

Inclusão social pelo trabalho: cooperação e solidariedade na formação de um arranjo produtivo local – APL - na região metropolitana do Rio de Janeiro

Maria de Fátima Ribeiro ¹

fribeiro@ibge.gov.br

Luiza Rosângela da Silva ²

luiza@rio.com.br

1 Analista do IBGE

¹ Doutoranda do Programa de Engenharia de Produção da UFRJ (COPPE)

² Pesquisadora do Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social da COPPE/UFRJ
Doutoranda do Programa de Engenharia de Produção da UFRJ (COPPE)

RESUMO

Este artigo está baseado na importância que fatores à primeira vista alheios ao mundo do trabalho podem assumir na luta cotidiana pela sobrevivência, resultando em criativos e bem-sucedidos arranjos, como é o caso do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, no Rio de Janeiro, onde um extenso trabalho de campo nos revelou aspectos singulares da organização do trabalho e da gestão da produção.

Palavras-chave: Trabalho informal; Cultura; Arranjo produtivo local

1. INTRODUÇÃO

“A pobreza é um estado qualitativamente diferente; quando você mede, estabelece um pontinho e fica imaginando que é um puro problema de precariedade. (...) se você não desdobrar isso à diversidade das inserções concretas das pessoas, as políticas podem pura e simplesmente permanecer no espaço de definição abstrata.” Lessa (2001: 26)

Atualmente, o crescimento da economia “informal” é uma realidade e muitas iniciativas populares têm sido consideradas práticas legítimas de afirmação cidadã do direito à vida e ao trabalho. Num mundo cada vez mais globalizado, desigual e impessoal, as iniciativas locais têm sido inovadoras na busca de estratégias de sobrevivência e se mostram mais bem-sucedidas quando articuladas entre si. É neste contexto que o processo e o lugar por onde se desenvolvem historicamente fenômenos como a Feira Nordestina - agora integrante do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - devem ser entendidos não apenas como o espaço de luta pela sobrevivência, mas como resultado de um estreitamento das atividades informais com setores formais da economia e com o poder público.

Milton Santos fez coro com Carlos Lessa e advertiu que território, cotidiano e cultura significam criação de trabalho:

“Gente reunida é produtora de economia, criando conjuntamente economia e cultura. E sendo produtora de cultura, também é produtora de política. O país ‘de baixo’ é uma fábrica de manifestações genuínas, representativas, autênticas. É aí que se encontra a riqueza da improvisação. Essas formas espontâneas, ou quase, tanto são alimentadas das tradições quanto das inovações. Esse mundo dos homens lentos é que lhes permite fruir”. (Santos, 2000: 35)

Diante da tradição construída em torno da Feira de São Cristóvão, a partir de saberes sedimentados cultural e historicamente, e da inventividade e da solidariedade contra o adverso – ou seja, aqueles derivados do conhecimento tácito, do associativismo e da inovação competitiva, alguns economistas diriam - e da configuração atual do Centro de Tradições como um território, – a concessão acordada de um substrato, de uma localização legal de uma legitimidade por anos oficialmente negada e combatida -, é importante levantarmos algumas questões referentes não só ao que chamei de *unidades produtivas* que, juntas, formam a base do que se transformou no atual Centro de Tradições, mas também à gestão das atividades nos espaços comuns do Centro de Tradições, distinguindo aí algumas percepções dos feirantes em relação às mudanças ocorridas.

2. BREVE ANÁLISE RETROSPECTIVA

O que hoje é hoje o maior equipamento de lazer da Cidade do Rio de Janeiro, e chega a atrair mais de 130 mil pessoas em um final de semana, começou a se formar antes da década de 50, no Campo de São Cristóvão, onde os “paus-de-arara” – caminhões adaptados para o transporte de migrantes nordestinos – faziam ponto final e os nordestinos começaram a fazer ponto de encontro.

