado do ramo de vestuário e acessórios é o “Atacadão R\$10,00, inaugurado em 2018. As peças são comercializadas a preço de dez reais. As compras podem ser realizadas no atacado e varejo.

²⁹ Empresa Limitada.

Imagem 28 - Atacadão R\$ 10 (União dos Palmares), 2018.



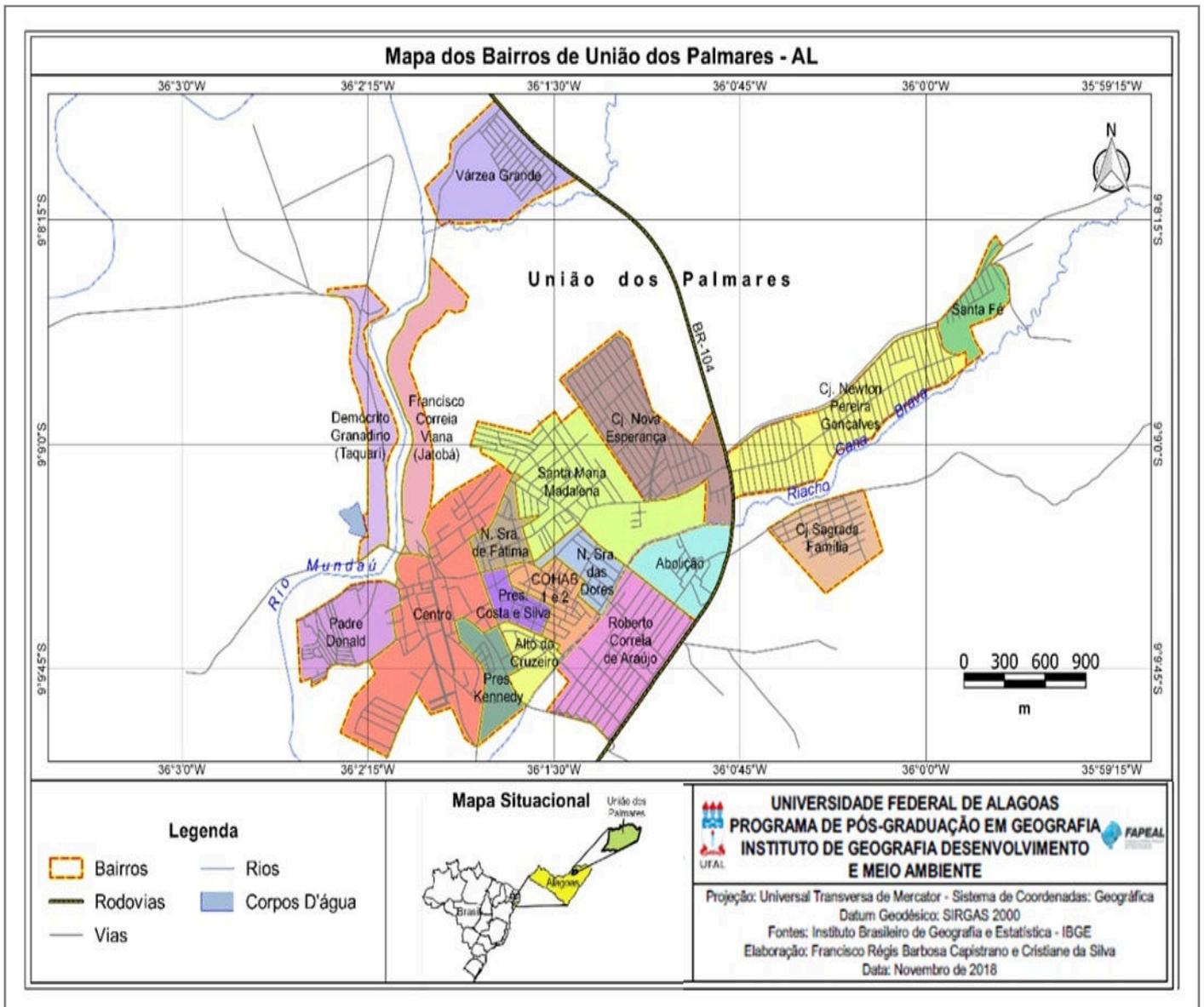
Fonte: Trabalho de campo (2018).

A expansão das atividades no atacado e varejo demonstra as novas funções da economia da urbana palmarina, para atender as necessidades imediatas do pequeno comércio local, garantindo renda e riqueza na cidade.

4.3 - As novas feições da economia urbana de União dos Palmares-AL

União dos Palmares, de acordo com o Plano Diretor Participativo de Desenvolvimento Integrado (PREFEITURA DE UNIÃO DOS PALMARES, 2006), até 2010, era composta por dezesseis bairros, são eles: Centro (o 1ª local da pesquisa), Presidente Kennedy, Alto do Cruzeiro, Presidente Costa e Silva, Nossa Senhora de Fátima, COHAB, Abolição, Santa Maria Madalena I e II, Roberto Correia de Araújo (2ª local da pesquisa), Nossa Senhora das Dores (Conhecido como Vaquejada), Santa Fé, Várzea Grande, Sagrada Família (ou Mutirão), Padre Donald (Morro das cobras), Demócrito Gracindo (rua da Ponte), Francisco Correia Vianna (rua do Jatobá) , Taquari e mais recente os dois grandes bairros construídos para abrigar os desalojados da enchente, o Conjunto Habitacional Nova Esperança e o Conjunto Nilton Pereira Gonçalves, atualmente conta 18 bairros.

Mapa 4 - Mapa dos bairros de União dos Palmares-AL (2018).



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

O centro (destacado de cor laranja no mapa) concentra as principais atividades de comércio, serviços, incluindo os serviços bancários, além, dos órgãos administrativos (prefeitura, secretárias municipais entre outros). A feira livre é outra atividade que já é tradicional na região. Outro bairro que se destaca, é Roberto Correia de Araújo, (destacado de cor lilás no mapa) localizado, “[...] na parte norte da cidade com uma população de aproximadamente 8.516 habitantes, contabilizando um total de 2.692 residências [...]” (FERREIRA; MARQUES, 2010, p. 40). É considerado o maior bairro da cidade, tanto em população quanto em extensão territorial. Esse bairro, também é constituído de uma feira livre que ocorre apenas aos domingos.

Tanto o centro como os bairros periféricos, como é o caso do Robertão, constituem-se de vias urbanas que condicionam as atividades do circuito inferior da economia urbana. No centro, as atividades do circuito inferior estão presentes principalmente pelo fluxo de pessoas e transportes. Há nessa porção do espaço da cidade, fixos que condicionam a existência de uma atuação do circuito, como as instituições bancárias (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco do Bradesco) com serviços de saques, aberturas de contas, cartões de crédito, empréstimo, etc, e permitem o intenso fluxo das atividades do circuito inferior que estão aí, mais bem localizadas. Há que ressaltar, a atuação da Caixa Econômica Federal e dos seus correspondentes bancários no repasse dos benefícios do Programa Bolsa Família, da cidade e dos municípios vizinhos que contribui para a dinâmica do comércio, visto ser, nesta que se localiza o principal fixo da agência da Caixa que atende as cidades de Santana do Mundaú, São José da Laje, Branquinha e dos pequenos povoados que o rodeiam.

União dos Palmares comporta um denso circuito inferior, presente tanto no seu centro urbano como em sua periferia, diferenciado em “circuito inferior central” (Santos: 2008) presente principalmente nos centros comerciais das cidades. Sobrevive devido à “economia de aglomeração” (Santos: 2008), dada pela presença de outras atividades desse circuito. Neste mesmo contexto, há um “circuito inferior residencial” (Santos: 2008) presente na periferia da cidade e sobrevive das relações de vizinhança que mantém, com sua clientela. Neste âmbito, mencionamos o bairro periférico Roberto Correia de Araújo o comércio e os serviços, voltados para as necessidades imediatas da população.

O quando 4 mostra a divisão do trabalho por setores da economia do circuito inferior, porém, salientamos que especificamos apenas algumas das atividades mais comuns na cidade, de acordo com o portal do empreendedor (2017), incluídas em União dos Palmares na listagem do cadastro de MEI's.

Quadro 4 - Subsetores da economia das atividades do circuito inferior em União dos Palmares/AL (2017).

Setor	Descrição da atividade/Total
Comércio	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas (4); Confecção, sob medida, de peças de vestuário, exceto roupas íntimas (26); comércio varejista de tecidos (4); comércio varejista de artigos de armarinho (29); comércio varejista de cama, mesa e banho (22); comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (204); ❖ comércio varejista de calçados (29); ❖ Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal (39); ❖ Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns (115); padaria e confeitaria com predominância em revenda (4); comércio varejista de laticínios e frios (4); comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializados em produtos alimentícios (27); restaurantes e similares (25); comércio varejista de carnes – açougues (18); comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes (6); ❖ Serviços ambulantes de alimentação (40); ❖ Tabacaria (2); ❖ Comércio varejista de bebidas (42); ❖ Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas (4); ❖ Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores (6); Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores (2);
Serviços	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cabeleleiros (129); ❖ Chaveiros (2); ❖ Reparação de relógios (1); ❖ Serviços domésticos (9); ❖ Serviços de borracharia para veículos automotores (11); serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores (10); serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores (14); manutenção e reparação de motocicletas e motonetas (16); ❖ Manutenção e reparação de máquinas e equipamentos para indústria têxtil, do vestuário, do couro e calçados (1); ❖ Agências de viagens (1); ❖ Fotocópias (7); ❖ Reparação e manutenção de computadores e equipamentos periféricos (14);
Transportes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Serviço de táxi (54); Transporte escolar (2); Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, municipal (8); Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, intermunicipal, interestadual e internacional (1); Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, municipal (5); Serviços de entrega rápida (3);

Fonte: Portal do Empreendedor/RedeSim/ União dos Palmares/AL (2017).

Elaboração: Cristiane da Silva (2018).

O circuito inferior revela novas formas da dinâmica do mercado e seu alcance junto à população pobre. A divisão do trabalho territorial é cada vez mais pormenorizada, resultado tanto da incorporação de novos comércios e serviços que surgem no atual período, como também, são reveladores das estratégias de sobrevivência das populações pobres das pequenas cidades.

O centro da cidade de União dos Palmares possui uma variedade maior na oferta de bens e serviços. Destacamos a presença do Supermercado Todo Dia da rede norte-americana *Walmart*. No atual período, o capital busca cada interstício do território que possa garantir sua presença no mercado. É dentro desta perspectiva que essa rede de supermercado se instala em União dos Palmares, cidade polo da região, passando a concorrer diretamente com o mercado local.

Na periferia da cidade, as atividades estão localizadas nas residências dos indivíduos. Há uma correspondente lotérica, que levou os serviços bancários para uma população antes desprovida, além, do supermercado El Dourado o maior da periferia que atua nas vendas de atacado e varejo e abastece os minimercados, mercearias e as atividades relacionadas aos gêneros de bebidas e alimentos.

Atualmente, vizinho ao bairro, na BR-104 foi inaugurado o Unidão Globo, um supermercado que possui vendas no atacado e varejo, e que surge para atender a população do bairro Roberto Correia de Araújo e dos bairros próximos, competindo com o supermercado Eldorado, na variedade de preços e produtos. O Unidão Globo é de origem da cidade de União dos Palmares. O proprietário (a) possui mais dois estabelecimentos ligados ao ramo de supermercados no centro da cidade. E também, postos de combustíveis.

Imagem 29 - Unidão Globo em União dos Palmares-AL.



Fonte: Tribuna União (2018).

Imagem 30 - Unidão Globo em União dos Palmares-AL.



Fonte: Tribuna União (2018).

Por ser uma atividade de consumo essencial na vida das populações, o ramo de alimentos cresceu, consideravelmente nos últimos anos. O mesmo pode afirmar em relação ao ramo de vestuário.

O comércio, em geral, e a venda a varejo, em especial, constituem atividades essencialmente urbanas e que exigem centralidade. As ligações do comércio com o espaço urbano fazem parte de um longo processo, porque o comércio varejista faz parte da própria razão de ser das cidades, justifica uma boa parte da sua organização interna, explica inúmeros movimentos que se desenvolvem no seu interior. Essas relações entre a cidade e o comércio são dinâmicas e a cidade vai se tornando produto das decisões e das práticas de diversos atores, entre eles os comerciantes, os (...). Por sua vez, a cidade é condição e meio para que as práticas desenvolvidas por estes agentes continuem a se realizar. Daí a importância da dimensão espacial na análise do comércio e do consumo. (ORTIGOZA, 2010, p. 8-9).

Além, da renda gerada pelo comércio, a cidade conta com os programas de assistência sociais, o Programa Bolsa Família, aposentadorias e demais benefícios do INSS - Instituto Nacional de Seguridade Social, que exercem um importante papel para o fluxo da economia local.

4.3.1 - Programas sociais: o Programa Bolsa Família

A importância dos programas sociais na dinâmica das cidades brasileiras é significativa. O governo federal tem um importante papel, na realização de um conjunto de políticas sociais, que atende famílias em situação de pobreza e vulnerabilidade social. O Programa Bolsa Família – PBF, é um dos mais importantes programas sociais implementado em 2003 pelo governo Luiz Inácio Lula da Silva, que unificou os programas anteriores de transferência de renda, (Bolsa Escola, Bolsa Alimentação e Vale Gás).

De acordo com o MDS (2018) em 2003, no momento de sua implementação, o Bolsa Família atendia 3,62 milhões de famílias, atualmente a rede de proteção social do PBF chega a aproximadamente 14 milhões de unidades familiares. Isso significa que 44,88 milhões de pessoas estão cobertas pelo Programa em todo o país. O MDS (2018) ainda, afirma que do total de famílias beneficiárias, 11.225.438 declararam ter renda por pessoa de até R\$ 85,00. O programa, também, estimula o acesso a saúde e educação, condicionalidades importantes para que a família continue ativa no CAD. ÚNICO e receba o benefício.

O programa beneficiou inúmeras famílias no país. Na região nordeste os números dos beneficiários são relevantes para a dinâmica dos estados, haja vista, que a renda repassada pelo governo federal garante o consumo de bens essenciais, como alimentação, vestuário, material escolar, etc., possibilitando acesso aqueles que antes contavam com a própria sorte.

A tabela abaixo mostra o número de famílias assistidas pelo PBF na região, por unidade federativa, até dezembro de 2017.

Tabela 7 - Famílias beneficiárias do PBF - Nordeste, UF, Dezembro/2017.

Nordeste - UF	Número de famílias beneficiárias PBF
MA	992.053
PB	519.169
PI	449.586
AL	409.000
BA	1.850.846
PE	1.164.084
CE	1.053.101
RN	348.507
SE	281.625

Fonte: DEBEN/SENARC/MDS. Folha de pagamento do PBF, janeiro/2018; Cadastro Único de dezembro/2017.

Adaptado: Cristiane da Silva (2018).

Em 2017, Alagoas, contava com 409.000 famílias beneficiárias. Em 2018, de acordo com o MDS (2018) são 412.116, famílias assistidas pelo programa Bolsa Família, ou seja, aproximadamente 32,95% da população são beneficiadas. O órgão aponta que, em dezembro de 2018 o valor transferido aos beneficiários foi de R\$ 79.428.048, 00 e o valor médio do benefício é de R\$ 192,73 por família.

No estado, o programa garante uma mínima condição de vida às populações que se encontram em níveis de extrema pobreza e também, contribui com o bem estar das famílias e o desenvolvimento da autonomia feminina. Na maioria das famílias beneficiárias do PBF a mulher, é a responsável familiar.

Fernando Antonio da Silva (2017) aponta que no estado de Alagoas, apenas, Maceió dentre todas as cidades da Região Canavieira, há um número maior de pessoas recebendo PBF e logo após, União dos Palmares. O autor demonstra que, em União dos Palmares, maior parcela dessas beneficiárias encontra-se na periferia da cidade e que a dinâmica do Programa Bolsa Família garante a atuação das pequenas atividades do circuito inferior, que busca se instalar onde é possível abarcar esse considerável contingente da população.

Além disso, o programa amplia o consumo de certos extratos da população. Isso ocorre com aumento mesmo que limitado da renda. Essa pequena quantia repassada pelo

governo federal é na maioria dos casos, a única fonte de consumo da população pobre. Isso é bastante visível em União dos Palmares.

Conforme, o Atlas do Desenvolvimento Humano de 2010, no município, a renda per capita mais que dobrou entre 1991 e 2010. A população em situação de extrema pobreza, também, decaiu no mesmo período, bem como, o número de pobres que diminuiu mais de 50%, conforme podemos observar, na Tabela 8.

Tabela 8 - Renda, Pobreza e Desigualdade-Município-União dos Palmares – AL, (2013).

	1991	2000	2010
Renda per capita	R\$ 142,26	183,75	313,92
% de extremamente pobres	41,99%	32,85%	15,38%
% de pobres	73,60	62,28	36,82

Fonte: http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/uniao-dos-palmares_al

A diminuição nos índices de extrema pobreza e pobreza está relacionada aos programas sociais implantados pelo governo de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006/2007-2010), durante seus dois mandatos, continuados por Dilma Rouseff (2011-2014/ 2015-2016). A ampliação do Programa Bolsa Família permitiu aumentar, o consumo de alimentos pelas famílias de baixa renda. Para garantir a diminuição dos índices de subnutrição infantil, as Equipes de Saúde da Família acompanham o peso das crianças por faixa etária. Também, para que as famílias recebam o benefício é necessário, que os filhos estejam matriculados nas escolas.

Abaixo, a tabela 9 traz dados da evolução das famílias assistidas pelo programa entre os anos de 2004 a 2016 e o aumento dos valores repassados ao município para beneficiarem as famílias cadastradas no programa, pelo CAD. ÚNICO, na cidade de União dos Palmares.

Tabela 9 - Evolução do número de famílias e valores anuais repassados pelo PBF (2004-2016), União dos Palmares - AL.

Ano	Nº de famílias	Valores repassados
2004	5.791	2.885.633,00
2005	6.784	4.280.135,00
2006	8.402	5.403.526,00
2007	8.100	6.414.419,00
2008	8.222	7.769.517,00
2009	8.330	9.313.109,00
2010	9.623	11.299.517,00
2011	9.441	13.487.785,00
2012	10.070	15.015.086,00
2013	9.357	15.392.282,00
2014	9.809	16.519.264,00
2015	9.365	16.991.697,00
2016	9.355	17.034.201,00

*Quantidade referente a dezembro de cada ano

Fonte: Fernando Silva (2017, p. 206).

Fernando Antonio da Silva, (2017) aponta que União dos Palmares teve, cerca de, 45% de sua população incluída no Programa Bolsa Família - PBF em 2015 e que desde 2004 vem apresentando um alto índice no número de famílias beneficiárias. Essa realidade encontra explicação nas especificidades de pobreza do município. Destaca-se ainda, uma redução no número de famílias beneficiárias, que segundo Silva (2017, p. 206) ocorreu “em função da atualização cadastral [...]. Trata-se de um procedimento de rotina do Programa, já que, em realidade, o benefício é concedido somente por dois anos, ficando sua renovação condicionada à atualização dos dados no CAD.ÚNICO.”

O MDS (2018) ressalta que, em União dos Palmares, em 2018, há um total de 9.577 famílias beneficiárias do Programa Bolsa Família, equivalente a aproximadamente 39,14% da população total do município e inclui 976 famílias que sem o programa, estariam em condição de extrema pobreza. Em dezembro de 2018, foram transferidos R\$ 1.504.477.00, às famílias do programa e o benefício médio repassado foi de R\$ 157,09 por famílias. Ainda, segundo o órgão, conforme estudo realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), fundação pública federal vinculada ao Ministério do Planejamento, a cada R\$ 1,00 transferido

às famílias do programa, o Produto Interno Bruto (PIB) municipal tem um acréscimo de R\$ 1,78. A cobertura do programa é de 116,92% em relação à estimativa de famílias pobres no município.

