

ASPECTOS SOCIAIS DOS OBJETOS COPIADOS DO MERCADO INFORMAL DE FORTALEZA: AS FEIRAS LIVRES DAS PROXIMIDADES DA IGREJA DA SÉ

Humberto Pinheiro Lopes
umpiro@gmail.com

Cynthia de Holanda Sousa Matos
cynthia_crochet@yahoo.com.br

Faculdade Católica do Ceará - FCC

ISSN 2316-6479

Resumo

O mercado informal na cidade de Fortaleza, capital do Ceará, tem concentração no centro da cidade, uma região que em parte do século XX já foi reduto da elite fortalezense e, atualmente, abriga uma predominância de classes populares. Para tanto, alguns pontos são analisados para este âmbito de pesquisa: o crescimento das feiras livres próximas à Igreja da Sé, bem como os objetos copiados que lá são comercializados.

Palavras-chave: cópia, mercado informal e Fortaleza.

Abstract

The informal market in the city of Fortaleza, capital of Ceará, has got a concentration in the downtown, in a region of the twentieth century has been a stronghold of the rich people and currently has got a predominance of classes more poor. Therefore, some points are analyzed for this research context: the growth of free markets near the Cathedral, and the copied objects that are sold there.

Keywords: copy, informal market and Fortaleza.

Introdução

Este artigo, parte de uma pesquisa do grupo de estudos do laboratório do Núcleo de Moda da Faculdade Católica do Ceará, tem como objetivo discutir o funcionamento do mercado informal de Fortaleza a partir da análise da circulação de objetos copiados comercializados em feiras e mercados populares, avaliando quais implicações esses artefatos contribuem na competitividade do design de objetos ditos originais. Para tanto, a área de estudo delimitada será o Centro da cidade, região que semanalmente abriga feiras livres, precisamente nas proximidades da Igreja da Sé (catedral metropolitana) e do Mercado Central onde, através de investigações empíricas, além de algumas matérias veiculadas por jornais locais, foi possível verificar um volume de vendas significativo no segmento de moda.

O palco montado para as feiras livres

A área analisada do Centro da cidade possui equipamentos destinados ao turismo (Mercado Central e Emcetur), onde são encontrados uma variedade de artigos artesanais, além de vários estabelecimentos de entretenimento noturno, como bares, boates e restaurantes nas proximidades. Esta oferta proporciona ao local uma grande visibilidade, visto que nos finais de semana há um acúmulo considerável de indivíduos em busca desses atrativos. Dessa forma, essa região constitui como um palco para funcionamento de feiras livres, uma vez que o tráfego de possíveis consumidores é intenso.

Essas feiras livres garantem o sustento de várias famílias, visto que são fontes geradoras de renda tanto para os galpões – chamados de *shoppings* por indivíduos que comercializam seus produtos nesta região – que abrigam as lojas, como os feirantes que trabalham no local ou até mesmo funções ligadas à indústria de confecção. Grande parte desse comércio funciona de forma irregular e já sofre represálias tendo por objetivo a retirada dos ambulantes que trabalham na Avenida Alberto Nepomuceno e na Rua José Avelino. Segundo Valdenira de Lima, ambulante que trabalha no local, em depoimento dado ao *site* do *Jornal O Povo* (MAIA, 2012), ainda não houve a construção de um local (camelódromo) para que os mesmos possam trabalhar de forma satisfatória.

Brandão (2009, p. 240) aponta uma situação semelhante ocorrida em Cuiabá quando camelôs ocupavam “praças e ruas do centro da cidade” exercendo atividade comercial e as ações por parte da prefeitura “visando ao controle de espaços públicos da capital”, findando o dilema com a criação de um camelódromo em um bairro cuiabano. A essa perspectiva da informalidade, são encontrados objetos, que por vezes, são copiados de outras marcas avaliadas como originais e, que por serem vendidos nesse comércio de forma irregular, podem ser reconhecidos como artigos menores. Isso, talvez, deva-se, em parte, ao local onde são comercializados.