A Feira Nordestina de São Cristóvão nasce evidenciando a identificação, a recuperação do conhecido, a possibilidade de notícias do lugar de origem, a certeza da confraternização com seus semelhantes. Seria possível afirmar que a Feira Nordestina de São Cristóvão nasceu com características tanto de um mercado local quanto de feira-livre, pois se fortaleceu comercializando produtos singulares de uma região - mas uma região distante - e que interessavam, basicamente, às pessoas originárias dessa mesma região distante. Apesar disso, como uma feira-livre, que se desloca periodicamente para facilitar o acesso ao consumo dos produtos, a Feira Nordestina de São Cristóvão deslocou-se do Nordeste.

Esse “mercado local deslocado”, periódico, trazido pelos migrantes, garantiu-lhes, em contrapartida, resguardar suas referências identitárias fundamentais. Se o diferente ou o que lhes parecia novo estava presente em cada momento do migrante nordestino, o espaço da Feira de São Cristóvão possibilitava ao migrante viver o conhecido, tanto como comerciante quanto como freqüentador. Neste sentido, podemos dizer que a Feira passa a incorporar contornos de festa de largo: passear, ver e ser visto, divertir-se.

Reprimida, tolerada, oficializada, várias vezes transferida de local pelo poder público... Em cerca de 60 anos, as possibilidades de combinação da “modernidade” com diferentes tradições podem ser infinitas, em relações impregnadas de significado. E é no cotidiano urbano que arranjos, muitas vezes inesperados, de antigo/moderno, conhecido/novidade, tradicional/vanguarda, periferia/centro formalidade e o anonimato se constituem para recriar a realidade. A Feira – unidade de muitas heterogeneidades compreendidas entre extremos da cultura e da memória, subjetivos, e do negócio, que é objetivo - se projeta como um espaço de resistência, em detrimento do avanço das relações impessoais e burocratizadas que o moderno ritmo de vida impõe à cidade.

A transferência da Feira de São Cristóvão do entorno do Pavilhão Campo de São Cristóvão para dentro do pavilhão foi uma mudança não somente espacial. As mudanças mais significativas parecem estar nos movimentos que se fizeram necessários para uma primeira adaptação e continuam a delinear novas formas. Se esta nova realidade afastou antigos feirantes, atraiu novos, as tensões e ambigüidades ainda se subordinam a similitudes que formam o que poderíamos chamar de unidade “plural”. Entre a repressão do poder público e a briga de lideranças pelo controle dos feirantes, a Feira toma contornos de proporções cada vez maiores, estabelece novos parâmetros e se impõe como fato, pois o “povo é teimoso”, como explicou um feirante..

3. PARAÍBA!

Cada vez mais os estudos e as ações apoiam empreendimentos individuais e a micro e pequenas empresas parecem adotar o slogan “pensar localmente e agir globalmente”, já que a referência local pode ser também responsável por características de *território*, na acepção de Zaoual (2003), base de estudos a respeito de *arranjos produtivos locais* – APLs.

Mas, para além da idéia do espacial, a palavra território tem se referido a espaço vivido – e vivo -, a um lugar de pertencimento onde experiências comuns geram, elas mesmas, valores e visões de mundo. É uma maneira e um lugar de resistir, de existir. Esta acepção nos permite pensar a tradição não apenas como uma orientação ao passado, que permite que este tenha uma grande influência sobre o presente, mas como uma constante reconstrução, uma articulação dialógica entre as referências passadas e outras formas atuais de viver.