Diante desse viés, constatamos que, além, do Bolsa Família está vinculado à proteção da família em situação vulnerável, é também, um dispositivo de movimentação da economia, pois, a renda repassada a população promove a dinâmica do comércio local.

O benefício social é um importante aparato para as famílias brasileiras, alimenta as atividades econômicas existentes nas cidades. Carvalho (2016) afirma que essas medidas do governo chegam às famílias mais pobres e localidades mais distantes, e que são eles que movimentam parte considerável do comércio local e dinamizam a produção da economia popular. O pequeno comércio e as feiras têm suas dinâmicas determinadas, em grande parte, por essa renda, tanto no Estado de Alagoas como em cidades do interior do estado, a exemplo de União dos Palmares.

O PBF confere uma nova dinâmica ao espaço urbano de União dos Palmares, em ambos os circuitos da economia urbana, que decerto participam de configuração na rede urbana. Fernando Silva (2017), afirma que os elementos do subsistema superior e inferior que compõem diretamente a conformação do Bolsa Família, não se encontram isolados na economia urbana e que muito menos cada circuito pode se explicar por si mesmo, o que percebe-se são novas e complexas relações entre pobreza e a riqueza nas cidades. Além disso, para o autor (2017), uma das características primordiais do Bolsa Família reside no fato de transferir pequenos valores para um número expressivo de beneficiários. *“Esse fator torna-se responsável pela pulverização de atividades do circuito inferior no espaço urbano (...)”* (SILVA, 2017, p. 204).

Neste sentido, União dos Palmares demonstra a importante participação dos programas sociais para as famílias, que em sua grande parcela a renda é oriunda de programas assistenciais do governo federal como o PBF e outros programas sociais. De acordo, com o IPEA (2012) tem-se uma estimativa de 1.604 famílias cadastradas em outros programas assistenciais. Todavia, após, o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff está ocorrendo cortes em programas sociais, como também, há cortes nos serviços de educação e saúde, reforma da previdência, terceirização, privatização e outros direitos.

Segundo **jornalgg³⁰** (2018), o então governo golpista e ilegítimo, em 10 meses cortou quase um milhão de famílias, que recebiam em média, R\$ 177,71 por mês, do Programa Bolsa Família. Em abril, 312 mil famílias perderam o benefício; e entre junho e julho do ano passado (no caso de 2017) mais de 935 mil famílias ficaram desprotegidas contra a fome e a pobreza. Os cortes evidenciam como governos não progressistas, não estão preocupados com a crise social instalada no país e que prejudica, sobretudo, a população pobre.

Todavia, os cortes no PBF, impactam no o fluxo da economia local e na vida das famílias em União dos Palmares, pois, o montante injetado na cidade por esse benefício se caracteriza como investimento positivo, sobretudo, após, o fechamento do único setor industrial (a Usina, mencionada anteriormente), no qual a população buscava ocupação.

O Bolsa Família implementa novas formas de organização em União dos Palmares, suas características de atender a um número cada vez maior de famílias, chama atenção de agentes do circuito superior que buscam diante, da nova dinâmica de consumo dos pobres, abarcar o maior número de pessoas possíveis, e assim, drenar os recursos locais, ao mesmo tempo que direciona o consumo das famílias. Na cidade de União dos palmares, isto é, bastante visível com a instalação de firmas pertencentes ao subsistema superior da economia urbana, (Grupo *Walmart*, com uma loja da rede de Supermercados Todo Dia, rede de Farmácias Permanente, Pague Menos, Trabalhador do Brasil, uma loja Magazine Luiza, a chegada de uma loja da rede Americanas), que projetam seus comércios para atender a população de menor poder aquisitivo, ofertando produtos e preços diversificados.

A chegada desses estabelecimentos aumenta a pulverização das atividades do circuito inferior, que buscam formas de atuação perto de localizações específicas, onde há maior fluxo de pessoas. O circuito inferior desempenha papel fundamental para a economia em União dos Palmares que conforme, Milton Santos (2009a) tem uma lógica organizacional e de funcionamento próprio.

Assim, o circuito inferior é marcado pela capacidade de criatividade dos agentes para continuarem atuando e sua existência está intrinsecamente vinculada ao conhecimento dos interstícios das cidades. O subsistema estabelece uma relação com o meio construído em que se instala, “desempenhando um papel primordial na absorção dos excluídos” (ALMEIDA, 2000, p. 140). María Laura Silveira (RII - VIII Seminário Internacional) aponta, que o meio

³⁰ <https://jornalgg.com.br/politicas-sociais/governo-corta-bolsa-familia-de-quase-1-milhao-de-familias/> acesso em 09 de Fevereiro de 2019, às 20:21hrs.

construído é uma totalidade que permite olhar ao mesmo tempo, os sistemas de ações, ou seja, ver a cidade como um conjunto solidário e contraditório, de divisões do trabalho.

Os indivíduos, pertencentes ao circuito inferior da economia urbana, buscam, sobremaneira formas de resistência e sobrevivência e encontram meios de atuação nos subespaços da cidade, seja em seu centro ou na sua periferia, visível na paisagem urbana de União dos Palmares.

CAPITULO 5 - O CIRCUITO INFERIOR DO RAMO DE VESTUÁRIO EM UNIÃO DOS PALMARES-AL

5.1 - As empresas do ramo de vestuário do circuito inferior da economia urbana em União dos Palmares

Como toda cidade tende a se desenvolver em determinado espaço que lhe concede a possibilidade de comportar um aglomerado de pessoas, funções e estruturas, União dos Palmares - AL possui características que são próprias de sua dinâmica espacial, consequência do uso desigual de seu território. Nesta perspectiva, destacam-se na formação da cidade o centro e as zonas periféricas, com características articuladas e diferenciadas conduzindo à dinâmica e o uso do espaço urbano.

[...] a cidade em si, como relação social e como materialidade, torna-se criadora de pobreza, tanto pelo modelo socioeconômico, de que é o suporte, como por sua estrutura física, que faz os habitantes das periferias [...] pessoas ainda mais pobres. A pobreza não é apenas o fato do modelo socioeconômico vigente, mas, também do modelo espacial (SANTOS, 2009b, p.10).

A cidade de União dos Palmares é constituída, de grandes bairros periféricos. Bairros, sem infraestrutura adequada para atender a maior parte da população que é majoritariamente de pessoas pobres. Fernando Silva (2014) afirma que estes bairros cresceram principalmente entre as décadas de 1970 e 1990. E outros mais recentes, construídos após, a enchente de 2010³¹, para abrigar os desalojados.

Os bairros possuem uma parcela considerável das atividades ligadas ao circuito inferior, no entanto, como já enfatizamos anteriormente, a concentração do comércio, dos bancos, dos serviços públicos e privados na área central da cidade atrai diariamente um grande fluxo de pessoas favorecendo as atividades do circuito inferior que aí se instalam.

O circuito inferior na cidade de União dos Palmares abriga uma miríade de empresas com diferentes capacidades de utilização dos interstícios da cidade. Cada atividade estabelece uma interrelação com o meio construído revelando sua capacidade de uso do território. As classes médias têm um papel relevante na dinâmica do circuito inferior, pois, tanto consomem

³¹A enchente de 2010 foi uma catástrofe ambiental que ocorreu em junho de 2010 ao longo dos rios Uma, Sirinhaém, Piranji, Mundaú e Canhoto. Mais de 30 municípios dos estados de Alagoas e Pernambuco declararam situação de emergência. A cidade de União de dos Palmares no estado Alagoas sofreu um imenso impacto socioambiental, reflexo desse desastre, que devastou as comunidades locais deixando centenas de desabrigados e alguns mortos.

bens e serviços do circuito superior, como também, são consumidoras de bens e serviços ofertados pelo circuito inferior.

O circuito inferior constitui [...] uma estrutura de abrigo para os cidadãos, antigos ou novos, desprovidos de capital e de qualificação profissional. Esses encontram bem rápido uma ocupação, mesmo que seja insignificante ou aleatória. A tendência das camadas médias e abastadas de consumir mais serviços pessoais quanto mais baixos forem os custos, assim como o fracionamento infinito das tarefas e das empresas, multiplicam os empregos: sapateiro, alfaiate, pequenos mercados e vendedores ambulantes, carroceiros e motoristas de táxi, [...]. Algumas profissões, [...] acham-se no limite de mendicância. Inteiramente significativa é a expressão empregada por Hedi Eckert (1970, p. 35) [...] onde “60% da população ativa ‘dão um jeitinho’ para viver” (SANTOS, 2008, p. 202:203).

Nas áreas centrais essa relação entre a classe média e o circuito inferior é mais evidente. No entanto, nas periferias de União dos Palmares, o circuito inferior se prolifera entre uma população majoritariamente de pobres. A dificuldade de mobilidade urbana é um dos fatores, que explica essa proliferação de atividades do circuito inferior nas áreas periféricas. Nos bairros da periferia são os próprios moradores locais que consomem bens e serviços do circuito inferior, diferentemente da área central que recebe moradores de diferentes bairros da cidade, como também, de cidades vizinhas, como já afirmamos anteriormente. A possibilidade de comprar fiado, também estimula o consumo do circuito inferior na periferia.

Nesse contexto, abordaremos a caracterização das pequenas atividades do ramo de vestuário em União dos Palmares, sua importância no conjunto da economia urbana local e como o dinamismo dos agentes se dá de forma diferenciada no centro e na periferia.

5.1.1 - Caracterização dos agentes do circuito inferior da economia urbana de vestuário

Diante da expressividade de atuação das micro e pequenas empresas do ramo varejista de vestuário em União dos Palmares na sua paisagem urbana, aplicamos 140 questionários entre o centro e a periferia para entender as características de funcionamento das empresas, sua atuação e zona de influência na cidade. Os questionários foram subdivididos entre o centro, onde se encontram maior parcela dos estabelecimentos comerciais, bens e serviços e na periferia do bairro Roberto Correia de Araujo, por seu caráter histórico e singular na formação e constituição da economia na cidade e por seu expressivo comércio que alcança extratos da população de outros bairros vizinhos.

Tabela 10 - Total de entrevistados no bairro do Centro e na Periferia (Bairro Roberto Correia de Araujo), 2018.

Agentes da Pesquisa	Centro	Periferia (bairro Roberto Correia de Araújo)
Comerciantes (proprietários)	40	15
Funcionários (vendedores)	40	15
Feirantes	30	-
Total	110	30

Fonte: Trabalho de campo (2018).

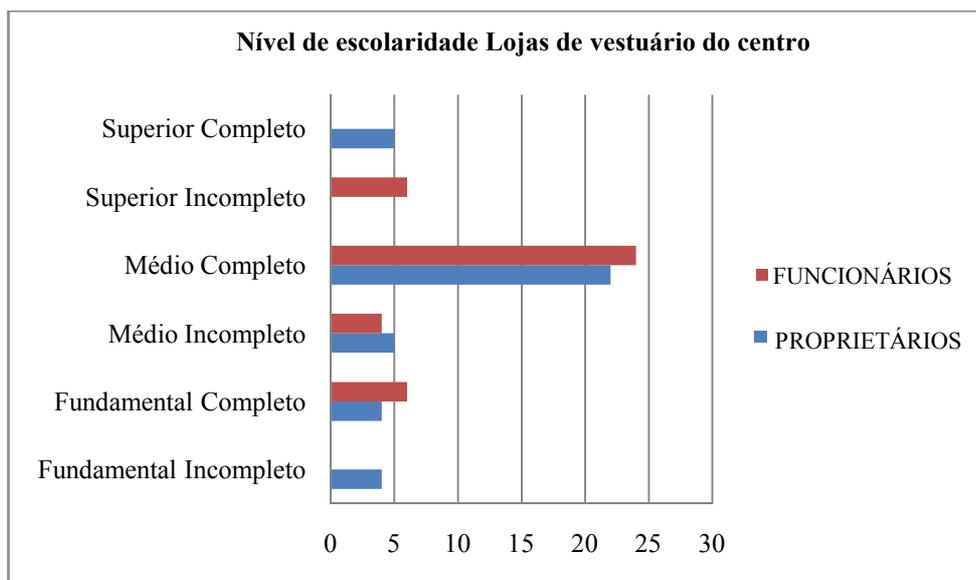
Sabemos que os agentes do circuito inferior são importantes para economia, fornecem trabalho e renda para um número cada vez maior de pessoas. Sua existência possibilita a criação de formas de atuação dos agentes hegemônicos na cidade. O circuito inferior é representatividade dos agentes mais pobres, que criam condições de sobrevivência nas áreas urbanas, mesmo áreas precárias. Suas atividades sobrevivem de relações contíguas com o local.

Dentro desta perspectiva, procuramos enfatizar algumas das características dos agentes das micro e pequenas empresas do vestuário que compõe a cidade de União dos Palmares. A falta de qualificação é algo que fazem os agentes recorrer à empregabilidade em atividades mais comuns na cidade. Além disso, o grau de escolaridade desses indivíduos é baixo, isso explica o subsistema inferior, como um campo de refúgio a essas pessoas. A falta de emprego implica no surgimento dessas atividades e o número de pessoas que buscam ocupação. Os rendimentos baixos, também fazem parte da caracterização do circuito inferior, suas atividades não necessitam de um nível educacional elevado.

Com relação ao grau de escolaridade dos indivíduos das atividades pesquisadas, no centro e na feira livre, o resultado do nível educacional, demonstra que, a maior parcela possui o ensino médio. Os entrevistados atribuem essa falta de qualificação, à entrada precoce no mercado de trabalho e na maioria das vezes torna-se impossível conciliar com os estudos. A jornada de trabalho é exaustiva extrapola mais de 8 horas diária. Os entrevistados afirmaram que ao concluir o ensino médio, começam a procurar ocupação e ajudar nas despesas domésticas, outros até antes da conclusão do curso.

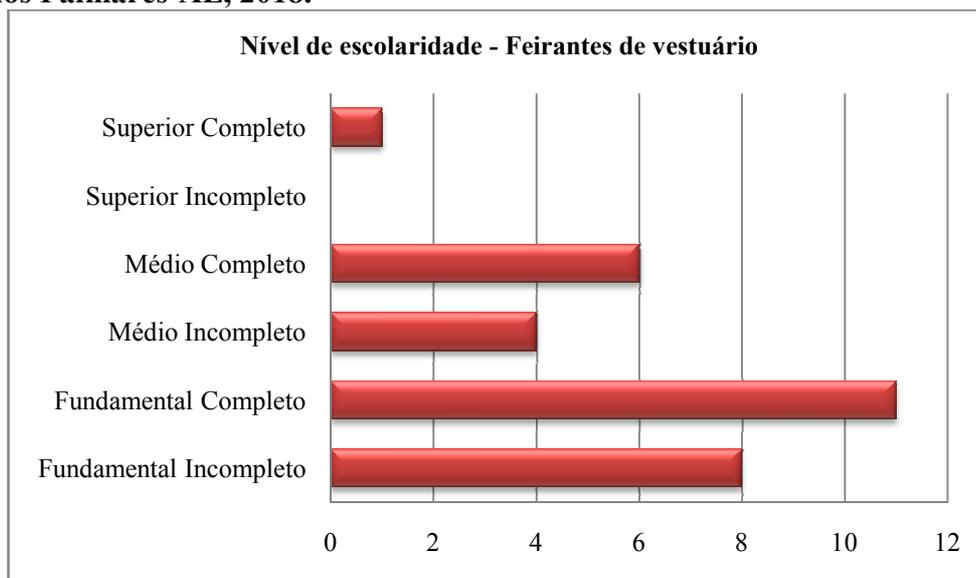
Essa é a realidade de muitas populações que atuam no circuito inferior. Já com relação ao ensino superior, entre esses indivíduos o número é muito pequeno. E a parcela de analfabetos nas atividades pesquisadas, é inexistente.

Gráfico 4 - Nível de Escolaridade das lojas de vestuário do Centro de União dos Palmares-AL, 2018.



Fonte: Trabalho de campo (2018).

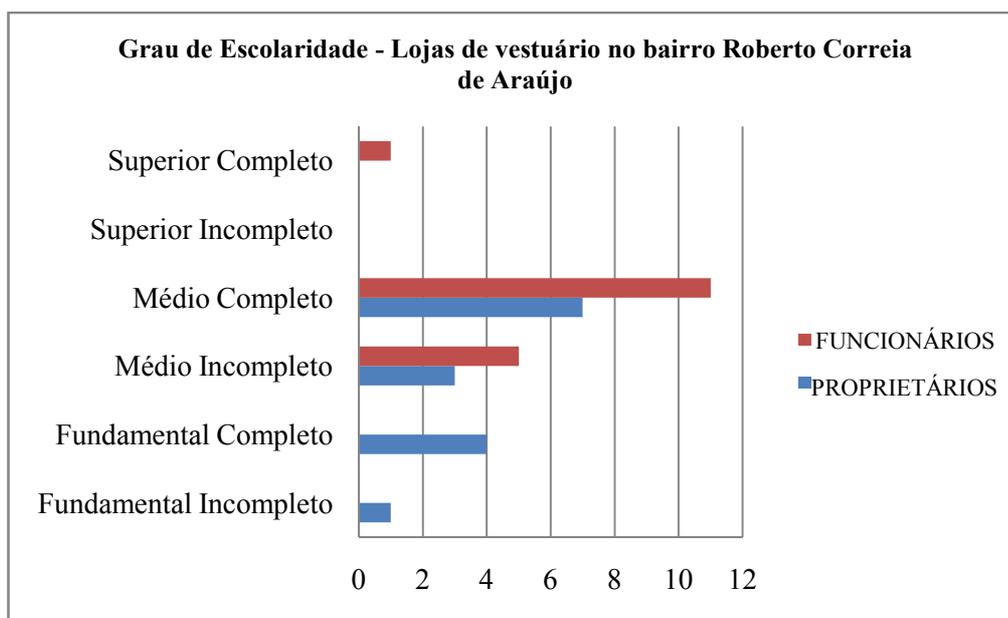
Gráfico 5 - Nível de Escolaridade dos feirantes de vestuário do Centro de União dos Palmares-AL, 2018.



Fonte: Trabalho de campo (2018).

O bairro Roberto Correia de Araújo, também, chamado Robertão, apresenta esta realidade. Muitos dos entrevistados estão cursando o ensino médio, outros já concluíram. Apenas um (01) funcionário entrevistado afirmou ter concluído o ensino superior.

Gráfico 6 - Nível de Escolaridade das lojas de vestuário no bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL, 2018.



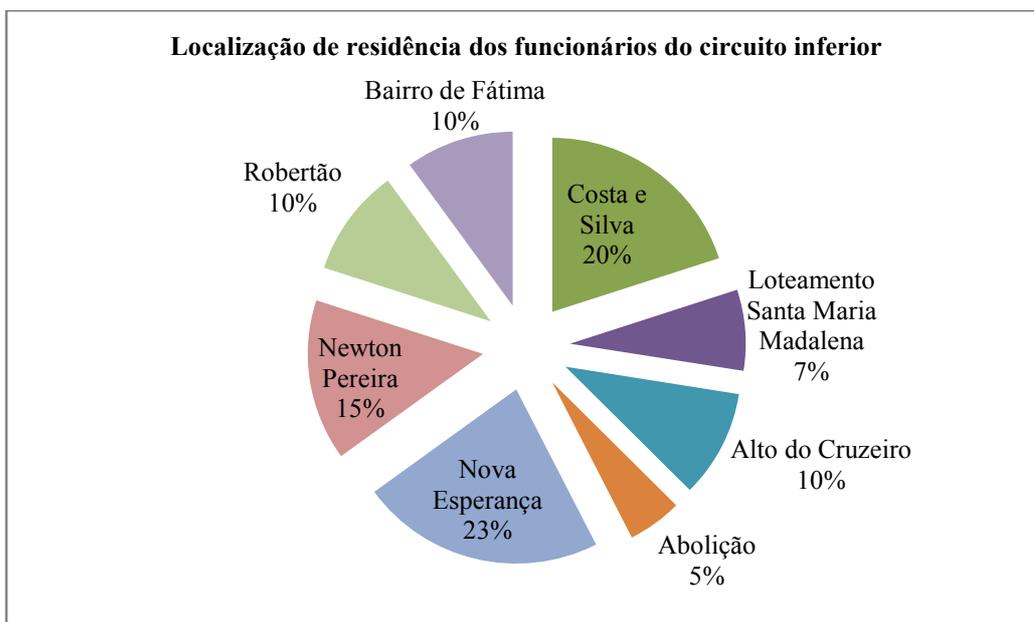
Fonte: Trabalho de campo (2018).