Nem sempre no Ocidente, produtos copiados foram vistos como peças de baixo valor social. Em períodos pré-capitalistas, para obter-se o título de mestre artesão era preciso que um aprendiz pudesse copiar com fidelidade uma obra de qualidade e aparência próximas à matriz copiada. Dessa forma, com a façanha de uma fiel reprodução de um objeto, um aprendiz tornava-se mestre e podia desfrutar de uma satisfação por ter alcançado o êxito de chegar próximo de uma representação semelhante à original (BENJAMIN, 1985; MARTINELLI, 2006; CARVALHO, 2011). A respeito disso, Gilles Lipovetsky (2009) aponta que o processo de imitação e distinção, oriundo entre a segunda metade e o fim da Idade Média,

ao favorecer a cópia dos comportamentos de nobres por burgueses, suscitou mais reprovação do que admiração. Com essa peleja, no fim do período medieval, um dos prováveis motivos da condenação à cópia teria dado seu início.

Portanto, na tentativa de apresentar aspectos da comunicação mediada por esses artefatos, é possível mensurar a competitividade deles no mercado a partir da compreensão da demanda oferecida por um consumo de objetos copiados em uma perspectiva social, já que podem ser condenados por sua qualidade e procedência. Ao observar isso, visamos compreender acerca da circulação intensificada desses objetos copiados ao perceber a competitividade que produzem com objetos de grandes marcas renomadas das quais são imitações.

Passeando pelo Centro fortalezense: o comércio informal instalando-se

Fortalezenses, passamos parte de nossas infâncias andando pelo Centro da cidade, ao acompanharmos o crescimento e desenvolvimento da mesma. Foi possível perceber que esta região tem sido palco para a instalação de um comércio informal, talvez pelo fato do acúmulo de transeuntes que passam por esses locais, o que desperta o interesse dos ambulantes, já que tais indivíduos podem vir a ser seu público consumidor.

Relembrando os tempos em que ainda éramos alunos de primeiro grau, vem à memória os vendedores de livros usados – os quais apareciam apenas no início do ano letivo – da Rua Floriano Peixoto. Essas pessoas atuavam vendendo ou trocando livros a preços bem abaixo dos praticados pelas livrarias da época; trabalhavam no mesmo local onde havia livrarias e não se ouvia falar em reclamações ou críticas por parte dos comerciantes locais, alegando que tais ambulantes estavam prejudicando seu comércio. Ao contrário, alguns ambulantes vendiam seus livros usados próximos das portas das livrarias em uma convivência aparentemente pacífica.

Atualmente, esse tipo de comércio possui atuação na Praça dos Leões sem que sofra repreensão por órgãos públicos, ao contrário, a feira firmou-se e proporciona a oportunidade de chefes de família adquirir livros escolares para seus filhos a preços módicos. Pode-se até verificar que alguns pontos comerciais modificam suas características para, neste período, comercializarem apenas artigos direcionados para este nicho.

Ruas como Liberato Barroso e Guilherme Rocha, além da General Sampaio e Senador Pompeu, entre outras como algumas das praças do Centro da capital, surgem como ponto de venda para o comércio de ambulantes revendendo todo tipo de produto desde peças do vestuário e acessórios até os produtos

made in China, corroborando para a conclusão de que esta região configura-se como um espaço de comercialização para o mercado informal.

Sendo assim, essa região surge como uma intensa concentração a qual possibilita análises dos objetos que lá são comercializados. Vale lembrar também o caso da Feira da Sé que acontecia todas as segundas-feiras com um número significativo de ambulantes que comercializavam suas mercadorias no chão, sobre caixas ou até mesmo nos porta-malas de carros (COSTA, 2012), conhecida vulgarmente como *Shopping Chão*. Esses ambulantes que trabalhavam no local foram deslocados para o município de Maracanaú, Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), com o apoio da prefeitura de Fortaleza no ano de 2009. Alguns, no entanto, não aceitaram a proposta de mudança e instalaram-se em galpões desativados da Rua José Avelino, propiciando o aparecimento de pontos de venda de produtos do vestuário (SILVA; SANTOS *et al*, 2010). Alguns dos ambulantes que se transferiram para a cidade de Maracanaú, hoje, desenvolvem seu comércio informalmente na Rua José Avelino.