Nesse lugar, mais que referências de um passado que tem grande influência no presente, as tradições se reconstróem, engendrando novos arranjos:

“Em todos os lugares, cada vez mais, as pessoas sentem a necessidade de crer e de se inserir em locais de pertencimento. Assim, à medida que cresce o global, também se amplia o sentimento do local’. (...) ‘As razões desse paradoxo são múltiplas, entre as quais mencionemos a seguinte: a globalização, sinônimo de mercantilização do mundo, introduz localmente um tipo de incerteza e de vertigem na mente humana. Uma das maneiras de reagir a isso consiste na busca da certeza de que somente a proximidade pode garantir, até certo ponto, o sentimento de pertencer.” (Zaoual, 2003: 21)

Daí o entendimento de mercado, atualmente tipicamente um entendimento globalizante, não de explicar ou abarcar todas as transformações sócio-econômicas – no sentido não apenas de desdobramento histórico, mas de novidade, de serem revolucionárias - pois, não raro, elas se opõem (localmente) à sua maneira de ser. Comportamentos econômicos são relativos, pois são fortemente moldados pelo contexto e pelas culturas locais. Zaoual usa o conceito *sítio de pertencimento* e de *homem situado*, particularmente adequados ao propósito de nosso estudo:

“O sítio elabora um código de seleção singular e tem um caráter dinâmico, com evolução própria. Quando falamos em cultura estaremos, então, nos referindo ao mesmo tempo a uma pluralidade e a um movimento. Conforme essa ótica, oposta à do economicismo, nenhuma dimensão da existência humana pode estar separada das outras. Crenças, conceitos e comportamentos se articulam em torno de um sentido de pertencimento e criam forte relatividade das leis econômicas no mesmo momento em que o mundo parece uniformizar-se.” (Zaoual, 2003: 28)

Para o autor, como cada sítio, mesmo sendo aberto à mudança, apresenta singularidades que impregnam os comportamentos individuais e coletivos de determinado meio social, várias políticas de desenvolvimento cometeram muitos “erros de sítios”, tendo em vista que tendem a cair de cima para baixo, em vez de privilegiar a escuta e a livre participação das populações interessadas. Sob esta ótica, “(...)torna-se primordial o sentido que os atores atribuem a seu próprio mundo. Na maioria das vezes, isto está implícito em seu sítio de pertencimento, que, agindo como bússola, orienta os comportamentos individuais e coletivos” (Zaoual, 2003:73)

O entendimento de Zaoual é que, com o caráter inovador “de baixo para cima”, os setores formais – não raro importadores e reprodutores de modelos - têm muito a aprender. Isto porque na economia formal, quando se aplicam “pacotes de desenvolvimento e de

modernização” – em geral com a mobilização de recursos externos - as dinâmicas informais restituem as sobras, de dentro e de modo inovador.

Para ele, tanto as normas da organização econômica local como o conjunto de instituições - implícitas ou explícitas – são construídas dinamicamente a partir da trajetória e das características do sítio simbólico de pertencimento. Dinamicamente, porque este espaço simbólico de pertencimento poderia mudar ou estabelecer um código de seleção:

“Esta cadeia orgânica do meio desdobra-se em imperativo de sentido. A experiência mostra que o homem é incrivelmente um ser crente. A necessidade de sentido e de direção pode ser motivo para fazer isto ou aquilo. Isso é fundamental em matéria de empreendedorismo e de desenvolvimento econômico em geral.” (Zaoual, 2003: 25)

4. CONHECIMENTO E ARTICULAÇÃO

Llorens aponta na mesma direção de Zaoual ao afirmar que “o processo de ‘desindustrialização’¹ gera outras economias” que se constituem, na prática, em exercícios de adaptação flexíveis a novas situações e caracterizados, principalmente, pela busca de um maior aproveitamento dos recursos endógenos, tornando possível incorporar maiores conteúdos de fatores intangíveis ao valor agregado de conhecimentos concretos na atividade produtiva e na gestão empresarial.

Algumas experiências mostram que pequenos empreendedores associados e em relações de parceria com setores “modernos” da economia se encontram em melhores condições para seu crescimento ou sustentabilidade, até mesmo pela oportunidade de efetuar compras ou vendas – negociar, enfim - conseguindo melhores condições. Em seus diferentes níveis, o poder público tem procurado fomentar a criação de empresas e a cooperação entre as micro, pequenas e médias empresas, de forma a facilitar a promoção de arranjos produtivos e estimular alianças estratégicas empresariais.