Sobre a caracterização do local de moradia, no bairro Roberto Correia de Araújo, a maioria dos empregadores e empregados, residem no bairro 99%, e 1% afirmou residir no bairro Cohab, próximo a periferia do bairro Robertão.

Já no centro da cidade, entre os entrevistados, a maioria dos proprietários reside nos bairros da área central. Já o proprietário da loja, *Atacadão R\$10,00*, o proprietário reside na cidade de Arapiraca em Alagoas.

Com relação à localização de moradia dos empregados, 23% se deslocam diariamente de segunda a sábado do conjunto Residencial Nova Esperança para trabalharem no centro da cidade. Os demais bairros totalizaram; 5%, 7%, 10%, 15% e 20%.

Gráfico 7 - Localização de residência dos funcionários do circuito inferior de União dos Palmares/ centro, 2018.



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Sobre os locais de moradia dos comerciantes da feira livre, os bairros mencionados na pesquisa foram: Cohab I e II, Loteamento Santa Maria Madalena, Costa e Silva, Nova Esperança, Newton Pereira, Roberto Correia de Araújo, Abolição e Centro.

5.1.2 - A dinâmica das empresas do circuito inferior de vestuário - no centro e na periferia

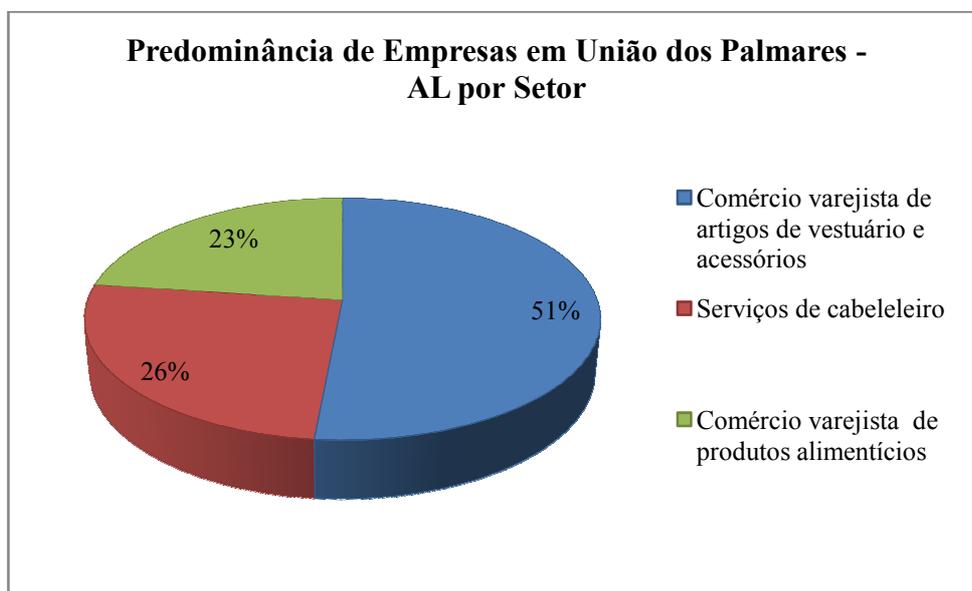
Como enfatizamos no capítulo 4, as Micro e Pequenas Empresas têm um papel importante para a economia, do município de União dos Palmares. São empresas que possuem um caráter expressivo do circuito inferior da economia urbana e são importantes, na criação de ocupações de trabalho para maioria da população, de União dos Palmares/AL.

Dos 140 questionários aplicados, no segmento do ramo de vestuário, notamos que grande parcela das empresas, também, disponibiliza para comercialização, acessórios, calçados, produtos de beleza, perfumaria e cosméticos. Isso reafirma a presente diversificação no circuito inferior que oferece produtos variados conseguindo manter a atividade em funcionamento, pois, atrai mais clientes garantindo as vendas.

Esse processo de diversificação das atividades é característico da alternativa de sobrevivência. Em União dos Palmares a dinâmica dos pobres, mantém a cidade viva e

tornam visíveis as relações entre a sociedade e o espaço em que estão inseridas. São os pobres, ainda que, limitados de mobilidade que dinamizam os espaços urbanos. Essa dialética contraditória e complementar reflete o espaço produzido pela sociedade. São atividades tanto do ramo de vestuário (caso de nossa análise), cabeleireiros e produtos alimentícios que estão visíveis em sua paisagem urbana.

Gráfico 8 - Principal Predominância de Empresas em União dos Palmares por Setor (2017).

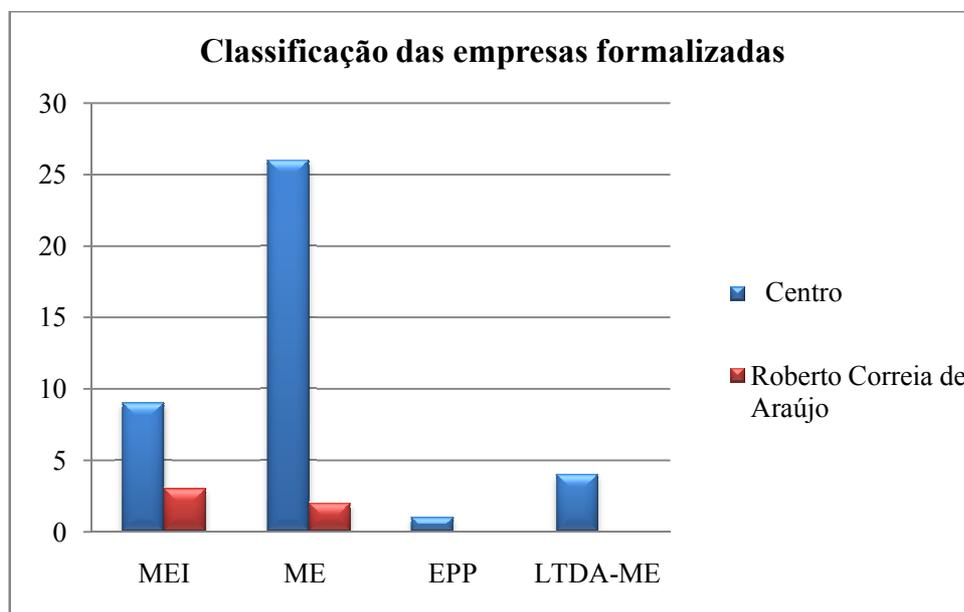


Fonte: Portal do Empreendedor (2017).
Adaptado: Cristiane da Silva (2018).

Os dados da secretaria de comércio da cidade, a partir de estatísticas do Portal do Empreendedor (2017) demonstram que União dos Palmares possuía, em 2017, um total 1.457 empresas registradas como MEI no comércio de artigos de vestuário, dos quais 51% como observado no gráfico 8, são do comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios. Essa atividade se apresenta expressivamente na sua paisagem urbana.

Assim, na análise de campo, nos dois bairros em que foram aplicados os questionários, a predominância das empresas encontradas no ramo de vestuário é do tipo, ME, MEI, LTDA-ME, EPP e trabalhadores autônomos que ainda, não formalizaram suas atividades.

Gráfico 9 - Percentuais das empresas formalizadas em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018)

O centro da cidade tem o maior índice de formalização das atividades, o que não quer dizer todas as empresas do circuito inferior do ramo de vestuário se encontram formalizadas.

O bairro Roberto Correia de Araújo tem índice menor de formalização, pois, o comércio é mais ocasional e está presente em sua maioria nas residências dos moradores e nas calçadas. Nesta localidade, o comércio de vestuário se configura como uma atividade de complementação da renda familiar. Nos últimos anos após, a enchente de 2010, que afetou o bairro periférico, o Robertão perde um pouco sua expressividade no comércio e os estabelecimentos comerciais diminuem significativamente. Um dos fatores é a migração da população para os bairros Newton Pereira Gonçalves e Nova Esperança, construídos, como já afirmamos, para abrigar os afetados pelo desastre ambiental. Porém, o Roberto Correia de Araújo continua em destaque por ser um bairro populoso e o único bairro da periferia que possui feira livre que funciona aos domingos.

Quadro 5 - Classificação das empresas do ramo de vestuário entrevistadas durante o trabalho de campo (2018).

Nome Fantasia	Tipo de Empresa	Localização
Dondoca	MEI	Centro
Vértice	ME	Centro
Infantlyly	ME	Centro
Sedução Moda Íntima	ME	Centro
Norma Boutique	ME	Centro
Elly's	ME	Centro
Sulancão Caruaru	ME	Centro
Real Magazine	LTDA-ME	Centro
Sonia Modas	ME	Centro
Você Bonita	MEI	Centro
Start Modas	ME	Centro
Casa Marta	LTDA-ME	Centro
Ápice	ME	Centro
Terno.com	LTDA-ME	Centro
Karmem Boutique	ME	Centro
Patrícia Modas	ME	Centro
Belíssima	ME	Centro
Clothes	EPP	Centro
Joana Modas	ME	Centro
Real Modas	ME	Centro
Magazine Veja e Vista	ME	Centro
União Pro surfwer	ME	Centro
Tentação Moda Íntima&acessórios	ME	Centro
Marycota	ME	Centro
Nayara Confecções	ME	Centro
Line e Jean Modas	ME	Centro
Lojas Myllena	ME	Centro
KS Preço único R\$8,00	MEI	Centro
Ana Paula Modas	MEI	Centro
Porfirio Jeans	ME	Centro
M12 (Moda Mix 12)	ME	Centro
LOOK	ME	Centro
Adrys Modas	ME	Centro
Dona Bonita	MEI	Centro
Baby Kids Enxovais	MEI	Centro
Leleka	MEI	Centro
Lojão do Povo	MEI	Centro
Megaduran Jeans	MEI	Centro
Dona LU	MEI	Centro
Atacado R\$ 10,00	LTDA-ME	Centro
Total de lojas no centro	40	
Domarca	ME	Roberto Correia de Araújo
JanesStillys	ME	Roberto Correia de Araújo
Variedades Modas	MEI	Roberto Correia de Araújo
Maria TerezaConfecções	MEI	Roberto Correia de Araújo
Vista-se	MEI	Roberto Correia de Araújo
Total de lojas no Robertão (periferia)	05	

Fonte: Trabalho de campo (2018).

No centro da cidade as lojas de vestuário atuam em diferentes segmentos, moda praia, infantil, infanto-juvenil, masculino, feminino, moda *fitnes*, cama, mesa e banho e acessórios. Fernando Silva (2017) assevera que a “atuação do circuito inferior nessa demanda é, em boa medida, condicionada pelas possibilidades de localização dos pequenos negócios nas áreas centrais dessas cidades [...]” (SILVA, 2017, 277). Possibilidades condicionadas pelo intenso fluxo diário de pessoas.

No centro o fluxo de pessoas e bens para consumo se destaca pela aglomeração de atividades e em função da localização da rodoviária municipal, que recebe os transportes intermunicipais de São José da Laje, Ibateguara, Murici, Branquinha, Distrito de Rocha Cavalcante e dos bairros Várzea Grande, Conjunto Residencial Nova Esperança, Newton Pereira e Santa Fé. O transporte de passageiros contribui para o fluxo e a dinâmica do comércio.

Fernando Antonio da Silva (2017) enfatiza o apoio no poder público municipal, que resultou na promulgação da lei nº. 864, de outubro de 1997, e estabelece o Sistema de Transporte Alternativo no município de União dos Palmares que contribui para estabelecer as complementaridades entre União dos Palmares e os pequenos centros urbanos vizinhos.

Imagem 31 - Terminal rodoviário de União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Imagem 32 - Transporte intraurbano - destino aos bairros da cidade de União dos Palmares - Conj. Res. Nova Esperança, Newton Pereira, Povoado Santa Fé e Várzea Grande, (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Esse intenso fluxo no centro da cidade condiciona o surgimento, de novos empreendimentos do circuito inferior da economia no ramo de vestuário, pois, nesta área a força de atração das atividades é bem mais acentuada. Esse circuito inferior em União dos Palmares se apropria das relações com o local e torna-se, via de complementaridade de outras atividades existentes. São agentes que ao perceber a dinâmica do lugar e o fluxo de pessoas vêm possibilidades de atuação.

As empresas de vestuário no centro estão localizadas lado a lado, ora competem e ora se complementam, ofertando produtos praticamente idênticos. Algumas lojas disponibilizam produtos mais sofisticados (Boutiques, lojas com vitrines) a preços elevados, outras comercializam peças mais simples (lojas populares e lojas de preço único) com preços mais acessíveis. Dentro desta perspectiva, têm-se preços variados e o consumidor encontra diversas opções para o consumo.

Na feira livre e nas pequenas atividades, há uma variedade de preços que decerto estabelece a relação vendedor e consumidor. Os preços criam um forte dinamismo no consumo. As atividades populares como o “Atacadão R\$10,00”, instalado na cidade de União

dos Palmares no ano de 2018, comercializa peças no valor de R\$10,00, Moda Mix R\$12,00, A Pernambucana R\$ 12,00 e Capricho R\$12,00, comercializam as peças a preços fixos de dez e doze reais, também, vendem peças chamadas “importadas” que custam R\$15,00 reais. É importante salientar que estas lojas não comercializam o *jeans*, popular entre os consumidores. Este produto possui preços variados nos estabelecimentos, e também, na feira livre.

Tabela 11 - Preços dos *Jeans* e outras peças comercializadas em União dos Palmares, feira livre e nas lojas de vestuário, 2018.

	<i>Jeans</i>	Blusas	Vestidos	Shorts
Feira livre	70,00/ 85,00/	25,00/30,00/ 35,00/ 45,00/ 55,00	55,00/ 70,00/ 90,00/	40,00/ 55,00/
Lojas sem vitrines	70,00/ 85,00/ 120,00/ 145,00	25,00/30,00/ 35,00/ 45,00/ 55,00/ 60,00	80,00/ 90,00/120,00/	40,00/ 55,00/
Lojas com vitrines (Boutiques, Magazines)	170,00/ 200,00/ 250,00/ 300,00/ 350,00	60,00/ 75,00/ 90,00/ 120,00/	130,00/ 180,00/ 200,00	80,00/ 90,00/ 120,00/

Fonte: Trabalho de campo (2018).

O jeans comercializado em parte do comércio de União dos Palmares é adquirido pelos lojistas, nas cidades pernambucanas de Caruaru, Toritama e Santa Cruz e Capibaribe. Como já mostramos anteriormente, essas cidades confeccionam jeans e o ponto forte de produção é a cidade de Toritama. Desse modo União dos Palmares alimenta o circuito espacial produtivo dessas cidades.

Os preços dos *jeans* variam dependendo da marca comercializada, o tecido, o acabamento e o ambiente comercializado. As peças vendidas na feira livre têm preços mais baixos e parecidos com os produtos comercializados nas lojas sem vitrines (lojas populares). O público consumidor é no geral de baixa renda, mas, há também, extratos da classe média que consomem. Já nas lojas com vitrines (boutiques e magazines) e ambientes em que o estabelecimento é mais sofisticado, os preços são mais elevados e voltados para a classe média.

As marcas comercializadas, mais encontradas são: Rota do Mar, Gata Selvagem, Sport Company, Zaff, Megaduran *Jeans Wear*, Rosa Morena, Maria Bela, Pulo da Gata, *Usymy* etc.

Imagem 33- Lojas de vestuário com vitrines do centro em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

No bairro Roberto Correia de Araújo, os preços são mais ocasionais e mais próximos da população residente, em sua maioria de renda baixa. Nesta localidade, há também, uma maior flexibilização dos preços, negociável entre vendedor e consumidor. O *Jeans* e os demais produtos mencionados na tabela acima, no bairro, têm preços padronizados aos encontrados na feira livre do centro. Mas, como as rendas dos moradores são baixas, esses preços mesmo, assim, tendem a ser elevados para o consumo. Os moradores do bairro se deslocam ao centro da cidade, em busca de preços mais acessíveis as suas condições e pela diversidade de produtos ofertados.

Imagens 34 e 35 - Lojas da Rua Lindolfo Gomes Cabral (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

José E. dos Santos (2017), ao mencionar sobre a atuação dos preços, afirma que a formação de preços no circuito inferior apresenta uma maneira muito própria, pois, depende das condições ou fontes de abastecimento, da intensidade das relações não somente econômicas entre vendedor e consumidor. Desse modo, a formação do preço passa por uma discussão entre comprador e vendedor e assume a forma conhecida como, “pechincha”. Milton Santos (2008) chama estes de “preços de ocasião” que tende a satisfazer ambas as partes, o vendedor e o consumidor. Essas características estão presentes na feira livre e lojas de vestuário, exceto as “lojinhas de preços únicos” na cidade de União dos Palmares.

Os preços variam a partir das fontes de abastecimento. As empresas de vestuário na cidade de União dos Palmares, para renovar os estoques e garantir a circularidade nas vendas procuram centros próximos para abastecerem. Os próprios comerciantes vão buscar dos produtos. Em alguns casos encontrados, algumas atividades renovam os estoques, através, dos representantes de vendas.