Contudo, parte dos ambulantes continuou no Centro, instalando-se nas proximidades da Catedral de Fortaleza na Rua José Avelino, ocupando antigos galpões que existiam na rua. Os que haviam ido para o município de Maracanaú com pouco tempo voltaram. Fracassando essa forma a proposta da prefeitura de retirada dos ambulantes do centro da cidade (SILVA; SANTOS *et al*, 2010, p. 4).

Verifica-se que o Centro da cidade, antes palco da elite fortalezense com seus prédios históricos deixou de ser o centro de convivência desse público dando lugar ao desenvolvimento do comércio.

A cidade de Fortaleza no decorrer dos séculos XIX e XX ganhou posição de destaque no cenário nacional. O Centro, bairro histórico de forte dinamismo comercial, em tempos pretéritos foi lugar de moradia das elites e dos principais serviços públicos. Hoje o centro possui um comércio popular com grande atração sobre a população local e regional, dinamizando a economia cearense (SILVA; SANTOS *et al*, 2010, p. 1).

Além disso, o Centro é considerado por alguns, como local que exige cuidados em relação à segurança, pois sempre há notícias de furtos e assaltos na região. Isso contribuiu para que consumidores de classes econômicas mais abastadas deixassem de frequentar o local, optando por *shoppings centers* da cidade, considerados mais seguros.

Neste processo, no Centro permaneceram, principalmente, as atividades tradicionais ligadas ao comércio varejista, sendo encontrada grande quantidade de mercadorias, tais como tecidos, aviamento, material elé-

trico, plástico, descartável etc. Os gêneros de indústrias de transformação predominantes são confecções/calçados e gráficas que se enquadram no perfil de empresas de pequeno porte. É comum o argumento divulgado pela mídia de que as ocorrências de “marginais, prostituição, moradores de rua, atividades informais, catadores de papel, sujeira, buracos, insegurança, barulho, congestionamentos” contribuem para a situação de declínio em que se encontra o lugar. Difunde-se cada vez mais a concepção de que determinados espaços públicos são “lugares pobres para os pobres”, e o que é público se identifica como algo que não tem qualidade e deve ser utilizado pela população carente (hospitais, escola, parques, praças) (CUNHA, 2009, p. 79).

Dadas tais circunstâncias, é possível perceber que a área nas proximidades da Igreja da Sé, do Mercado Central e do Centro de Referência do Professor está migrando para o segmento do vestuário e acessórios, pois observa-se que até mesmo antigas lojas que comercializavam artigos para construção (como cerâmicas, torneiras, pias etc.), atualmente, vendem peças de roupa, para citar como exemplo, o Feirão da Construção na Rua Conde d’Eu. Ou seja, essa área abriga em sua maioria, gêneros alimentícios e artigos de moda.

Diante do exposto, o interesse em avaliar o mercado informal que se estabeleceu nessa região pode suscitar uma análise dos objetos que lá são comercializados. Por isso, ao pesquisar essa região já destacada no comércio fortalezense, julga-se necessário avaliar tal espaço em âmbito local com a finalidade de compreender de início, o ambiente, para que assim se possa perceber como é avaliada uma amplitude desse fenômeno de circulação de objetos copiados que lá também existem. Há um intuito de encontrar subsídios para que tanto a esfera pública, no que diz respeito ao consumidor e ao Estado, quanto a privada, possam ter parâmetros para compreender a consistência e as particularidades de tal competitividade com os objetos originais.

A forma como a cópia é direcionada no comércio popular

A oferta de produtos de moda – por comerciantes da feira – é muito grande. Portanto, a análise do mercado informal a partir da presença da moda pode ser avaliada por Cristiane Mesquita (2000; 2008; 2010), Míriam Mendonça (2006), Rosane Preciosa (2005; 2006), Massimo Baldino (2006) e Maria do Carmo Teixeira Rainho (2002), pontuando diferentes formas de observá-lo, ao defini-lo, sobretudo, prevendo a moda como um fenômeno. Partindo dessa compreensão do que seria moda, ainda é possível verificar na instância desse campo que parte da população não vê com bons olhos aquilo que é comercializado na feira, alegando que a maioria são cópias de marcas já renomadas no mercado. Lopes (2012), ao destacar o impacto da indústria da cópia no exer-

cício de seu trabalho, remete a algumas questões que são possíveis de ser encontradas no mercado informal.