A estrutura da Feira foi sendo modificada em movimentos que registram arranjos cada vez mais complexos e abrangentes, mas nenhum tão significativo quanto o referente ao acordo entre a Prefeitura e a Cooperativa dos Feirantes, que terminou por caracterizar a Feira como parte integrante do Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, separando o comércio do que seriam manifestações culturais. Nos atuais 18 mil metros quadrados, a segurança de um local fechado e a estrutura de dois grandes palcos com muito espaço para dança, 128 banheiros, e a acomodação dos feirantes em 664 barracas fixas. Neste novo espaço, a representação da cultura passa a ter mais importância que a cultura vivida no cotidiano, como pode atestar o feirante que revestiu as paredes da sua barraca com uma estrutura de pau-a-pique e finalizou com verniz.

Circunscrita ao Pavilhão de São Cristóvão, a Feira cada vez mais parece indicar um acordo entre a cultura urbana e a cultura regional, uma “conta de chegar” para uma cultura popular.

A mudança Feira/Centro produz encantamento e resistência, sensação de haver conquistado algo novo e sedutor, mas de haver, em contrapartida, perdido algo igualmente ou ainda mais caro. Requer um rearranjo das forças que compõem os *meios variáveis que habitam cada subjetividade* - meio profissional, familiar, cultural, econômico, político, etc. Estes meios variam ao longo do tempo, se combinam de diferentes maneiras e recebem a

¹ Nota: Entendido como um dos aspectos derivados da recessão, da estagnação econômica, do desmonte de parques industriais, em várias nações periféricas

influência de outras forças que se misturam àquelas já existentes numa a dinâmica incessante de atração e repulsão, alterando o que Rolnik (1997) chama de *paisagem subjetiva*.

Lessa² diz que o Centro de Tradições “trouxe de arrasto” características de informalidade. São estas características que também vão formar a singularidade da Feira e que, à primeira vista, podem ser confundidas com bagunça ou desorganização: variedade de tamanhos e estrutura das barracas, os tipos de improvisação no acabamento de algumas delas, o colorido das mercadorias e letreiros quase sempre invadindo as ruas, diferentes e criativas estratégias de venda, músicas competindo pelo volume, a fumaça dos churrasquinhos, o constante movimento de crianças, namorados, famílias, dependendo do horário.

É como se a superfície não indicasse a ordem que existe, dissimulando regras, mas deixando entrever o delineamento da lógica da ocupação do espaço e das relações que ali se estabelecem, mas é certo que a mudança para o interior do Pavilhão causou uma acentuada desestabilização nas rotinas de trabalho e nas relações pessoais. Estar na nova estrutura da Feira – o Centro - exige uma aprendizagem que se faz no cotidiano e cuja avaliação não poderia ser apresentada como coisa acabada.

Neste espaço podemos identificar numa intrincada rede de produtores e fornecedores, grosso modo, três tipos de unidades produtivas:

1. Unidades que cresceram muito e ainda crescem em atividades, instalações ou número de empregados, e transformam sua estrutura produtiva e sua modalidade de inserção no mercado, como as sociedades que se estabeleceram em alguns restaurantes ou como as filiais de lojas de laticínios e carne de sol em outros bairros para atender uma demanda crescente.
2. Um segundo tipo de empreendimento se caracterizaria por atividades que cresceram ou podem crescer sem, contudo, chegarem a transformar sua estrutura tecnológica e produtividade interna.
3. Aquelas unidades produtivas que geram - ou parecem gerar - escassos recursos, tiveram ou têm , tiveram ou têm poucas oportunidades de crescimento e estão centrados em atividades de sobrevivência, como os empreendimentos de pequenos produtores agrícolas que levam à feira sua produção.