5.2 - O fluxo de mercadorias e pessoas: o expressivo alcance territorial do circuito inferior do ramo varejista de vestuário

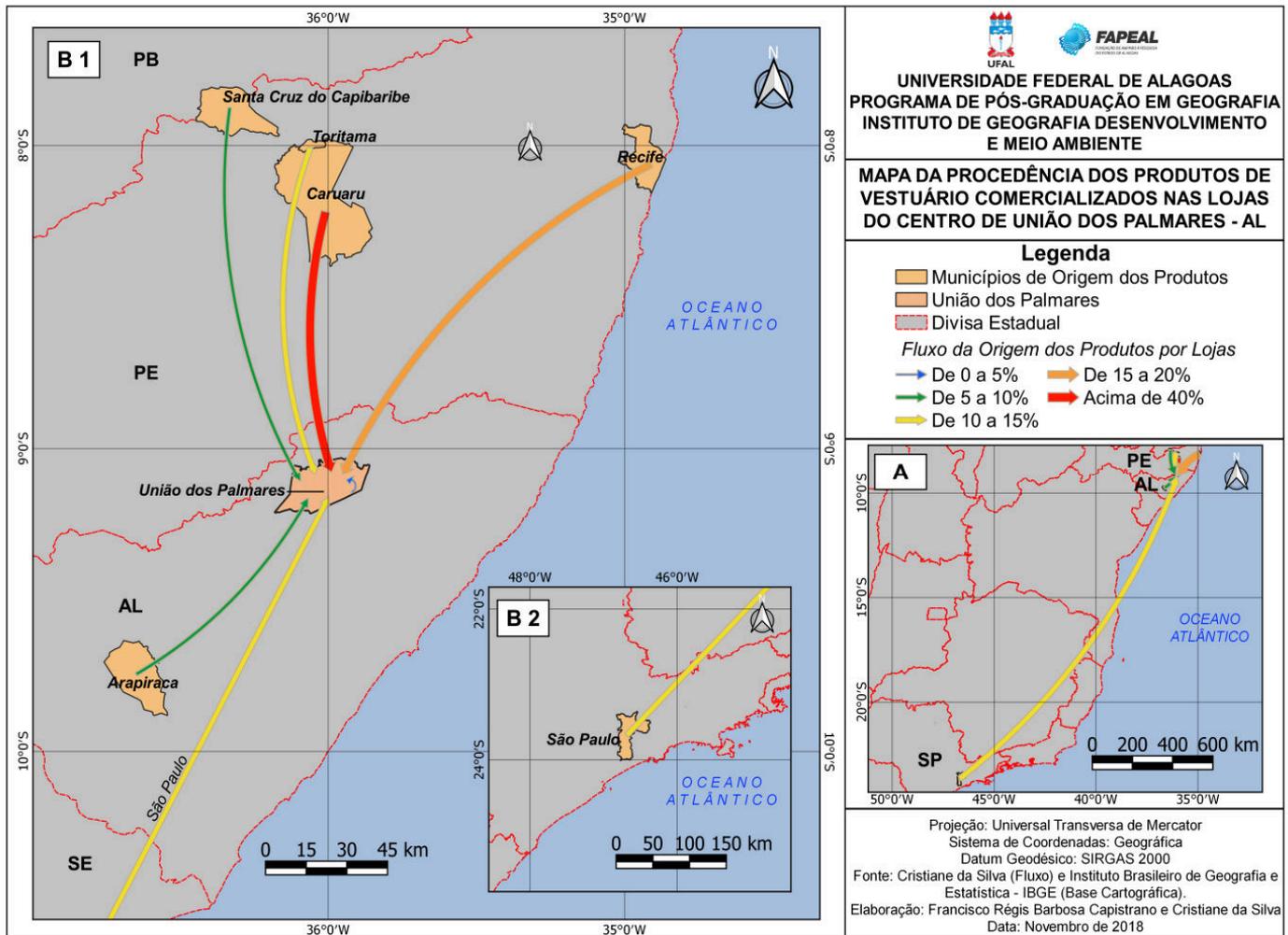
Segundo Silva Neto (2016), o circuito inferior da economia permite compreender o processo de circulação de mercadorias no território, demonstrando a crescente importância da circulação e sua função imprescindível no momento atual. A circulação permite apreender os

fluxos de mercadorias e pessoas, consistindo um importante arcabouço para compreensão das etapas do circuito espacial produtivo do vestuário. O fluxo de mercadorias permite compreender como os diferentes agentes se utilizam do território.

Na cidade de União dos Palmares, a principal fonte de abastecimento, para as empresas do ramo de vestuário, é o agreste pernambucano, como já enfatizamos. As cidades de destino são, Caruaru-PE com grande parte dos produtos mencionados nas entrevistas, em menor quantidade Toritama-PE, Santa Cruz do Capibaribe-PE, representantes de Recife-PE e produtos de Arapiraca-AL (as peças comercializadas em algumas atividades de “preços únicos” ou “lojinhas populares”). Outros comerciantes das empresas de vestuário têm como destino São Paulo-SP, uma ou duas vezes ao ano para compras nos bairros do Brás, Bom Retiro e 25 de março.

É notável que a origem dos produtos que abastecem os estoques das atividades em União dos Palmares, ultrapassa o limite local. Em União dos Palmares, os artigos comercializados não se restringem apenas aos produtos comprados localmente ou na própria região, mas, em outras regiões do país, seja por contato direto com a fonte ou por via do atacado distribuidor. Para Montenegro (2017), mesmo que grande parte dos insumos e dos artigos comercializados por pequenos comércios é de origem da cidade ou da região, onde se encontram localizados, hoje a topologia do circuito inferior torna-se mais complexa, na medida em que se integra com circuitos globais de mercadorias, como é o caso dos produtos chineses que são comercializados na feira e nas lojas de União dos Palmares, mesmo, que envolva apenas, a etapa de distribuição junto ao consumidor final como enfatiza a autora. Esse novo processo conforme Montenegro (2017) deve-se *“a ampliação das escalas que passa a permear a economia pobre (...) das cidades nos dias de hoje”* (2017, p. 369).

Mapa 5 - Origem dos produtos de vestuário comercializados nas lojas do centro em União dos Palmares-AL (2018).



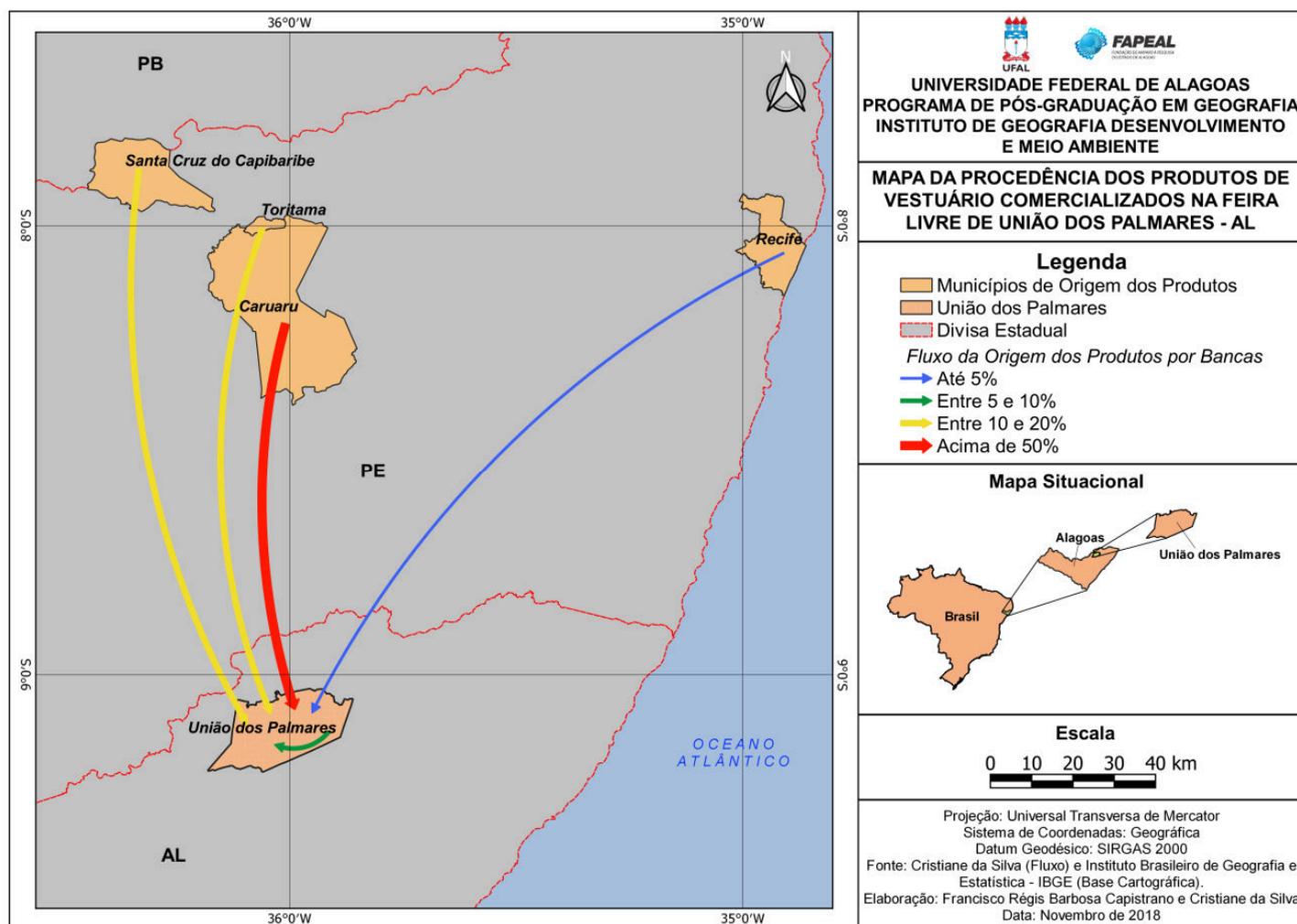
Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

Na feira livre, os produtos de vestuário, a maioria é de Caruaru-PE. Os comerciantes viajam semanalmente ou quinzenalmente. A proximidade com a cidade de Caruaru em Pernambuco condiciona a atuação do fluxo de mercadoria na feira e revela sua expressividade e referência na zona da mata alagoana.

Mas, apesar, da significativa importância da feira livre para a cidade, desde a sua formação até os dias atuais, os comerciantes vêm às vendas e o lucro diminuirão. Um (a) feirante que atua há 10 anos ressalta que: “os consumidores deixam de procurar a feira como alternativa de consumo e vão até as lojas populares que tem tomado conta da cidade, elas ofertam peças com preços muito abaixo das que vendemos e isso dificulta ainda mais nosso

trabalho e o nosso lucro. A feira já foi boa, hoje a gente vem trabalhar porque se ficar em casa é pior” (Entrevista concedida em 2018).

Mapa 6 - Origem dos produtos de vestuário comercializados na feira livre em União dos Palmares-AL (2018).



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

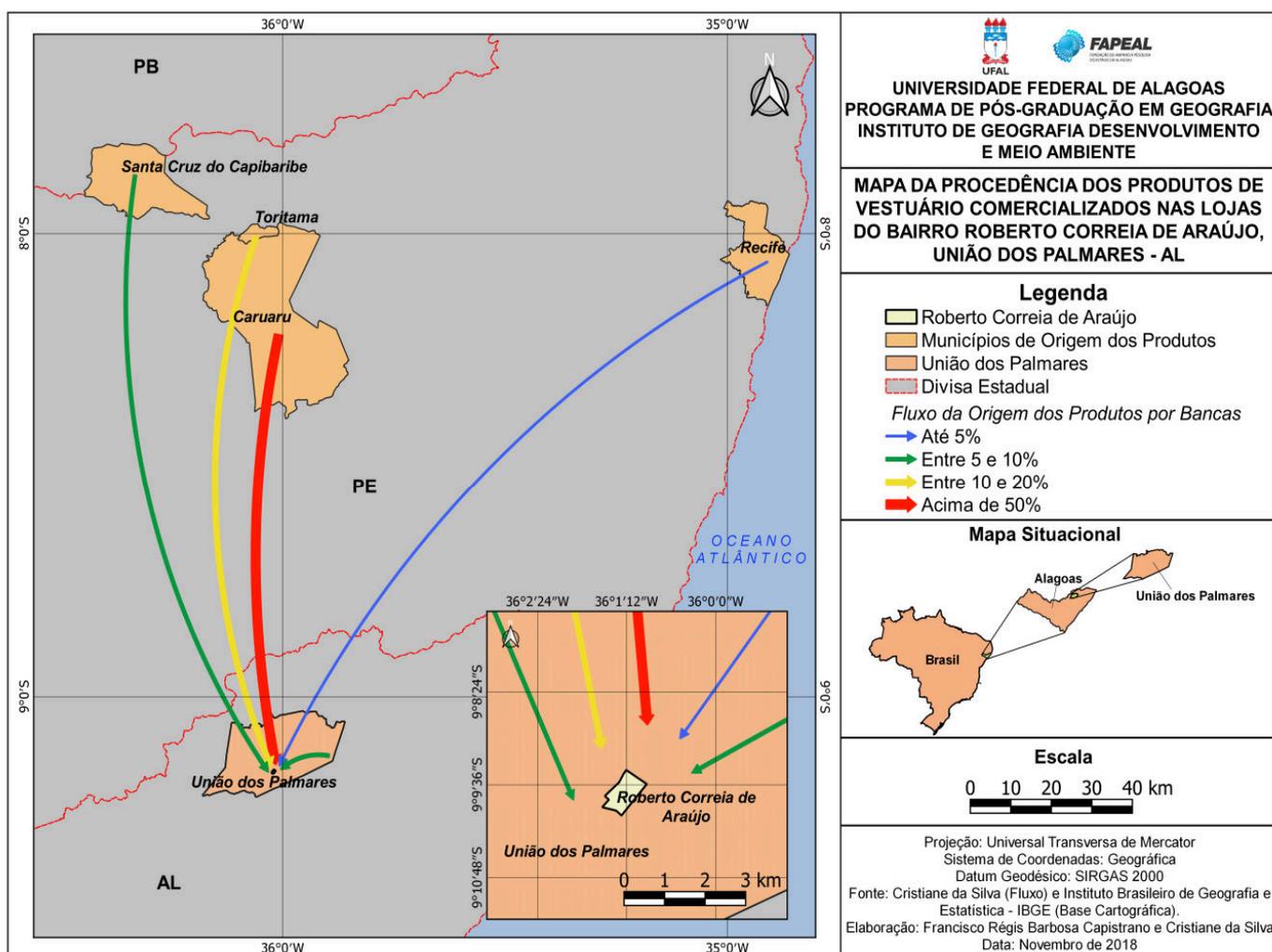
Na constante exigência de renovar os estoques, as empresas de vestuário procuram do centro urbano mais próximo para responder as necessidades imediatas. Essa necessidade alimenta os serviços de frete, outra atividade do circuito inferior. Os comerciantes fretam automóveis, para buscar produtos e abastecer os estoques. Os preços do frete para Caruaru-PE são, R\$ 280,00, ou seja, cada passageiro desembolsa o valor de R\$70,00 reais, sendo o lucro do proprietário do veículo por volta de R\$140,00. Outros vão de carro próprio. Há também, o transporte realizado por um proprietário de ônibus que de acordo, com Fernando Antonio da

Silva (2017), trabalha cerca de 20 (vinte) anos transportando feirantes e sacoleiras para comprarem confecções no agreste de Pernambuco. O faturamento médio segundo o autor chega a R\$ 1000,00, sendo o lucro por volta de R\$500,00.

Em relação ao bairro Roberto Correia de Araújo a dinâmica do comércio de vestuário é menor em relação à parte central. Abriga poucas empresas do ramo varejista de vestuário. Durante a pesquisa, constatou-se que, a maioria dos produtos é de Caruaru-PE.

O bairro possui parte relevante da população desprovida de renda e os comerciantes buscam adquirir produtos mais populares, com preços baixos, como os encontrados na feira de Caruaru. Outros comerciantes adquirem produtos na própria cidade.

Mapa 7 - Origem dos produtos de vestuário comercializados no Bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL (2018).



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

É perceptível, a diferença na dinâmica das atividades do circuito inferior do centro e do Roberto Correia de Araújo. Nesse espaço periférico, as atividades do circuito inferior do ramo de vestuário são desenvolvidas em muitos casos, na residência ou nas calçadas das moradias. Essa é uma possibilidade de renda encontrada por muitos para escapar de preços com aluguéis e outros custos, o que impossibilitaria o funcionamento. Essa maneira encontrada pelos agentes inferiores funciona como formas de solidariedade, contiguidade e socialibilidade entre os comerciantes e consumidores que residem nas proximidades

A dificuldade de mobilidade urbana é um fator central para entendermos a proliferação desse circuito na periferia da cidade. Como não existem ônibus ligando o bairro periférico, Robertão com o centro, a população depende basicamente dos mototáxis ou do transporte particular para se deslocar. Como o preço do transporte é alto para o poder aquisitivo da população, isso acaba favorecendo o consumo no próprio bairro. Somado a isso, como já enfatizamos a relação com os comerciantes permite barganhas de preços, compras a prestação.

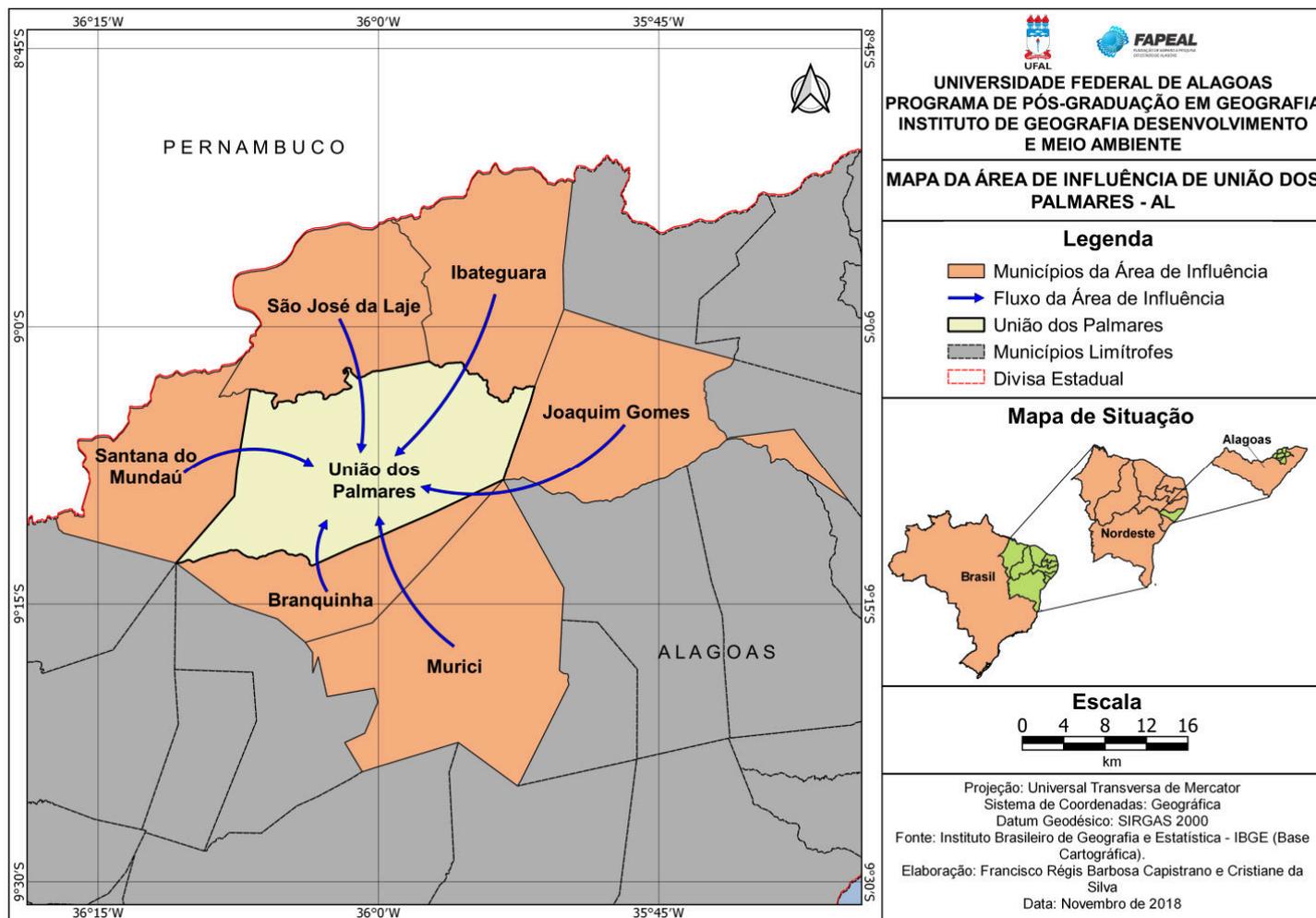
5.2.1 - Fluxo do consumo no circuito inferior: a origem dos clientes

O consumo, última etapa do circuito espacial produtivo do vestuário, tem o papel de atrair consumidores ávidos, de todas as classes sociais. No circuito inferior são tanto as classes médias, que procuram consumir mais produtos quanto menores são os preços, quanto às classes com rendas inferiores.

