

Rumo à plena ocupação do mercado

Derrubando o calendário e as condições do clima, negócios como o carnaval e as culturas irrigadas ampliam número de vagas

Nelson Oliveira,
Da equipe do **Correio**

País de fortes raízes caboclas, o Brasil está mudando acentuadamente a fisionomia e o funcionamento de muitas atividades econômicas. É o mercado que ganha corpo, cria e satisfaz desejos de consumidores.

No caso do setor de serviços, a mudança não é apenas na periodicidade de negócios como o carnaval fora de época das micaretas, mas também na geografia dos eventos. Lembra o chefe do Departamento de Economia da Universidade de Brasília, Jorge Madeira Nogueira, que o dinamismo e a criatividade dos empresários conseguiram levar o vôlei de praia para o interior, rebatizando-o de vôlei de areia, e trazer os rodeios para as grandes cidades.

Conforme Nogueira, a quebra dessas barreiras "tem um efeito fantástico sobre a criação de empregos, a ocupação de hotéis e a arrecadação de impostos". A Micarecandanga, que se realiza pelo 5º ano consecutivo em Brasília, é responsável pela criação de cinco mil empregos diretos, embora temporários, segundo o produtor do evento, Sérgio Monday. São montadores de arquibancadas, técnicos diversos e seguranças. O instalador de portões eletrônicos Waldir Camargo, morador de Taguatinga, por exemplo, vai receber renda extra durante os quatro dias de festa trabalhando como garçon no atendimento aos camarotes armados no Caldeirão da folia — o sambódromo móvel de Brasília.

FATURAMENTO

Além do pessoal que trabalha diretamente na micarecandanga, o evento gera ocupação em ateliês de fantasias, bares, restaurantes, hotéis e aumenta o movimento de

companhias de transportes. Dados não oficiais falam em um faturamento de R\$ 4 milhões, mas Monday garante que, em 1996, chegou a no máximo R\$ 2 milhões, dividido entre a empresa dele (Monday, Monday) e os blocos que se associaram para montar o que ele chama de "indústria da alegria".

No Nordeste, conta o empresário, o carnaval fora de época se consolidou com facilidade do ponto de vista empresarial. "Em Brasília o processo foi um pouco mais lento e, em cidades como Florianópolis, deve caminhar ainda mais devagar em função de obstáculos culturais". Atualmente as micarês estão acontecendo em 20 capitais e muitas cidades médias do interior. Nas cidades pernambucanas de Petrolina e Garanhuns, elas foram batizadas, respectivamente de Petrofolia e Garanhetta, segundo Elias Saed Cabuz, diretor dos blocos Balança Rolha e Gato Mia, que sai todos os anos na Recifolia, a micareta de Recife. Cabuz está em Brasília batalhando pela chance de penetrar num mercado dividido entre organizações de porte como o Chiclete com Banana, a Banda Eva, o Gerassamba e o É o Tchan. "Quando o evento já está bem desenvolvido é mais difícil de participar", diz o empresário.

Segundo Jorge Nogueira, a micareta é mais um exemplo do que dizia o economista austríaco Joseph Schumpeter sobre o papel dos empresários na criação de "necessidades".

Para a estudante Fernanda de Paula e Silva, 17 anos, a Micarê veio na verdade suprir parcialmente as deficiências de lazer que a cidade tem. "Acho que é preciso ouvir muitos tipos de música, mas eu gosto de dançar e a música baiana é perfeita para isso". Em março, ela e a amiga Fernanda Cristina Pereira, compraram, a prestação, fantasias do bloco

Zuleika de Souza



A estudante Fernanda de Paula e Silva acha que a Micarecandanga veio para suprir parcialmente as deficiências de lazer que existem na cidade

Côco Loco. Gastaram R\$ 330,00, cada uma, e se dizem satisfeitas.

COMÉRCIO

A plena ocupação do mercado, entretanto, resulta em mais que diversão para Fernanda de Paula. Ela ajuda a mãe na boutique de calçados e acessórios de couro Berloquê, que tem lojas nos Carrefour Sul e Norte. Todos os domingos, Fernanda é obrigada a trocar divertimento por trabalho por causa do novo esquema de funcionamento dos shoppings e hipermer-

cados. "Já estão falando em abrir todos os domingos, mas eu sou contra", adianta a estudante. "Além da carga excessiva de trabalho, domingo é o dia que a gente tem para reunir a família".

Se Fernanda, que no futuro terá sua cota no negócio da família, reclama do trabalho excessivo, do lado dos comerciantes as resistências ao trabalho dominical tem sido grandes. Para o presidente da Federação do Comércio de Brasília (Fecomércio), Sérgio Costa, o empresariado vai ter de recorrer ao

funcionamento aos domingos para aumentar o faturamento, que anda baixo em decorrência da falta de dinheiro.

E os comerciantes terão de pensar nas compensações que terão como folgas semanais e aumento do número de empregos.

Maria Gorete de Paula, dona da Berloquê, diz que não há espaço para abrir mais de uma vez por mês. "No domingo, o faturamento equivale a algo entre 8% e 10% da receita total da semana", calcula. "Se as vendas do dia extra forem

diluídas em quatro domingos, não valerá a pena porque temos de pagar salário dobrado, refeição e transporte para os funcionários", diz a dona da boutique.

Sérgio Costa diz que caberá aos empresários e comerciantes decidir em que bases vai se dar a abertura do comércio aos domingos. Mas ele alerta para o fato de que cabe aos comerciantes criar as "necessidades" das quais falava Schumpeter. "O aumento das vendas ocorrerá com a adaptação de empresários e consumidores", prevê Costa.