Há grandes empresas que pertencem a famílias e são gerenciadas por elas, e não são necessariamente nem informais nem amadoras. Por outro lado, em cenários específicos como a Feira – ou, agora, como se vê, no Centro – as relações que extrapolam o âmbito comercial podem ser decisivas para a sobrevivência e o sucesso dos empreendimentos, não importa sua natureza.

Essa é, mesmo, uma das características mais frequentes nos chamados arranjos produtivos locais. A passagem de estágios mais modestos ou informais na atividade produtiva/comercial às formas mais rentáveis, organizadas e reconhecidas não se dá sem a incorporação de novas características ou sem a adaptação ou a criação de condições para preservação das características anteriores.

Também se confundem as fronteiras da casa/trabalho, os papéis de colaborador/empregado. É frequente o trabalho se revestir de características também de lazer. O desgaste com o próprio trabalho é por vezes inserido no contexto de estar com parentes, amigos, vizinhos, sem a separação tão clara entre uma tarefa da unidade de negócio e uma atividade relacionada ao convívio social. No caso do Centro de Tradições, em que na grande maioria de unidades produtivas estão parentes e amigos, é muito comum o termo “ajudante” para designar tanto a pessoa que trabalha mediante remuneração, como a pessoa da família

² Nota: Declaração pessoal à autora.

(cônjuge, filho) que trabalha com ou sem remuneração junto a outras: “Eu trabalho com três ajudantes: meu filho, minha mulher e mais um rapaz”. Ou: “Eu trabalho sozinha. No sábado vem um ajudante”.

Na verdade, os vínculos culturais e sociais foram determinantes para os vínculos econômicos. A formalização dos vínculos em organizações associativas favoreceu as relações da Feira como grande empresa não só com o poder público, mas também com empresas públicas e privadas e com o terceiro setor, garantindo patrocínios, parcerias, financiamento.

Grande parte dos feirantes não tem estrutura para trabalhar mais que os três dias do funcionamento atual da Feira, já que costumam usar os outros dias para outras atividades, como limpeza, compras, pagamentos e atpe mesmo outra atividade remunerada. É comum o feirante dormir na própria barraca de sexta-feira ao domingo, pois os shows contribuem para o funcionamento ininterrupta feira e o desgaste de arrumar a barraca para ir para casa e ter que voltar em pouco tempo não compensaria, conforme declarações de feirantes.

Muitas barracas de roupas comercializam confecções próprias, algumas mantendo um ou mais pontos de venda informais fora da Feira. É comum, também a associação com familiares donos de barracas na Feira ou em outros locais.

A demanda por produtos regionais pode ser suprida também por pequenos produtores – que fazem a entrega na Feira ou mesmo lá já se encontram estabelecidos. Alguns produtos de origem animal, como carne e miúdos de bode e porco, também podem ser adquiridos de pequenos criadores que atendem a demanda da Feira.

Muitos dos produtos agrícolas vendidos provêm de produção própria. Há casos de agricultores que moram em municípios próximos e semanalmente trazem à feira sua produção e de outros, pernoidando de sexta a domingo na unidade produtiva. Em alguns casos, é na própria unidade produtiva que é, por exemplo, debulhado o feijão-de-corda.

Também os produtos da indústria rural já não vêm majoritariamente do Nordeste e há uma infinidade de produtos da indústria rural que podem ser encontrados em unidades de negócio que vendem no varejo. Um produtor pode ter sua unidade de negócio para venda na feira e atender também outras unidades de negócio na própria Feira ou fora dela.

Tomando como exemplo a goma de mandioca, produto de grande consumo não só pelos feirantes no preparo de tapioca para venda local, mas também comprada pelos visitantes em sacos de um quilo, é possível encontrar um feirante fornecedor de goma de mandioca que cultiva o produto em seu sítio, no Espírito Santo. A cada quinze dias viaja para administrar a produção do sítio, aos cuidados também do irmão, que mora e tem uma casa de farinha na propriedade ao lado. Se a produção é pequena, recorre a outros produtores para complementar a quantidade que necessita para os negócios na Feira. Encaminha a produção para ser processada na casa de farinha do irmão, que fabrica também a goma.