No ramo de vestuário a moda é cultuada como símbolo de desejo e representatividade de *status* na sociedade. Nos dias atuais o consumo é voraz. A chuva de publicidade a qual a sociedade está constantemente submetida é sobremaneira, direcionada para construção de uma sociedade do consumo. Em União dos palmares, a moda em seu caráter efêmero não passa despercebida pelos agentes sociais.

Assim, para compreender o fluxo do comércio de vestuário, buscamos em um primeiro momento captar a origem do público consumidor, que são populações tanto de União dos Palmares, como de outras cidades vizinhas.

Mapa 8 - Área de influência do comércio varejista de vestuário do centro de União dos Palmares/AL, origem do consumo, (2018).



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

A concentração das empresas de vestuário corrobora para o fluxo de consumo maior nos estabelecimentos, da Rua Tavares Bastos, Avenida Monsenhor Clóvis Duarte de Barros e Rua Marechal Deodoro, por onde circulam maior parte das pessoas e por ser nestas ruas que se concentram serviços bancários, clínicas ortodônticas, óticas, supermercados, serviços de lanchonetes e farmácias.

Imagem 36 - Lojas na Rua Tavares Bastos/ União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018)

Imagem 37 - Lojas na Rua Marechal Deodoro/ União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Imagem 38 - Lojas na Rua Marechal Deodoro/ União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Já o bairro Roberto Correia de Araújo, localizado na parte norte da cidade, Avenida João Lyra Filho que dá acesso ao município de União dos Palmares é uma área disputada pelo circuito inferior da economia ligada ao comércio de vestuário, além, das ruas José Hortêncio de Souza e Lindolfo Gomes Cabral, onde também, ocorre a feira livre aos domingos.

Imagem 39 - Lojas da Rua José Hortêncio de Souza (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

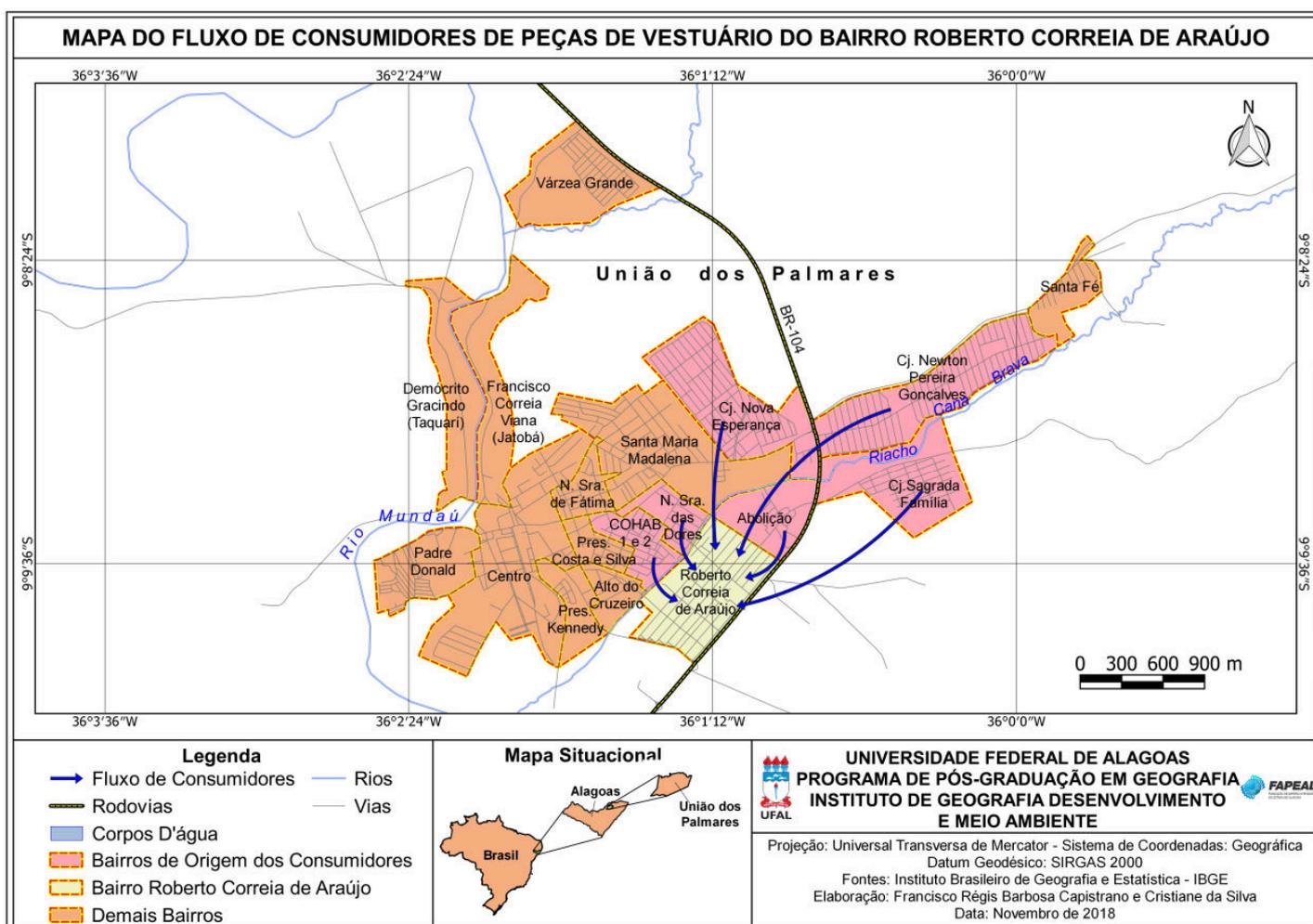
Imagem 40 - Lojas da Rua Lindolfo Gomes Cabral (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

O bairro periférico Roberto Correia de Araújo concentra atividades do circuito inferior, que está enraizado a dinâmica do Robertão. As atividades ligadas ao vestuário são ocasionais, se misturam nos serviços de cabeleireiros, perfumarias, cosméticos e produtos de beleza.

Mapa 9 - Mapa do fluxo de consumidores de peças de vestuário do bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL (2018).



Elaboração cartográfica: Francisco Régis Barbosa Capistrano e Cristiane da Silva (2018).

O bairro possui uma economia interna. A maior parte do consumo se dá na escala do próprio bairro. Outros bairros próximos, também, consomem no local, por terem uma maior proximidade com a população do comércio. O Robertão possui consumidores dos bairros vizinhos Nova Esperança, Newton Pereira, Sagrada Família, Nossa Senhora das Dores e Cohab 1e 2.

Para Montenegro (2017), nestes espaços, há toda uma economia interna, ou seja, uma produção e consumo que se realizam amparadas na contigüidade e proximidade.

A concentração da pobreza nas periferias das (...) cidades implica a presença de suas diferentes formas de trabalho, as quais se sustentam, por sua vez, no grande mercado pobre que reside nestas áreas e na ocupação intensiva de um meio construído precário e desvalorizado. Desenvolvem-se aí múltiplas atividades de uma economia popular que, (...) se completa na escala da cidade ou do próprio bairro e que se sustenta na freguesia da vizinhança (MONTENEGRO, 2017, p. 381).

É importante salientar que, os habitantes Robertão se dirigem ao centro quase sempre para realizar algum tipo de serviço, compras, saques, serviços de saúde e isso proporciona com que essa população, também, venha a consumir produtos ligados ao vestuário no centro da cidade.

5.3 - O circuito inferior gera riquezas no município.

As atividades do circuito inferior são responsáveis pela maior parcela da população ocupada e do consumo nas cidades. Estas atividades além, de garantir renda às populações urbanas são responsáveis, pela geração de riquezas nas cidades. Os custos para manter as atividades em funcionamento é uma característica. São despesas com água, luz, internet, funcionários e aluguel. O circuito inferior movimenta, por exemplo, o mercado de locação de imóveis mostra a tabela abaixo. O valor dos imóveis varia de R\$ 954,00 a 3.000,00. No bairro do Robertão, os preços são mais baixos como pode ser observado.

Tabela 12 - Valor dos Aluguéis em União dos Palmares, 2018.

Valor do Aluguel R\$/ Centro	Valor do Aluguel R\$/ Roberto Correia de Araújo*
954,00	500,00
1.000,00 a 1.500,00	500,00 a 1000,00
1.501,00 a 2.000,00	
2.001,00 a 2.500,00	
2.501,00 a 3.000,00	

Fonte: Trabalho de campo (2018).

*salientamos que no bairro Roberto Correia de Araújo, muitas das lojas de vestuário estão na residência dos indivíduos entrevistados e como o bairro não é dotado da infraestrutura encontrada no centro os preços dos aluguéis são mais acessíveis.

Os custos das atividades incluem Imposto Predial Territorial Urbano (IPTU), e isso demonstra como as atividades do circuito inferior em União dos Palmares geram receita para o município. A arrecadação tributária dos valores do IPTU decresceram entre os anos de 2013 a 2016, como mostra a tabela a seguir.

Tabela 13 - IPTU em relação à arrecadação tributação.

Ano	Média em União dos Palmares	Média nacional
2013	3,18%	24,15%
2014	4,90%	24,32%
2015	4,07%	25,01%
2016	2,73%	26,90%

Fonte: [http://www.deepask.com/goes?page=uniao-dos-palmares/AL-Imposto---IPTU:-Veja-](http://www.deepask.com/goes?page=uniao-dos-palmares/AL-Imposto---IPTU:-Veja-a-receita-tributaria-no-seu-municipio)

As atividades do circuito inferior da economia ligadas ao vestuário movimentam, ainda, outros serviços, é o caso do uso de propagandas em carros, bicicletas e motos que tem uma caixa de som e divulga o nome das lojas de vestuário, por exemplo. Essas atividades, ainda usam sacolas personalizadas que são consumidas por fornecedores da própria cidade. Muitas lojas usam maquinetas próprias para a realização das vendas. No centro das atividades pesquisadas, 36 lojas utilizam o cartão de crédito e quatro não utilizam (essas são especificamente as lojas populares ou de preço único). Já na Periferia do bairro Roberto Correia de Araújo, nove utilizam e seis não trabalham com parcelamento via cartão de crédito (essas trabalham com o fiado, como uma forma de crédito, para os consumidores mais antigos e próximos). Essas novas características agregadas ao circuito inferior aproximam essas atividades, do sistema financeiro. As lojas, também são consumidoras de produtos eletrônicos como aparelhos celulares e computadores.

Imagem 41 - Sacolas personalizadas das lojas de vestuário em União dos Palmares-AL (2018).



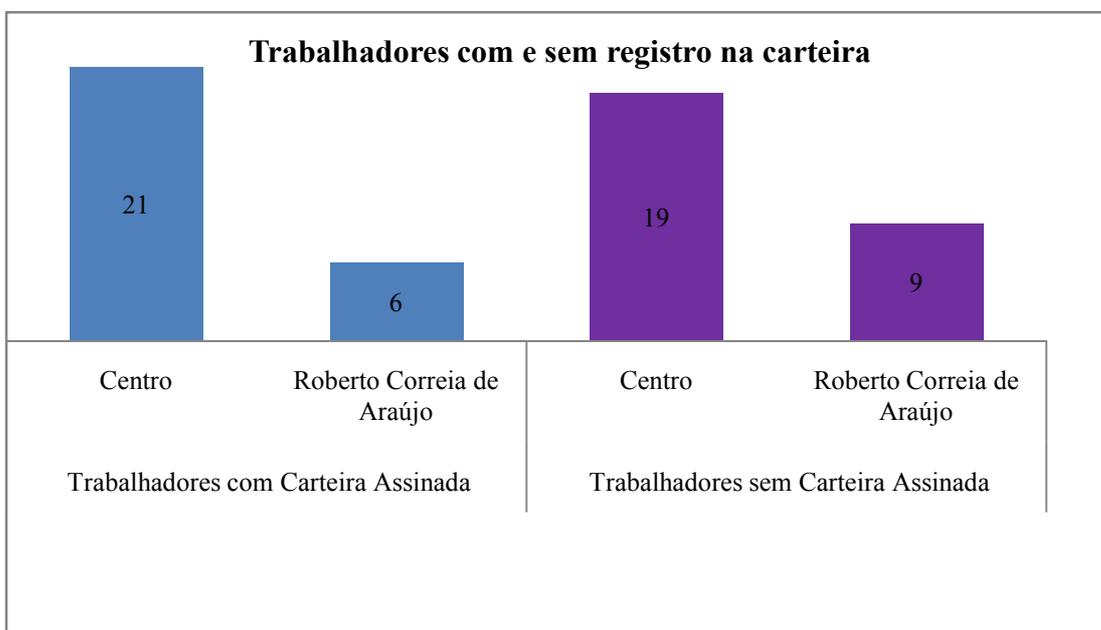
Fonte: Trabalho de campo (2018).

Em relação ao trabalho, os custos com as atividades no circuito inferior do ramo de vestuário, contribui para a flexibilização do trabalho em União dos Palmares. As somas pagas aos trabalhadores são mínimas. Essa capacidade de flexibilizar o trabalho estabelece uma relação de acordo entre, o empregador e o empregado.

Em União dos Palmares, além, do trabalho registrado em carteira, há o trabalho familiar. José E. dos Santos (2017) assevera que essa possibilidade permite aumentar as vendas, sem mobilizar estratégias, pois, apelar para assalariados, tornaria pequena a renda faturada nos estabelecimentos e na feira livre, em função dos gastos. Isso impõe ao comerciante/ proprietário o pagamento de encargos sociais e impostos, tais quais demanda o Estado.

Muitos dos empregados entrevistados, apesar de, terem registro em carteira, não recebem o salário mínimo, caracterizando o acordo entre empregador e empregado mencionado anteriormente.

Gráfico 10 - Trabalhadores Com e Sem registro na Carteira nos bairros do Centro e Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Os empregados das lojas recebem um valor fixo mais a comissão por peça vendida, que chega a 3% crediário ou cartão e 4% a vista. Outros trabalham apenas com a comissão.

Essa realidade é muito comum. Os empregados alegam que a única forma de conseguir trabalho é aceitar esses acordos, mesmo, com a diminuição das vendas e ganhos mínimos.

É importante, mencionar que as lojas de preços únicos (R\$10,00/12,00), têm um fluxo maior de vendas, pela acessibilidade nos preços. Segundo um dos funcionários “*o cliente não leva menos que três peças*”. Nessas lojas, constatamos na pesquisa que os funcionários trabalham com carteira assinada e recebem salário mínimo (954,00). Acreditamos que isso ocorra em função do fluxo no consumo.

5.3.1 - Características da feira livre

A feira livre é um integrante do circuito inferior. São espaços públicos de intenso fluxo de mercadorias e pessoas que marcam a história de formação do comércio e sua dinâmica nas cidades.

Em União dos Palmares a feira é o ponto de encontro de diversas pessoas. Sua presença caracteriza a formação da rede urbana e estabelece um forte conteúdo histórico e tradição cultural na vida da população. A feira livre, também, é muito importante na renda dos moradores, sua interação com outros espaços como Branquinha, Santana do Mundaú, São José da Laje, Ibateguara e Joaquim Gomes é garantia de sua forte contribuição que atrai os consumidores e ultrapassa os limites do município.

A expressividade territorial e dinâmica da feira livre garante a fiscalização dos comerciantes, por parte do órgão administrativo local (prefeitura), com a taxação de impostos. Essa ação estabelecida pelo gestor do município torna visível, a não negligência dos feirantes em relação à dinâmica da economia de União dos Palmares.

A comercialização dos produtos de vestuário na feira livre é realizada nas bancas (suportes de madeira). Os comerciantes têm custos com montadores das bancas “carroceiros” (indivíduos que transportam a mercadoria em carroças). E também, o fiscal da prefeitura do município, que recolhe o tributo do chão em que estão às barraquinhas no valor de R\$1,00 por feira livre. Esse valor seria para garantir alguns benefícios, sanitários adequados e assistência caso algum feirante venha a ficar impossibilitado de trabalhar, mas, segundo os feirantes, isso não ocorre.

A feira conta ainda, com a Associação dos Feirantes de União dos Palmares. Os associados desembolsam o valor de R\$15,00 reais mensais, direcionado ao presidente da associação. Esses valores deveriam ser convertidos em benefícios na organização da feira. De acordo, com um dos feirantes entrevistado *“a associação existe apenas para arrecadar dinheiro, pois, benefícios e melhoria na infraestrutura da feira não ocorrem. A associação não representa nossos direitos” (Entrevista concedida 2018).*

As bancas de vestuário da feira localizam-se na Avenida Monsenhor Clóvis Duarte de Barros. A avenida tem 550m. Este local tem em média 300 bancas. Cada uma possui um espaço de 6m para sua instalação. Os “carroceiros” que montam as bancas são remunerados semanalmente por feirantes no valor de, R\$ 70,00 reais. A estrutura em que são comercializados os produtos é montada as 04hrs da manhã e desmontada por volta de 13hrs as 14hrs, horário em que termina a feira livre.

Imagem 42 - Feira Livre de vestuário em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de Campo (2018).

Imagem 43 - Feira Livre de vestuário em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de Campo (2018).

Muitos feirantes atuam de 10 anos ou mais. O fato da feira livre no centro está presente na sua paisagem urbana cinco dos sete dias da semana, está na característica das populações urbanas consumirem diariamente em pequenas porções. Essa característica nos leva, também, a compreender porque muitos comerciantes enfatizam o lucro pequeno nas vendas, pois, o fracionamento dos dias de sua atuação leva a crer no ínfimo lucro diário.

5.3.2 - A função do crédito no circuito inferior

Com relação à característica do capital empregado pelos feirantes e proprietários das empresas de vestuário na atividade, em geral é reduzida ou limitada. Dos entrevistados 65% começaram o negócio com algum tipo de capital próprio, não recorrendo a empréstimos. Dos 35% restantes, 14% realizaram ou realizam empréstimo no Banco do Nordeste do Brasil, recorrendo à linha de crédito Crediamigo, com taxa de juros entre 1,08% a 1,90% ao mês, mais a TAC³² de até 3%, segundo (BNB, 2017). Essa linha de crédito é concedida a partir da constituição de um grupo de pessoas, são feirantes e lojistas que se reúnem por um interesse particular, adesão ao crédito. Outros 14% recorrem a Caixa Econômica Federal (Crédito Consignado, Crédito Direto ao Consumidor-CDC ou ainda ao cheque Especial) e os 7% ao Banco do Brasil (Crédito Consignado; Crédito Direto ao Consumidor-CDC ou cheque Especial).

Essas características compreendem o processo de desburocratização do crédito e a crescente financeirização do território. No atual período os produtos financeiros são diversificados e tendem a abarcar os mais diversos extratos da população. Isso também, se realiza com o incentivo a formalização das atividades, que garante a adesão de créditos subsidiados no mercado, para pequenos empreendedores.

O crédito no circuito inferior tem muito mais a função de quitar débitos antigos, iniciar uma atividade, investir na ampliação da empresa, compra de mercadorias e equipamentos de trabalho. Tudo feito para promover o consumo e manter a atividade em funcionamento. No entanto, o circuito inferior, é ainda, dependente do dinheiro líquido. No caso das empresas de vestuário o crédito é pouco utilizado nos investimentos, já que as atividades não demandam altos custos no investimento.

³² TAC - Taxa de Abertura de Crédito - a taxa tem a finalidade de ressarcir o banco pelo fornecimento de crédito, remunerando-o pelo serviço de conceder o empréstimo. Esse valor é aplicado nas parcelas pagas pelo cliente.

O circuito inferior tem uma verdadeira “fome” de dinheiro líquido. Não há contradição entre isso e o fato de a economia urbana pobre só poder funcionar por intermédio do crédito. Assim, a insuficiência de capital exige que se recorra ao crédito para entrar ou permanecer numa atividade de comércio ou de fabricação; mas para manter o crédito é indispensável arranjar dinheiro líquido para efetuar o pagamento de pelo menos uma parte das dívidas contraídas. O dinheiro líquido funciona como primeiro pagamento para obter o crédito e depois como prestação para conservá-lo. Ele age como um “lubrificante” nas engrenagens do circuito inferior (GEETZ, 163, p. 39 apud SANTOS, 2008, p. 232/233).