O mercado estava me ensinando, à época da minha prática como designer, que a realidade apresentada pela universidade não era a mesma de um designer de moda que trabalhava nas confecções. Tinha que copiar modelos e uma série de referências para produzir meu trabalho com o intuito de que as “criações” desenvolvidas por mim fossem aceitas por um patrão e por um público a que se destinavam as produções (LOPES, 2012, p. 24).

Alguns designers de moda são compelidos a reproduzir formas já existentes modificando apenas alguns itens ou então adequando a matéria-prima e aviamentos ao público consumidor. Ou seja, aquilo que é usado para as classes mais abastadas economicamente poderá não conter nas cópias para os consumidores mais populares, já que recai sobre este produto um item determinante – o preço – que contribuirá também para o sucesso ou fracasso das vendas. Não basta que a peça de roupa, por exemplo, seja igual à comercializada pela marca mais cara, ela também deve ter um preço compatível com as condições econômicas do consumidor, pois caso contrário ele até poderá desejar adquirir aquela peça, mas sua realidade financeira não permitirá.

Debruçando-se sobre as questões que envolvem o comércio informal de Fortaleza, vale salientar sobre o Beco da Poeira, considerado um dos “símbolos do comércio informal no Centro de Fortaleza” (SILVA; SANTOS et al, 2010, p.1), que viam no local a possibilidade de adquirir produtos com tendência de moda a preços razoáveis. Ao cursarmos, a graduação em Design de Moda, foi possível perceber que alguns estudantes eram convidados por fabricantes de vestuário do Beco para desenvolverem coleções para suas marcas, embora alguns tivessem certo preconceito, pelo fato de trabalharem para um público mais popular, adaptando as criações de designers mais famosos, caracterizando a indústria da cópia.

Entre os profissionais de moda que aceitavam o desafio de criar peças para a feira, havia aqueles que percebiam que esses empresários procuravam trabalhar de forma organizada, tinham acesso a grandes fornecedores de matéria-prima e aviamentos (pelo fato do volume de vendas) e pagavam regamente seus serviços como designer, posto que tudo o que comercializavam era saldado à vista. Ao termos a oportunidade de estagiar em uma fábrica de vestuário, pudemos estar em contato com donos de empresas de estamparia que alegavam, na época, que preferiam pegar encomendas dos comerciantes do Beco da Poeira do que trabalhar para empresas regularizadas, uma vez que os do Beco, como

eles mesmos falavam, pagavam em espécie, além de ser um volume superior em relação a outros compradores formais.

O antigo Beco da Poeira¹ possibilitou uma melhoria financeira de muitos dos comerciantes do local, segundo relatos obtidos em conversas informais ao longo dos anos – assim como acontece nas proximidades da Igreja da Sé na Rua José Avelino – já que tudo o que era vendido não tinha nota fiscal. O lucro estava no volume de vendas do produto e não no percentual unitário.

Considerações finais

A partir da análise da produção simbólica ofertada por objetos copiados, analisamos uma estrutura em que a cópia – em um primeiro momento utilizada para ser comercializada como imitação de um produto de uma marca de renome – funcione como um modelo a ser alcançado em favor de um redesign (reformulação de um design de um produto) no qual se desenvolva um método de definição do que interessaria imitar na moda de determinadas estações para que as competências das empresas ou produtores fossem desenvolvidas e as imitações tivessem valor acrescentado real, por exemplo, por incorporação de trabalho local.

A escolha das proximidades da Igreja da Sé em torno da Rua José Avelino, a fim de analisar o recorte dessa pesquisa tem o intuito de observar que essa região tem elevado crescimento no comércio informal assim como já aconteceu em outras regiões do Centro de Fortaleza, como o Beco da Poeira e a Praça dos Leões.

Referências

BALDINI, Massimo. **A invenção da moda: a teoria, os estilistas, a história**. Lisboa: Edições 70, 2006.

BENJAMIM, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. **Obras escolhidas**. Magia e técnica, Arte e Política. 2 ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.