As atividades do subsistema inferior atuam com um verdadeiro toma lá da cá, pois, as dívidas não esperam e precisam ser quitadas no prazo para que a atividade continue funcionando. O fechamento de uma atividade do circuito inferior não apenas impacta a renda do proprietário, mas, também do(s) funcionário(s) que emprega, mesmo com remuneração mínima.

As atividades de vestuário em União dos Palmares têm despesas com: 1) compra de produtos para renovar estoques; 2) água, luz, internet, funcionários, contador (no caso das lojas de vestuário) 3) investimento no estabelecimento ou aumento nos produtos ofertados (no caso da feira livre); 4) Empréstimo bancário;

É necessário salientar que a margem de lucro nas vendas é pequena. Por isso a necessidade na oferta de uma demanda maior de produtos, que alcance populações com diferentes níveis de renda. Ampliando-se os fluxos.

Uma característica importante no circuito inferior é a atuação de uma empresa de vestuário em União dos Palmares, que tem parceria com a agência bancária do Banco Bradesco na cidade. Além, de ofertar as peças ligadas a vestuário e acessórios, a empresa agrega a função de correspondente bancária, realiza pagamentos (luz, internet, boletos etc.) e saques de benefícios do INSS (aposentadorias, pensão, BPC). Segundo a gerente do estabelecimento, essa alternativa, aumenta fluxo de pessoas no estabelecimento e o consumo dos produtos ofertados.

Imagem 44 - Loja de vestuário correspondente bancária do Banco Bradesco da cidade de União dos Palmares (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018)

Esse exemplo mostra novas relações de complementaridade entre o circuito superior e inferior da economia. O circuito superior encontra-se presente nos interstícios do território. Isso ocorre graças aos pontos e manchas que difundiram o meio técnico-científico-informacional.

5.3.3 - As novas tecnologias utilizadas no circuito inferior do ramo de vestuário

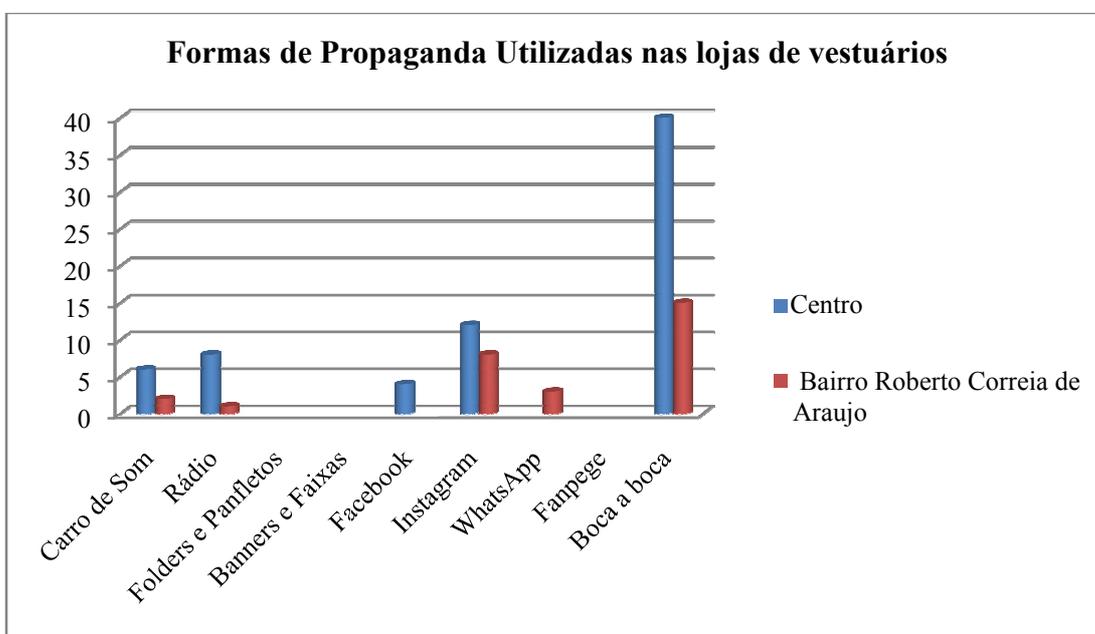
Silvana Silva (2011) afirma que “a globalização trouxe para análise geográfica a necessidade de levar em conta as variáveis exógenas, pois, estas reorganizam a *vida de relações* dos lugares.”

Desse modo, a difusão do meio técnico-científico-informacional popularizou o uso das tecnologias da informação que são cada vez mais incorporadas pelos agentes do circuito inferior da economia. No ramo de vestuário as tecnologias da informação potencializam a influência da moda e ditam as tendências do mercado e as novas formas de publicidade.

As atividades do circuito inferior do ramo de vestuário incorporam equipamentos técnicos na sua composição, através, do consumo de aparelhos celulares (*smartphones*, *tabletes*, computadores e *notebooks*).

Esse é um aspecto importante na análise das características das atividades em União dos Palmares, o uso de maquinetas de cartão de crédito, *smartphone* como maquineta de cartão, *internet*, e a utilização de redes sociais (*Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*). Ampliam-se as formas de propagandas para atrair consumidores ávidos.

Gráfico 11 - Formas de propagandas utilizadas nas lojas do ramo de vestuário no Centro e Bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

As formas de propagandas utilizadas no circuito inferior aumentam de maneira relevante. Esse aspecto merece atenção nos dias atuais. A corrida pela ampliação do mercado alia-se a instantaneidade da informação, permitindo aos agentes inferiores novas formas de adaptação nos lugares, em que se instalam.

O circuito inferior em sua sinergia apresenta transformações, com a utilização de tecnologias da informação para flexibilizar o consumo. O uso de redes sociais enaltece a indústria da moda e amplia sua expressividade territorial. Na cidade de União dos Palmares, a publicidade acontece por meio de várias formas de produção das informações, chamadas em

rádios locais, carro, motos e bicicletas de som, como já mostramos. O subsistema inferior em sua composição, também, apresenta permanências como à propaganda boca a boca, utilizada por todas as lojas, pois, na relação de proximidade do comércio com a população, se apresenta tão eficaz quanto às outras formas de divulgação.

As atividades, também, fazem acordos/associações com gráficas locais, para produção de panfletos e *marketing* nas redes sociais. Patrocinam programas e eventos locais. Essa sinergia é perceptível na paisagem central da cidade de União dos Palmares.

Imagem 45 - Gráfica de produção audiovisual em União dos Palmares-AL (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

Na feira livre os comerciantes utilizam intensamente a propaganda boca a boca. Muitos, como atuam durante anos na feira livre, têm um público de consumo fidelizado. A localização no mesmo espaço facilita as vendas aos clientes mais antigos. Apenas 05 dos entrevistados utilizam o *instagram* para propagandas.

Gráfico 12 - Formas de propaganda utilizadas na feira livre de vestuário em União dos Palmares (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

A publicidade cria uma psicofera que alimenta o consumo. No ramo de vestuário a imagem é cultuada como símbolo de desejo. Assim, a exposição dos produtos é um meio direto e perspicaz para atingir diversos extratos da população urbana.

No período atual, o consumo adquire, com efeito, um papel crescentemente determinante nas dinâmicas sociais. Na leitura de Bauman (2007), viveríamos hoje em uma “sociedade de consumidores” pautada pela “refundação” das relações humanas à medida dos mercados; sendo a característica mais proeminente da sociedade atual justamente sua capacidade de comprometer seus membros como consumidores (MONTENEGRO, 2013, p.34).

É por isso, que antes mesmo de produzir os produtos, produz-se primeiro o consumidor, segundo Santos (2012a). De acordo com o autor (2012a) a autonomia da produção, significa que uma empresa, ao assegurar uma produção, buscava, também, manipular a opinião pela via da publicidade. Assim, o fato gerador do consumo seria a produção, mas, nos dias atuais as empresas hegemônicas produzem o consumidor antes mesmo de produzir os produtos.

Já as empresas hegemônicas (superior marginal e circuito inferior) se utilizam das propagandas e buscam atender, as novas formas de consumo da sociedade a sua maneira. A publicidade é hoje artifício do subsistema inferior, mesmo, que meios de divulgação como o

boca a boca persistam a difusão das tecnologias da informação, são um aparato para ampliar o consumo. Em União dos Palmares, isto é, notável, através, do alcance expressivo do comércio de vestuário no centro da cidade. Na periferia do bairro Roberto Correia de Araújo observa-se também, essa expressão do consumo.

As características das novas tecnologias incluídas, no circuito inferior contribuem para ampliar o consumo e decerto a dinâmica das atividades. O circuito inferior de União dos Palmares é dinâmico e produz novos olhares sobre a economia, através, do consumo da população.

Portanto, o circuito inferior em União dos Palmares, no período técnico-científico-informacional, demonstra a intensificação e a relação entre os dois circuitos da economia urbana. De modo que, se apresentam mais interligados e interdependentes, mesmo, diante das novas topologias do circuito inferior e dos impactos sofridos pelas ações hierárquicas do circuito superior que subordinam as atividades inferiores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação procuramos caracterizar o setor de confecções com ênfase nas subetapas do ramo de vestuário, sob a ótica da teoria dos dois circuitos da economia urbana (circuito superior, superior marginal e inferior) (SANTOS, 2008 [1979]), demonstrando a expressividade do alcance territorial do ramo varejista de vestuário para a economia urbana na cidade de União dos Palmares-AL e sua comunicação com o Polo de Confecções de Pernambuco.

Através, da análise dos pequenos negócios do circuito inferior encontrados na cidade de União dos Palmares, enfatizamos as etapas do circuito espacial produtivo e sua participação no comércio e consumo. É um circuito que segue com característica local e regional, traço que lhe é inerente. A atual participação do circuito inferior em circuitos espaciais produtivos vem sendo observada no contexto das cidades brasileiras, desde a década de 1990, com a abertura econômica vivida pelo Brasil.

Ressaltamos sobremaneira, a compreensão da economia urbana de União dos Palmares no atual período técnico-científico-informacional, a partir, do entendimento, caracterização e funcionamento de atividades ligadas ao circuito inferior da economia urbana.

Novas técnicas são inseridas ao circuito inferior, com o advento das novas tecnologias e a inovação do mercado, com a reestruturação nos sistemas produtivos, no caso da produção do vestuário. O ramo de vestuário inserido na indústria de confecções constitui a etapa final do circuito espacial produtivo têxtil. As etapas estão delineadas em: produção, distribuição, comercialização e consumo.

União dos Palmares possui os principais bens e serviços ofertados a população local e as cidades que estão ao seu entorno. Sua área de influência ultrapassa os limites intraurbanos e seu papel é central, para a dinâmica econômica.

Nos últimos anos devido à crise no setor sucroalcooleiro e o crescente desemprego nas cidades alagoanas, o setor terciário (comércio e serviços). As atividades em União dos Palmares são reflexos dessa expansão, sobretudo, no comércio de (vestuário e acessórios, gêneros alimentícios e bebidas em geral), serviços (cabeleireiros, barbeiros, sapateiros, oficinas de consertos automotivos, etc.), que grande parcela da população encontra refúgio.

Na cidade, constatamos que o desemprego e a conseqüente pobreza, situações vividas pelas populações são agravadas. A falta de oportunidades de trabalho multiplica o número de atividades ligadas ao vestuário. São empreendimentos que não necessitam de altos

investimentos e em grande medida a própria residência é local de comercialização. O capital investido na maioria dos casos é próprio.

A criatividade desses agentes corrobora em oportunidades de trabalho, gerados pela necessidade de sobrevivência e isso impacta nas possibilidades de consumo da população, com preços variados e passíveis de negociação entre comerciante e comprador.

Assim, a partir do dinamismo e organização das atividades do ramo de vestuário, procuramos compreendê-las sobre o olhar das Micro e Pequenas Empresas, salientando sua importância para o conjunto da economia urbana. Durante a pesquisa, constatou-se a racionalidade do circuito inferior em gerar trabalho, emprego, renda e decerto riqueza nos lugares, onde se instala.

Para tanto, não podemos, deixar de ressaltar que a análise feita a partir da figura das Micro e Pequenas Empresas, não mensuram a atuação do circuito inferior nas cidades, pois, apenas condiciona uma visão parcial das atividades incluídas nesse subsistema econômico. Muitas empresas do circuito inferior, ainda, não se encontram no rol de formalização.

Analisando as características e a atuação das atividades e da feira livre, ligadas ao ramo de vestuário, são visíveis as novas dinâmicas apresentadas no atual período e sua relação de proximidade com o circuito superior marginal e inferior das empresas que atuam no Polo de Confecções do Agreste Pernambucano, nas cidades de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe.

Essa interação ressalta a importância das atividades de pequena dimensão e a comunicação entre ambos os subsistemas da economia urbana. As empresas e a feira livre de vestuário em União dos Palmares abastecem seus estoques no Polo de Confecções de Pernambuco. No Polo há empresas que atuam no atacado e varejo e a feira livre, com peças a preços diversificados e populares.

As atividades de comercialização de vestuário, tem se tornado um dos principais consumos da população e atrás apenas, do ramo de alimentos. O circuito inferior do ramo varejista de vestuário surge para suprir as necessidades de consumo da população.

Outro aspecto importante do circuito inferior é que suas atividades geram receitas para o município (através, do pagamento de impostos), dinamizam o mercado local (locação de imóveis), locação de carros, bicicletas e motos para a propaganda, compra de produtos locais (como as sacolas personalizadas), serviços de frete, além, do consumo de água, telefone, energia elétrica, entre outros serviços. Ainda, persiste por parte do poder público uma visão

limitada do potencial do circuito inferior como gerador de riquezas para os lugares e como gerador de renda para uma miríade de trabalhadores urbanos.

Por outro lado, há relações novas de complementaridade entre os dois circuitos. O circuito superior possui um nível de exigência voraz quanto às inovações e neste sentido, o subsistema inferior busca adaptar-se aos novos ditames superiores. O circuito inferior do ramo de vestuário atua, com novas formas de adaptação, organização e funcionamento. Apresentando características permanentes e transformações em sua composição. É uma verdadeira construção, reconstrução, (re) adaptação aos novos ditames impostos pelo mercado.

Assim, a evidência é de que os circuitos adquirem formas de existência que emergem a partir da relação contraditória entre as condições socioespaciais do território, em que se inserem e dos vetores exógenos, que tem o poder de transformar cada fração do espaço, dando-lhe um novo conteúdo, além, de sofrer interferências desse mesmo espaço. E muitas vezes, essas novas formas de organização transformam os elementos característicos da existência do circuito inferior e sua comunicação com os circuitos superior e superior marginal.

É fundamental, ainda, salientar que a análise das pequenas cidades demonstra o papel que esses centros urbanos exercem em função da composição dinâmica de suas atividades, e a relevância de sua representação socioeconômica e cultural no contexto atual. Essa força atuante de cidades como União dos Palmares dá ênfase aos novos papéis dos pequenos centros urbanos, em responder/atender a parcela significativa da população em termos de bens e serviços imediatos. Pois, estas cidades manifestam diariamente a luta dos sujeitos e o cotidiano vivido por uma população, que busca sobremaneira formas de sobrevivência. No entanto, essas atividades ainda, são vistas como residuais pelo poder público, apesar de, gerarem renda e trabalho para as populações locais. Neste sentido, a produção acadêmica é de suma importância porque dá visibilidade aquelas atividades que não entram nas agendas dos agentes políticos. Desse modo, buscamos contribuir para o debate sobre a importância do circuito inferior na economia urbana de União dos Palmares e esperamos que o circuito inferior comece a ser valorizado pelas autoridades locais, como atividades que promovem a dinâmica e riqueza da economia urbana e contribuem para renda e a ocupação da população.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, E. P.A **Metropolização-Periferização Brasileira no Período Técnico-Científico-Informacional**. (Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo). São Paulo - SP, 2000. 236 p.

_____. O processo de Periferização e Uso do Território brasileiro no atual período histórico. p. 227-255. In: **Território brasileiro; usos e abusos**. Org. Maria Adélia de Souza [et al.]- Arapiraca: EDUNEAL, 2017. 628 p.

ARROYO, M. A economia invisível dos pequenos. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/print.php?tipo=ar&id=283>. 04-09-2012 13:4

_____. A economia invisível dos pequenos. pp. 53:62. In: Dantas, A; Arroyo, M; CATAIA, M.(org.). **Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos**. - Natal: 2017. Sebo Vermelho. 556p.

BANCO DO NORDESTE. SETOR TÊXTIL. **Caderno Setorial ETENE**. ano 2 | nº 16 | setembro | 2017. 18 p.

BEZERRA, F. D. Análise Retrospectiva e Prospectiva do Setor Têxtil no Brasil e no Nordeste. **Informe Macroeconomia, Indústria e Serviços**. Fortaleza, Ano VIII, n. 2. 2014. 37 p.

BORGES, M. de S. **Problematizando a formação superior em Moda**. VOLUME 10 | NÚMERO 21 | MAIO 2017. pp.111-123.

BRITO, J. K. S de; PERUZZO, J. F. **A expansão do microcrédito no Polo de Confecções de Toritama e suas relações com o Programa Bolsa Família (XXIII CONIC VII CONITI IV ENIC)**. 4 p.

CARVALHO, P. da S. **A Importância da Indústria da Moda para a Produção Têxtil**. (Monografia de Final de Curso - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro- Departamento de Economia). Dezembro, 2010. 48 p.

CARVALHO, C. P. de. **Economia popular: uma via de modernização para Alagoas.** – 7.ed. rev. E ampl.-Maceió: EDUFAL, 2016. 144 p.

CAVALCANTE SANTOS, M. **Um estudo dos circuitos da economia urbana na indústria confeccionista do Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco e Bahia.** Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, 2017. 250 f.

CATAIA, M; SILVA, S. C. da. Considerações sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana na atualidade. **Boletim Campineiro de Geografia**, v. 3, n. 1, 2013. Pp. 55-75.

CONTEL, F. B. Espaço Geográfico, Sistema Bancário e a Hipercapitalidade do Crédito no Brasil. **Caderno CRH**, v. 22, n. 55, p. 119-134, 2009. Disponível em: <http://producao.usp.br/handle/BDPI/6877>.

CNI/ABIT - CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA/ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E CONFECÇÃO. (2000). **Estudos setoriais para subsidiar as negociações de acesso a mercados: a cadeia têxtil**, relatório final. Brasília, DF: CNI, Rio de Janeiro: Funcex.

DOWBOR, L. **A formação do capitalismo dependente no Brasil.** Editora brasiliense, 1982. 158 p.

FIEPE. **Polo de Confecções do Agreste Pernambuco.** Caruaru, 07 de novembro de 2014. 22 p.

FERREIRA, F. M; MARQUES, J. P. **Estudo de segregação espacial a partir do bairro Roberto Correia de Araújo em União dos Palmares, Alagoas.** Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Estadual de Alagoas, Campus Zumbi dos Palmares. União dos Palmares, 2010. 74 p.

FUJITA, R. M. L; JORENTE, M. J. A Indústria Têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **Revista Moda Palavra e-Periódico** vol.8, n.15, jan./jul.2015. pp. 153-174.

GAMA, R. **História da técnica no Brasil colonial**. In: VARGAS, M.(Org.). **História da Técnica e da tecnologia no Brasil: Da técnica à Engenharia da colônia e no império**. São Paulo: UNESP: CEETEPS, 1994. Cap. 2, p. 49-66 1994.

GORINI, A. P. F. **Panorama do setor têxtil no Brasil e no mundo: reestruturação e perspectivas**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 12, p. 17-50, set. 2000. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>.

GOTTMANN, J. A evolução do conceito de território. **Boletim Campineiro de Geografia**, v. 2, n. 3, 2012. Pp. 523-545.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico**. 2010.

IBGE. **Divisão Regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico**. 2018.

JUNIOR, E. C. B. **O circuito superior marginal: produção de medicamentos e o território brasileiro**. (Dissertação – Mestrado apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo). São Paulo, 2006. 305 p.

KON, A; COAN, D. C. Transformações da indústria têxtil brasileira. **Revista de Economia Mackenzie** •2005, Ano 3• n. 3, • p. 11-34.

LIMA, M. C. P. de. **A metamorfose do belo: uma análise do setor de confecções no Agreste Pernambucano**. (Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Pernambuco. CTG. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção). 2010. 72 p.

MASSUDA, E. M. **A Indústria têxtil brasileira sob o impacto da abertura econômica 1992-1999**. Acta Sci. Human Soc. Sci; Maringá, v. 28, n. 1. 2006. Pp.121-129.

MEDEIROS, D. A. de. **Financeirização do território e circuitos da economia urbana: agentes de crédito, técnicas e normas bancárias. Um exemplo em Alagoas** (Dissertação de Mestrado – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP). São Paulo, 2013. 275 p.

Ministério do Desenvolvimento Social. Secretaria Nacional de Renda e Cidadania. **Boletim SENARC: acompanhamento e análise do Programa Bolsa Família e do Cadastro Único para Programas Sociais**. Ano 4, Número 32. Fevereiro de 2018. 38 p.

MONTEIRO FILHA D. C; CORREA, A. **BNDS 50 anos - Histórias Setoriais. Indústria: O complexo Têxtil**. Dezembro de 2002. 28 p.

MONTENEGRO, M. R. Novos nexos entre os circuitos da economia urbana nas metrópoles brasileiras. **Revista da ANPEGE**, v. 9, n. 11, p. 29-41, jan./jun. 2013.

_____. Da contiguidade ao alargamento das escalas: topologias do circuito inferior no período atual. pp. 361:386. In: Dantas, A; Arroyo, M; CATAIA, M.(org.).**Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos**.- Natal: 2017. Sebo Vermelho. 556p.

MONTENEGRO, M. R; CONTEL, F. B. **Financeirização do território e novos nexos entre pobreza e consumo na metrópole de São Paulo**. Vol 43| n° 130 | septiembre 2017 | pp. 115-139.

Mulheres em Revista – O jornalismo feminino no Brasil - Secretaria Especial de Comunicação Social. Rio de Janeiro – **O Cruzeiro** – A maior e melhor revista da América Latina. Junho de 2002.

OLIVEIRA, F. de. Crítica à razão dualista: o ornitorrinco. Boitempo: São Paulo, 2003. 143 p.

ORTIGOZA, S.A. G. **Paisagens do Consumo: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 232 p.

PENTEADO JUNIOR, A. de. A.; DIAS JUNIOR, J. A. **Eletrotécnica**. In: VARGAS, M.(Org.). **História da Técnica e da tecnologia no Brasil: Da técnica à Engenharia da colônia e no império**. São Paulo: UNESP: CEETEPS, 1994. Cap. 8, p. 179-185. 1994.

Perfil Municipal. Ano 3, nº 3 (2012)-.- Maceió: Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio, 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE UNIÃO DOS PALMARES. **Plano Diretor Participativo de Desenvolvimento Integrado**. 2006.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Empreendedor Individual. Total de Empresas da Unidade Federativa AL, Município de União dos Palmares/AL. REDESIM, 2017.

SALTORATO, P; DONADONE, J. C. **Banqueiros e Bancários na Construção do Varejo Financeiro Nacional**. 36º Encontro Anual da Anpocs. 2012. 30 p.

SALTORATO, P; et al. **Fusões, aquisições e difusão da lógica financeira sobre as operações de varejo brasileiro**. Gest. Prod., São Carlos, v,23, n.1, p. 84-103, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0104-530X780-15>.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo - Globalização e Meio Técnico-Científico-Informacional**. São Paulo, maio de 1994. 94 p.

_____. **O retorno do território**. En: OSAL: Observatório Social de América Latina. Año6 nº 16 (jun. 2005.). Buenos Aires: CLACSO, 2005. 251:261pp.-ISSN 1515-3282 Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal16/D16Santos.pdf>

_____. **O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**; Tradução de Myrna. T. Rego Viana. -2. ed., 1. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008. 440 p.

_____. **Pobreza Urbana.** (com uma bibliografia internacional organizada com a colaboração de Maria Alice Ferraz Abdala). – 3.ed. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009a. 136 p.

_____. **A Urbanização Brasileira.** – 5. ed., 2. reimpr.- São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009b. 176 p.

_____. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** – 22ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2012a. 174 p.

_____. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção.** -4. ed. 7. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012b. 384p.

_____. SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI.** – 16ª ed.- Rio de Janeiro: Record, 2012. 47 p.

_____. **O Espaço do Cidadão.** – 7. ed., 2. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014a. 176 p.

_____. **Economia Espacial: Críticas e Alternativas.** – Tradução Maria Irene de Q. F. Szmrecsányi. – 2. ed., 3ª reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014b. 204 p.

SANTOS, J. E. dos. Para estudar as feiras livres brasileiras: a teoria dos dois circuitos da economia urbana como possibilidade. p. 473:501. In: Dantas, A; Arroyo, M; CATAIA, M.(org.). **Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos.** - Natal: 2017. Sebo Vermelho.

SARMENTO, A. D. **Etapas do desenvolvimento Econômico no Brasil Rostwiano.** (Dissertação de Mestrado – apresentada ao Programa de Pós-Graduação de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas). São Paulo, 2008. 212 p.

SEBRAE. **Estudo Econômico do Arranjo Produtivo Local de Confeccões do Agreste Pernambucano, 2012.** Recife. Maio de 2013. 151 p.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira.** Unidade de Gestão Estratégica. Brasília, 2014.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**, 2015. Brasília-DF. 2016. 90 p.

SEBRAE. **Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Alagoas.** Maceió – AL, 2017. 216 p.

SEPLAND – Secretaria de Planejamento e Gestão de Alagoas. 2014.

Alagoas. Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio. **Estudo sobre as Microempresas e Empresas de Pequeno Porte de Alagoas.** – Maceió: SEPLAG, 2016. 47 p.

SILVA, S. C. da. Circuito espacial de produção de confecções: nexos entre o circuito superior e inferior. **Revista Geográfica de América Central.** Número Especial EGAL, 2011- Costa Rica II Semestre 2011 pp. 1-12

_____. **Circuito Espacial Produtivo das Confecções e exploração do trabalho na Metrópole de São Paulo.** Os Dois Circuitos da Economia Urbana nos bairros do Brás e Bom Retiro (SP). Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas- Instituto de Geociências. Campinas, SP, 2012a. 362 p.

_____. Circuito Superior e Inferior: sinônimos para a economia formal e informal? **Coluna Territorium.** 10 de agosto de 2012b. Disponível em: <http://colunaterritorium.blogspot.com/2012/08/circuito-superior-e-inferior>. Acesso em 23 de novembro de 2017.

_____. O circuito espacial de produção do vestuário e os dois circuitos da economia urbana. pp. 159:184. In: DANTAS, A; ARROYO, M; CATAIA, M. (org.). **Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos.** - Natal: 2017, 556p.

SILVA, A. M. da; SILVA, E. F. da; PERALTA, P. P. Propriedade intelectual no setor de confecção: estudo de uma microempresa fluminense. **Cadernos do Desenvolvimento Fluminense**, Rio de Janeiro, pp. 87–104, jul/dez 2015.

SILVA, A. J. da. LIMA, E. da. S. **Do ouro verde a “falência”**. Um estudo dos impactos socioeconômicos da Usina Laginha para União dos Palmares. (Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Estadual de Alagoas – UNEAL – CAMUZP). União dos Palmares/ AL. 2015. 94 p.

SILVEIRA, M. L. Os circuitos da economia urbana nas cidades brasileiras. **RII – VIII Seminário Internacional**. - Grupo 4 – Globalização e expansão metropolitana. p. 1-25.

_____. Região e Globalização: pensando um esquema de análise. **REDES**, Santa Cruz do Sul, v. 15, n. 1, p. 74 - 88, jan./abr. 2010.

_____. **Crisis y paradojas de la ciudad em la aurora del siglo XXI**. Huellas nº 17 (2013), ISSN 0329-057. (pp. 13-34).

SILVA NETO, A. L. da. **O circuito inferior da economia urbana em São Miguel dos Campos/AL no período técnico-científico-informacional**. (Dissertação – Mestrado em Geografia – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente). Maceió/AL, 2016. 164 f.

SILVA, C. L.; PIMENTEL, M. A. L. **Uso do Território: periferias e desigualdades na cidade de União dos Palmares-AL**. (Trabalho de Conclusão de Curso – TCC. Universidade Estadual de Alagoas, Campus Zumbi dos Palmares – CAMUZP). União dos Palmares, 2011). 70 p.

SILVA, F. A. da; SOUSA, R. O processo de urbanização de União dos Palmares-AL e a diversificação/fragmentação recente de sua economia urbana. **Sociedade e Território**, Natal, v. 25, nº 1, p. 80-101, jan./jun. 2013.

SILVA, F. A. da. O circuito inferior da economia urbana na região canavieira de Alagoas. **VII Congresso Brasileiro de Geógrafos**. Vitória – ES. 10 a 16 de Agosto de 2014. 13 p.

_____. **A pobreza na Região Canavieira de Alagoas no século XXI: do Programa Bolsa Família à dinâmica dos circuitos da economia urbana.** (Tese- Doutorado – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências). Campinas, SP, 2017. 321 p.

Sindilojas – Sindicato dos Lojistas de União dos Palmares – AL. **Organograma das Atividades atuantes em União dos Palmares até o ano de 2017.** União dos Palmares (2017).

SOARES, B. R; MELO, N. A. de. Cidades Médias e Pequenas: Reflexões sobre os desafios no estudo dessas realidades socioespaciais. pp. 229-250. In: LOPES, D. M. F; HENRIQUE, W (Orgs.) – **Cidades Médias e Pequenas: teorias, conceitos e estudos de caso.** – Salvador: SEI, 2010, 250 p. (Séries estudos e pesquisas, 87).

SOUSA, R. **Da luta por acesso à terra aos desafios da permanência: uma contribuição ao estudo da questão agrária no Brasil e Cuba.** (Tese - Doutorado- Programa de Pós-Graduação em Geografia). Universidade Federal de Sergipe. -São Cristóvão/Sergipe, 2017. 267f.

SOUZA, M. L. Rs. Técnicas indígenas. In: VARGAS, Milton (Org.). **História da Técnica e da tecnologia no Brasil: Da técnica à Engenharia da colônia e no império.** São Paulo: UNESP: CEETEPS, 1994. Cap. 1, p. 39-47.

SUZIGAN, W. **A indústria brasileira: origens e desenvolvimento.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

_____. Industrialização brasileira em perspectiva histórica. **História Econômica & História de Empresas III.** 2 (2000), pp. 7-25.

TAVARES, M. A. A. Elementos teóricos para compreensão dos dois circuitos da economia urbana no Rio Grande do Norte – Nordeste. pp. 417:440. In: DANTAS, A; ARROYO, M; CATAIA, M. (org.). **Dos circuitos da economia urbana aos circuitos espaciais de produção: um diálogo com a teoria de Milton Santos.** - Natal: 2017, 556p.

VASQUES, R. S. Moda Brasileira e a Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT). **Histórica** – Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo, nº 53, abr. 2012. 10 p.

VILLAR, D. L. F. et al. **A Indústria Têxtil e de Confecções e Desenvolvimento Regional**. Campina Grande, 2014. 15 p.

XAVIER, M. Empresa territorial: reflexões sobre a proposição de um conceito e objeto de pesquisa. **Boletim Campineiro de Geografia**, v. 7, n. 1, 2017. pp. 09-22.

XAVIER, M; CASTILLO, R. Espaço Geográfico, Produção e Movimento: uma reflexão sobre o conceito de Circuito Espacial Produtivo. **Sociedade & Natureza**. Uberlândia, 22 (3): pp. 461-474, dez.2010.

_____. A Reprodução do Atacado Distribuidor como elo entre os Dois Circuitos da Economia Urbana no Brasil. **GEOUSP – Espaço e Tempo**. São Paulo, Nº29, pp. 3-17, 2011.

G1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/12fabricas-do-polo-textil-de-pernambuco-voltam-criar-vagas-formais.html. Acesso em 03 de Janeiro de 2018 às 13hr30min

<http://metachem.com.br/blog/solucoes-em-produtos-quimicos-para-industria-textil/> acesso em 25 de Fevereiro de 2018 às 21hr00min.

<http://gotexshow.com.br/mercado/> dados do IEMI – Instituto de Estudos e Marketing Industrial (2012). Acesso em 03 de março de 2018 às 20:00hrs.

¹<https://ruf.folha.uol.com.br/2017/ranking-de-cursos/moda/> acesso em 15 de abril de 2018 às 22hr30min.

Alvará D. Maria I, acessado em 15 de abril de 2018 às 11hr0mim <http://www.historiacolonial.arquivonacional.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=978&sid=107>).

<https://cafemachado.com/2018/01/27/a-carta-do-descobrimento/> acessado em 15 de abril de 2018 às 11hr0mim

<https://abit.affinibox.com.br/> acesso em 12 de Maio de 2018 às 03hr15min

http://www.mdic.gov/sistemas_web/renai/public/arquivo/arq12 acesso em 24 de maio de 2018 às 06hr55min.

<https://www.bnb.gov.br/respostas> acesso em 26 de Junho de 2017 às 21hr00min

<http://jconline.ne10.uol.com.br>. Acesso em 04 de setembro de 2018 às 01:00hrs.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2012) Ipea data. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/>>. Acesso em: 09/10/2018.

<http://tribunauniao.com.br> Acesso em: 09/10/2018.

http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/pbra_al/uniao-dos-palmares_al#caracterizacao. Acesso em: 20 de outubro de 2018, às 19:00hrs.

<https://www.valor.com.br/empresas/5647883/redes-elevam-ganhos-com-digitalizacao>. Acesso em 9 de dezembro de 2018 às 22hrs00min

<https://www.opovo.com.br/noticias/mundo/dw/2017/12/a-logica-perversa-de-exploracao-na-industria-textil.html> . Acesso em 31 de Junho de 2018 às 22:00hrs.

<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-frequentes>. acesso em 12 de dezembro de 2018, às 23:00hrs.

<http://www.mds.gov.br/mds-sigpbf-web>. (2018) Acesso em 09 de fevereiro de 2019 às 17:00hrs.

APÊNDICES

Apêndice A - Raking da Folha das 52 Instituições de Moda no País

Posição no País	Nome	Estado	Pública ou Privada
1	Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	SP	Privada
2	Universidade Federal do Ceará (UFC)	CE	Federal
3	Universidade de São Paulo (USP)	SP	Estadual
4	Centro Universitário Senac (SENACSP)	SP	Privada
5	Universidade Estadual de Londrina (UEL)	PR	Estadual
6	Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (FEBASP)	SP	Privada
7	Faculdade Santa Marcelina (FASM)	SP	Privada
8	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	MG	Federal
9	Universidade Federal de Goiás (UFG)	GO	Federal
10	Faculdade Senai-Cetiqt (SENAI-CETIQT)	RJ	Privada
11	Universidade do Vale do Rio Dos Sinos (UNISINOS)	RS	Privada
12	Universidade Regional de Blumenau (FURB)	SC	Municipal
13	Centro Universitário de Maringá(UNICESUMAR)	PR	Privada
14	Universidade Feevale (FEEVALE)	RS	Privada
15	Universidade Estadual de Maringá(UEM)	PR	Estadual
16	Faculdade de Artes Plásticas da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP)	SP	Privada
17	Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)	SC	Privada
18	Universidade Fumec (FUMEC)	MG	Privada
19	Universidade Estácio de Sá (UNESA)	RJ	Privada
20	Centro Universitário Das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU)	SP	Privada
21	Fundação Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)	SC	Estadual
22	Universidade Veiga de Almeida (UVA)	RJ	Privada
23	Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)	MG	Federal
24	Pontificia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)	PR	Privada
25	Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI)	SC	Privada
26	Católica de Santa Catarina Em Jaraguá do Sul (Católica em Jaraguá)	SC	Privada
27	Universidade da Amazônia (UNAMA)	PA	Privada
28	Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)	PR	Privada
29	Centro Universitário Moura Lacerda (CUML)	SP	Privada
30	Centro Universitário Salesiano de São Paulo (UNISAL)	SP	Privada

31	Universidade de Franca (UNIFRAN)	SP	Privada
32	Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO)	RJ	Privada
33	Centro Universitário Ritter Dos Reis (UNIRITTER)	RS	Privada
34	Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista (FAIP)	SP	Privada
35	Universidade Federal do Piauí (UFPI)	PI	Federal
36	Centro Universitário Una (UNA)	MG	Privada
37	Faculdade Paulista de Artes (FPA)	SP	Privada
38	Centro Universitário Campos de Andrade (UNIANDRADE)	PR	Privada
39	Centro Universitário de Rio Preto (UNIRP)	SP	Privada
40	Centro Universitário Estácio de SÃ de Santa Catarina(FESSC)	SC	Privada
41	Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)	MG	Estadual
42	Faculdade de Desenvolvimento E Integração Regional (FADIRE)	PE	Privada
43	Fiam-Faam - Centro Universitário (UNIFIAM-FAAM)	SP	Privada
44	Faculdade de Presidente Prudente (FAPEPE)	SP	Privada
45	Faculdades Integradas Espírito Santenses (FAESA I)	ES	Privada
46	Faculdade do Vale do Itajaí Mirim (FAVIM)	SC	Privada
47	Faculdade Metropolitana de Guaramirim (FAMEG)	SC	Privada
48	Centro Universitário de Brusque (UNIFEBE)	SC	Privada
49	Centro Universitário do Triângulo (UNITRI)	MG	Privada
50	Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP)	SP	Privada
51	Centro Universitário Metodista (IPA)	RS	Privada
52	Faculdade de Arte E Design (FAD)	MG	Privada

Apêndice B – Questionários

PROPRIETÁRIOS/GERENTES (MICRO E PEQUENAS EMPRESAS)

1. Perfil do Entrevistado

Localização do Estabelecimento: _____

Sexo do dono do estabelecimento: () Masculino () Feminino / Idade _____

1.2 - Cidade em que reside:

() União dos Palmares, especificar o bairro: _____

() outra, especificar: _____

1.3 - Grau de escolaridade

() fundamental incompleto () fundamental completo () médio incompleto

() médio completo () superior incompleto () superior completo

1.4 - Mora em

() Casa própria () casa alugada () com os parentes () outros: _____

1.5 - Possui cartão de crédito?

() não () sim, caso sim () próprio () emprestado

1.6 - No que trabalhava antes? _____

1.7 Trabalha em outra atividade?

() não () sim, especificar: _____

1.8 - Porque resolveu entrar nesta atividade? _____

1.9 Há quanto tempo atua na atividade? _____

1.10- Possui algum tipo de benefício social?

() bolsa família () BPC () aposentadoria () pensão () outros: _____

1.11- O estabelecimento é voltado para que tipo de público:

() feminino/() masculino/() público jovem () infantil/() misto.

1.12 - A loja atua no segmento?

() roupas femininas () roupas masculinas () roupas infantis () calçados () acessórios () cama, mesa e banho () peças íntimas () jeans () higiene pessoal () cosméticos () variados

a) Qual o preço das peças Jeans comercializada? R\$ _____

b) Qual o valor médio das demais peças? R\$ _____

c) Quais as principais marcas que são comercializadas?