BRANDÃO, Ludmila. O “camelódromo”, a cidade e os fluxos globais subalternos. **Pós**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP. São Paulo: n. 25, pp. 232-251, jun. 2009. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/posfau/n25/15.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

1 Atualmente, o Centro de Pequenos Negócios (CPN) – até hoje chamado de Beco da Poeira, mesmo com sua mudança de endereço – encontra-se localizado na Avenida do Imperador, possuindo inclusive *site* na internet disponível em: <<http://www.becodapoeira.com.br/>>.

CARVALHO, Carla Gavilan. **Pirata, mas classe A**: sobre o consumo subalterno da pirataria de luxo. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Instituto de Linguagens, Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, 2011.

COSTA, Emly Andrade. Fortaleza, 2012. Disponível em: <http://www.apublica.org/wp-content/uploads/2012/04/2-publicacao_SN_small_pt_002.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2013.

CUNHA, Aurineide Maria. Trabalhadores de rua: tensões e resistências na luta pelo direito ao trabalho. **Rev. Katál**. Florianópolis, v. 12, n. 1, pp. 77-85, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rk/v12n1/10.pdf>>. Acesso em: 7 jan. 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Traduzido por Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras: 2009. Título original: L'Empire de l'éphémère: la mode et son destin dans les sociétés modernes.

LOPES, Humberto Pinheiro. Chafurdos das cópias: histórias da Moda com bandidos e mocinhas, nobres e plebeus. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Cultural Visual (PPGCV), Faculdade de Artes Visuais (FAV), Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, 2012.

MAIA, Geimison. Confusão durante retirada de ambulantes: ambulantes que ficavam na avenida Alberto Nepomuceno, nos arredores do Mercado Central, foram retirados pela Prefeitura. Dois vendedores agrediram equipes de TV. O Povo **online**. [Fortaleza]: 21 ago. 2012. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza/2012/08/21/noticiasjornalfortaleza,2903410/confusao-durante-retirada-de-ambulantes.shtml>>. Acesso em: 27 dez. 2012.

MARTINELLI, Fernanda Casagrande. **A sacralização da marca e a pirataria**: comunicação e sociabilidade nas práticas de consumo de bens piratas. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2006.

MENDONÇA, Míriam da Costa Manso Moreira de. **O reflexo no espelho**: o vestuário e a moda como linguagem artística e simbólica. Goiânia: Editora UFG, 2006.

MESQUITA, Cristiane Ferreira. **Incômoda moda**: uma escrita sobre roupas e corpos instáveis. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), São Paulo, 2000.

_____. **Moda contemporânea:** quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2010 (Coleção moda e comunicação).

_____. **Políticas do vestir:** recortes em viés. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), São Paulo, 2008.

PRECIOSA, Rosane. O design de moda como potência de um experimento. **Conexão:** comunicação e cultura. Caxias do Sul, Educus, v. 5, n. 10, pp. 144-153, jul-dez. 2006.

_____. **Produção estética:** notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005 (Coleção moda e comunicação).

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda:** novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002.

SILVA, Eciane Soares da; SANTOS, Marlon Cavalcante; SIVA, José Borzacchiello da. Comércio Informal no centro de Fortaleza: Beco da Poeira e Feira da Sé. In: ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.agb.org.br/evento/download.php?idTrabalho=2402>>. Acesso em: 7 jan. 2013.

Site

<<http://www.becodapoeira.com.br/>>

Minicurrículos

Humberto Pinheiro Lopes é professor do curso de Design de Moda da Faculdade Católica do Ceará (FCC), exercendo também o cargo de coordenador do Núcleo de Moda. Mestre em Cultura Visual (2012) pela Faculdade de Artes Visuais (FAV) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Bacharel em Estilismo e Moda (2009) pelo Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC). Endereço eletrônico para acesso da plataforma do currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/8622769016503630>>.

Cynthia de Holanda Sousa Matos é professora do curso de Design de Moda da Faculdade Católica do Ceará (FCC) e da FANOR. Especialista em Criação e Desenvolvimento de Produtos de Moda (2011) pela FCC. Tecnóloga em Estilismo em Moda (2009) pela FCC. Bacharel em Direito (1992) pela Universidade de Fortaleza (Unifor). Endereço eletrônico para acessar a plataforma do currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/4353099556928286>>.