1.13 - A loja possui sacolas personalizadas? () Sim () Não

1.14 - Localidade ou empresa que confecciona as sacolas?

1.15 - Qual a origem dos produtos (peças) comercializados no estabelecimento?

() União dos Palmares/AL/ CEDICAL/ Atacadista () Maceió/AL () Caruaru/PE () Santa Cruz/PE () Toritama/PE

() Outras especificar: _____

a) Quanto compra em estoque para abastecer o estabelecimento? R\$ _____

b) Em média quantas peças se referem a esse valor? _____

1.16 - Para a compra dos produtos, utiliza de cartão de crédito? () Sim () Não.

Caso não, especificar _____

1.17- Periodicidade das compras;

() Semanalmente () Quinzenalmente () semestralmente () anualmente

1.18 - Para realização das compras locam-se veículos?() Sim () Não

Se locam é de: () Empresa () Particular

Se não locam, é próprio?() Sim () Não

Se não como faz para abastecer o estoque do estabelecimento? _____

Existe algum fornecedor que faz a entrega direta dos produtos?() Sim () Não

Caso Sim, qual a localidade do fornecedor? _____

1.19 - O fornecedor abastece: () Semanalmente () Quinzenalmente () Mensalmente

() Outros, especificar; _____

2 - LOCAL DE TRABALHO E MÃO DE OBRA

2.1- Nome do estabelecimento ou Nome Fantasia: _____

2.2 - Imóvel:() próprio () alugado Se alugado, valor: _____

2.3 - O imóvel se encontra : () na residência () fora da residência

2.4 - Paga Imposto sobre Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU)? () Sim () Não

2.5 - Quantos trabalhadores? () 1 a 2 () 3 a 5 () 6 a 10 () 10 ou mais

Com Carteira assinada _____ Sem Carteira assinada _____

2.6 - Emprega mão de obra familiar?() Sim () Não, quantos? _____

Com Carteira assinada _____ Sem Carteira assinada _____

2.7- A empresa paga INSS dos funcionários?() Sim, quantos; _____ () Não

2.8 - Quanto ganha cada funcionário?

() 1 salário mínimo () ½ salários mínimos () 2 a 3 salários mínimos () 3 a 4 salários mínimos () acima de 5 salários mínimos

3 - ORGANIZAÇÃO

3.1 - A atividade é formalizada (possui CNPJ)?() sim () não

3.2 - Desde quando a empresa possui CNPJ? _____

3.3 - Como ocorreu o processo de formalização da atividade?

3.4 - Caso seja formalizada a empresa é uma?() MEI () ME () EPP () EIRELI

3.5 - Paga Impostos?() Sim () Não

3.6 - Quais a taxas de impostos se inserem na atividade? _____

3.7 - Depois de formalizado o que mudou em seu negócio, há algum incentivo ou consultoria?() Sim () Não

Caso, sim especificar; _____

3.8 - Depois da formalização ficaram mais fáceis utilizar serviços bancários, como empréstimos?() Sim () Não

Caso, sim, Por quê? _____

3.9 - já participou de alguma palestra ministrada pelo SEBRAE? () Sim () Não

3.10- Você recebe algum tipo de orientação do SEBRAE para gerir o negócio? () Sim () Não

Caso sim, qual? _____

3.11 - Existe algum tipo de incentivo por parte do município para formalização das atividades?() Sim ()

Não

Caso, sim especificar: _____

3.12- Já sofreu algum tipo repressão, por falta de formalização da atividade? () sim () não

Se sim especificar: _____

3.13 - Utiliza serviços contábeis?() sim () não

FINANÇAS E CRÉDITO

4.1 - Possui Conta Bancária?() Sim () Não/ Se sim especificar Banco:

4.2 - Utiliza ou já utilizou empréstimos bancários? () Sim () Não

Se sim, qual banco? () Banco do Brasil () Caixa () Bradesco () Banco do Nordeste () Outros, especificar: _____

Qual o objetivo do empréstimo?

() compra de mercadoria() investimentos na loja () contratação de funcionários () Outros,

Especificar _____

4.3 - Que tipo de empréstimo bancário solicitou?

() Crédito Direto ao Consumidor/ CDC () Crédito Consignado () Crédito de Microempreendedor produtivo Orientado /MPO () Crediamigo

Outros especificar: _____

a)Valor? _____

b)Prazo de pagamento _____

c) Caso seja o Crediamigo que tipos de pessoas fazem parte deste grupo?

() Amigos () Parentes () Comerciantes () Outros,

especificar: _____

Formas de pagamento

() desconto em folha () boleto bancário () desconto em conta corrente () Outros,

Especificar: _____

4.4 - Possui crédito junto a algum distribuidor?() Sim () Não/ Qual o distribuidor: _____

4.5 - Quais as formas de pagamentos aceitas no estabelecimento?

() dinheiro () fiado() Promissória () cartão de crédito/débito () cheque () outros

Em caso de fiado qual o critério de seleção dos clientes? _____

Natureza da maquineta: () própria () alugada () emprestada () compartilhada

4.6 - Quais as despesas geradas no funcionamento do negócio?

() água () luz () telefone () internet () contador () funcionários () novas mercadorias () outros

Caso, Outros especificar: _____

4.7 - Qual a estimativa de lucro mensal?

() entre 0,5 e 1 salário () de 1 a 2 salários () de 3 a 4 salários () 5 salários mínimos () mais de 5 salários mínimos

4.8 - Com que é gasto o lucro final?

() alimentação () investimento no estabelecimento () despesas domésticas (água, luz, telefone, internet) () lazer () algum financiamento de veículo e/ou casa

() outros, especificar _____

4.9- Esta atividade é sua renda única ou complementar?() única () complementar

Se complementar especificar a segunda renda: _____

5 - TÉCNICAS DE TRABALHO

5.1 - Que tipo de equipamentos utilizados para o trabalho?

() computador () Tablet () telefone fixo () telefone celular () fax () maquina de cartão () celular como maquina de cartão () outros especificar

Caso utilize alguns dos equipamentos, especificar a finalidade: _____

5.2 - Esses equipamentos foram comprados?() Sim () Não

a) Caso tenham sido comprados são: () usados () novos

5.3 - Caso sejam alugados, são: () usados () novos

5.4 - Utiliza propaganda para a comercialização?

() carro de som () propaganda em rádio () folders e panfletos () banners e faixas () *facebook* () *instagram*

() *watsapp* () Fanpage () Boca a Boca () outros: _____

5.5 - A loja promove propagandas para divulgar os produtos através de modelos expondo as peças e fotografias?() Sim () Não

5.6 - Há produtos que são vendidos por consignação?() Sim () Não

5.7 - A loja possui um banco de dados com o cadastro dos clientes?() Sim () Não

5.8 - Quando os produtos não são comercializados, a loja promove:

() liquidações? () Revende o produto? () Devolve para o fornecedor

Caso não se utilize nenhuma destas alternativas, o que são feitos dos produtos? _____

6 - MERCADO

6.1 - Você sabe a origem dos clientes?() Sim () Não

Caso sim, quais as cidades de origem dos clientes?

() Santana do Mundaú () Iateguara () Branquinha () Murici () São José da Laje () Maceió () União dos Palmares

6.2 - Qual o período do mês de melhor venda? () na primeira quinzena do mês () na segunda quinzena do mês

6.3 - Quais são os principais concorrentes?

6.4 - Diante da atual situação política e econômica do país, como o senhor avalia esta situação refletida no município e na dinâmica do seu estabelecimento?

a) Impacto nas vendas () diminuição () aumento () indiferente

b) Linhas de créditos () diminuição () aumento () indiferente

6.8 - Com relação à violência:

a) Já ocorreram roubos de mercadoria?() sim _____ () não.

b) A loja já foi assaltada/furtada? () sim _____ () não

Questionário: **FUNCIONÁRIOS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

1 - Perfil do Entrevistado

Localização do Estabelecimento: _____

Sexo: () Masculino () Feminino Idade _____

1.2 - Grau de escolaridade

() fundamental incompleto () fundamental completo () médio incompleto

() médio completo () superior incompleto () superior completo

1.3 - Está estudando atualmente? () Sim, curso; _____ () Não

1.4- Possui formação profissional () Sim, qual; _____ () Não

1.5 - Cidade em que reside: () União dos Palmares, especificar o

bairro: _____ Outra, especificar: _____

1.6 - Mora em: () Casa própria () casa alugada R\$ _____ () com os parentes () outros: _____

1.7 - Por que trabalha com vendas? _____

1.8 - Qual seu último trabalho? _____

a) sempre trabalhou com vendas? () Sim () Não, especificar; _____

1.9 - Nos últimos anos realizou algum curso de capacitação para vendas? () Sim () Não

Caso sim, especificar; _____

Este curso foi disponibilizado pela empresa? () Sim () Não

Caso não, especificar, como realizou o curso: _____

Onde o curso foi realizado? _____

Período de realização do curso: _____

2 - LOCAL DE TRABALHO

2.1 - Há quanto tempo é vendedor?

() a menos de 1 ano () entre 1 e 2 anos () entre 2 a 3 anos () entre 4 e 5 anos () mais de 5 anos

2.2 - Trabalha todos os dias da semana? () Sim () Não, quais os dias; _____

Que horas inicia a atividade? _____

Que horas encerra o expediente? _____

2.3-Trabalha quantas horas por dia? _____

2.4 - Possui outra fonte de renda? () Sim, qual; _____ () Não

2.7 - Possui algum tipo de benefício social?

() bolsa família () BPC () aposentadoria () pensão () outros: _____

2.8 - Paga INSS? () Sim, R\$ _____ () Não

2.9 - Possui algum dependente? () Sim, quantos _____ () Não

2.10 - No que gasta o salário?

() Celular () internet () TV a cabo () alimentação () vestuário () energia () água

() outros: _____

2.11- O ganho no comércio cobre as despesas? () Sim () Não

2.12-Tipo de transporte para se deslocar ao trabalho?

() Moto () Carro () Van () Bicicleta () A Pé () Outros. Especificar _____

2.13 - Tem Carteira Assinada? () Sim () Não

2.14 - Recebe Salário mínimo?() Sim, valor; R\$ _____ () Não, valor; R\$ _____

2.15 - Recebe Comissão por peça vendida?() Sim, valor: R\$ _____% () Não

2.16 - A empresa impõe meta de vendas mensal?() Sim, quantos % _____ () Não

2.17 - Quantas vendas em média realiza mensalmente? _____

2.18 - Em relação à crise sentiu impacto nas vendas? () Sim () Não

a) Impacto nas vendas () diminuição () aumento () indiferente

3 - FINANÇAS E CRÉDITO

3.1 - A remuneração pelo trabalho é feita:

() quinzenalmente () Mensalmente

3.2 - O pagamento é realizado via conta bancária?() Sim () Não

Caso não especificar outros meios: _____

3.3 - Possui conta bancária? () Sim, qual banco _____ () Não

3.4 - Possui cartão de crédito? () não () sim, o cartão é; () próprio () emprestado

3.5 - Possui algum tipo de empréstimo junto a instituições bancárias?() Sim () Não

Caso sim, qual o objetivo o empréstimo? _____

Se sim, quais destes bancos?() Banco do Brasil () Caixa () Bradesco () Banco do Nordeste

() Outros, especificar: _____

3.6 - Que tipo de empréstimo bancário solicitou?

() Crédito Direto ao Consumidor/ CDC() Crédito Consignado () Crédito de Microempreendedor produtivo Orientado /MPO () CrédiAmigo ; Outros especificar: _____

Valor? _____

Prazo de pagamento _____

Caso seja, de CrédiAmigo que tipos de pessoas fazem parte deste grupo?

() Amigos () Parentes () Comerciantes () Outros, especificar: _____

3.7- Formas de pagamento

() desconto em folha () boleto bancário () desconto em conta corrente () Outros,

Especificar: _____

4- COMÉRCIO

4.1 - Quais os dias da semana de maior fluxo de vendas: _____

Por quê? _____

4.2 - Quais os meses em que há maior fluxo de vendas:

() Carnaval () Dias das Mães () Dia dos Namorados () Dia dos Pais () Dia das Crianças

() Natal e /ou ano novo

4.3 - Em média quantas peças cada cliente consome;

() Uma () Duas ou Três () Quatro ou cinco () seis ou sete () até dez () mais de dez () vinte ou mais

4.4 - Quais os tipos de produtos mais vendidos no estabelecimento?

() roupas femininas() roupas masculinas() roupas infantis() calçados() acessórios

() cama, mesa e banho() peças íntimas() jeans () higiene pessoal () Cosméticos ()

variados

Por que? _____

a) Qual o preço das peças Jeans comercializada? R\$ _____

b) Qual o valor médio das demais peças? R\$ _____

c) Quais as principais marcas comercializadas? _____

4.5 - Qual a faixa etária do público consumidor?

Adolescentes Jovens Adultos Idosos

4.7 - As vendas são realizadas em sua maioria sob qual forma?

Cartão de crédito Cartão de débito dinheiro liquido promissórias fiado

Caso seja, fiado, qual o critério utilizado: _____

Questionário: FEIRANTES DE VESTUÁRIO

Perfil do Entrevistado

1.1 - Sexo() Masculino () Feminino Idade _____

1.2 - Grau de escolaridade

() fundamental incompleto () fundamental completo () médio incompleto

() médio completo () superior incompleto () superior completo

1.3- Está estudando atualmente?() Sim () Não

1.4 - Possui formação profissional() Sim, qual _____ () Não

1.5- Cidade em que reside: () União dos Palmares, especificar bairro: _____

() outra, especificar: _____

1.6 - Mora em: () Casa própria () casa alugada, R\$ _____ () com os parentes

2- LOCAL DE TRABALHO

2.1 - Há quanto tempo é vende na feira? _____

2.2 - Quantos metros possui a área em que sua banca é montada? _____

a) Você paga pelo chão em que sua banca está montada?() sim, R\$ _____ () não

b) Quem é responsável pelo recolhimento desse tributo? _____

c) Esse tributo tem por finalidade a melhoria da feira?() sim () não

se sim, qual benefício para a feira _____

2.2 - Trabalha todos os dias da semana?() Sim () Não

Caso não, quais os dias em que trabalha: _____

Que horas as bancas são montadas? _____

Que horas encerra a feira? _____

Quem realiza a montagem e desmontagem das bancas? _____

Essas pessoas recebem remuneração?() sim, valor R\$ _____ () não

A remuneração é realizada:() diária () semanalmente () Outros; _____

2.3- A Comercialização na feira é sua única fonte de renda?() Sim () Não, especificar; _____

2.4 - Quais os tipos de produtos comercializa na feira?

() roupas femininas() roupas masculinas() roupas infantis() calçados() acessórios () cama, mesa e banho() peças íntimas() jeans () higiene pessoal () Cosméticos () variados

d) Qual o preço das peças Jeans comercializada? R\$ _____

e) Qual o valor médio das demais peças? R\$ _____

f) Quais as principais marcas comercializadas? _____

2.4.1 - Possui sacolas personalizadas? () Sim () Não

2.4.2 - Localidade ou empresa que confecciona as sacolas? _____

2.5 - Qual a origem dos produtos comercializados na feira?

() União dos Palmares/AL/ CEDICAL/ Atacadista () Maceió/AL () Caruaru/PE () Santa Cruz/ PE () Toritama/PE () Outras, especificar: _____

c) Quanto compra em estoque para abastecer o estabelecimento? R\$ _____

d) Em média quantas peças se referem a esse valor? _____

2.7 - Para a compra dos produtos, utiliza de cartão de crédito?() Sim () Não.

2.8 - Periodicidade das compras; () Semanalmente () Quinzenalmente () semestralmente

2.9 - Para realização das compras locam-se veículos?() Sim () Não

Se locam é de: () Empresa () Particular

Se não locam, é próprio? () Sim () Não

2.10 - Utiliza maquineta de cartão para comercialização na feira? () Sim () Não

Se sim, natureza da maquineta: () própria () alugada () emprestada () compartilhada

2.11 - Quais as formas de pagamentos aceita?() dinheiro () fiado () promissória () cartão de crédito/débito () cheque () outros

Em caso de fiado qual o critério de seleção dos clientes? _____

2.12 - Utiliza propaganda para a comercialização?

() carro de som () propaganda em rádio () folders e panfletos () banners e faixas () internet (divulga por *facebook*, *instagram*, grupos de *wastsApp* () Boca a Boca () outros

5.5 - Promove propagandas para divulgar os produtos através de modelos expondo as peças e fotografias? () Sim () Não

3 - RENDA

3.1 - Qual o valor do seu lucro mensal com as vendas na feira?

() 0,5 salário mínimo () 1 salário mínimo () ½ salário mínimo () 2 a 3 salários mínimos () 4 a 5 salários mínimos () mais de 5 salários mínimos

3.2 - Possui algum tipo de benefício social?() Sim () Não

Caso sim, especificar: () bolsa família () BPC () aposentadoria () pensão () Outros

4 - COMÉRCIO

4.1 - Por que resolveu vender na feira? _____

4.2 - Além da barraca na feira você possui algum estabelecimento em que comercializa as peças de vestuário e acessórios?() Sim () Não

4.3- Existe associação dos feirantes? () Sim () Não

4.4- A associação promove algum tipo de suporte e incentivo aos feirantes?

() Sim () Não . Caso promova especificar _____

4.5 - Os feirantes pagam algum tributo para fazer parte da associação?

() Sim, R\$ _____ () Não

4.6 - Qual órgão é responsável por cobrança do tributo? _____

4.7 - Existe por parte desse órgão um cadastro dos feirantes?() Sim () Não

Caso sim, como é realizado esse cadastro; _____

4.8 - Você é cadastrado?() Sim () Não, por quê _____

4.9 - Há reuniões entre os feirantes e a associação? () Sim () Não

a) Quais conteúdos são abordados _____

4.10 - Quais as principais reivindicações dos feirantes?

4.11 - O poder público municipal apóia os feirantes?() Sim () Não

Se sim, de que modo? _____

4.12 - Existe algum tipo de fiscalização por parte do órgão municipal?() sim () não

a) A fiscalização atende a demanda da feira e dos feirantes?() sim () não

4.12 - Você considera a feira importante para o desenvolvimento da cidade?

() Sim () Não Por quê? _____

4.13 - E para o desenvolvimento das pessoas que vendem e compram na feira?

() Sim () Não Por quê? _____

5 - FINANÇAS E CRÉDITO

5.1 - Possui Conta Bancária? () Sim () Não

Se sim especificar Banco: _____

5.2 - Utiliza ou utilizou empréstimos bancários? () Sim () Não

Se sim, qual banco? () Banco do Brasil () Caixa () Bradesco () Banco do Nordeste () Outros;

Qual o objetivo do empréstimo? _____

5.3 - Recorre a empréstimo para comprar mercadorias? () Sim () Não () Outros

5.4 - Que tipo de empréstimo bancário solicitou?

() Crédito Direto ao Consumidor/ CDC () Crédito Consignado () Crédito de Microempreendedor produtivo Orientado /MPO () Crediamigo

a) Valor? _____

b) Prazo de pagamento _____

c) Caso seja o Crediamigo que tipos de pessoas fazem parte deste grupo?

() Amigos () Parentes () Comerciantes

Formas de pagamento

() desconto em folha () boleto bancário () desconto em conta corrente () Outros

5.5 - Diante da atual situação política e econômica do país, como o senhor avalia esta situação refletida no município e na dinâmica do seu estabelecimento?

a) Impacto nas vendas () diminuição () aumento () indiferente

b) Linhas de créditos () diminuição () aumento () indiferente

5.6 - Atualmente, como avalia a comercialização na feira livre

() boa () ótima () ruim () péssima / Se ruim ou péssima qual a causa desse impacto nas vendas?