A farinha já sai pronta para ser ensacada para o varejo, mas os tonéis de goma dependerão de um último processamento que será feito já no Rio de Janeiro, no domicílio do feirante. Lá, a goma receberá a última “lavagem” e aguardará a decantação para ser comercializada. O filho deste feirante e outro irmão também se dedicam à produção e à venda dos mesmos produtos, na Feira, a esposa trabalha preparando tapioca.

Um outro produto muito vendido são as típicas “bolachas”. Algumas são industrializadas no Nordeste, mas grande parte tem origem em indústrias informais na zona urbana do Rio de Janeiro; algumas indústrias chegam a consumir no processo de fabricação cerca de duas toneladas de farinha de trigo por mês, segundo informou um dos fabricantes. É importante ressaltar que nossa investigação se restringiu às unidades de negócio na Feira,

portanto não consideramos as indústrias que, mesmo distribuindo seus produtos na Feira, ali não mantêm unidades de negócio.

A maior parte dos produtos agrícolas e de pequenas criações vem de municípios do Estado do Rio de Janeiro, como farinhas, legumes e cereais frescos, além do queijo de coalho - que já começa a ser produzido também em Cachoeiras de Macacu, principal fornecedor do estado para a Feira. Da mesma maneira, o consumo faz crescer por aqui a fabricação das populares bolachas “nordestinas” - um dos fabricantes me informou consumir de 500 quilos a uma tonelada de trigo por semana.

Muitos feirantes compram de outros feirantes, da própria feira, produtos que usam ou vendem. Entre os pequenos feirantes, é uma rotina freqüente a compra de artigos na sexta-feira e o pagamento em dinheiro no domingo, no final da Feira.

Segundo Seu Manoelzinho, antigo comerciante de queijos, o queijo de coalho não deve ser muito ácido e, para assar, tem que ser um pouco desnatado, porque senão a gordura “não deixa dar liga”. Talvez aí resida seu sucesso de vendas entre os ambulantes de churrasquinho. Enquanto conversa, atende um cliente que se abastece para o fim-de-semana, quando vai vender churrasquinho de queijo de coalho nas areias das praias da Zona Sul do Rio de Janeiro, em uma churrasqueira portátil, cujo *design* já é bem conhecido dos banhistas.

Quase todos os produtos que vende – e ele não diz o quanto vende - vêm do Pará e de Minas Gerais. Mesmo para quem se prontifica a quantificar vendas, é comum a dificuldade dos feirantes para estabelecer uma quantificação mensal de vendas ou consumo: a Feira tem um ciclo próprio que se inicia e se encerra a cada semana, mas a Feira “transborda”, como tem sido dito a respeito dos arranjos produtivos locais. Ela nasce como afirmação identitária, como atividade misturando o lazer do forró e dos repentes com a venda e mesmo a troca de artigos “nordestinos”. A própria origem do artigo – se o queijo é importado do nordeste ou não, se a renda veio do Ceará ou é feita por uma moça em Caxias, que aprendeu essas coisas ainda menina – passa a ser circunstancial. No movimento mesmo de “feirar” o importante é afirmar a “nordestinidade”, é recriar o Cariri.

5.ARRANJO PRODUTIVO LOCAL

Quando falamos em território buscando identificar características de APL na Feira, a espacialidade muda de sentido - sem trocadilho - e pode ser recriada de modo móvel, fazendo pousos e pausas temporários, até firmar-se como um território “permanente” como os APLs tradicionais quando do advento “materializador” e demarcador da passagem ao interior do Pavilhão. Não quer dizer, no entanto, que antes disso não houvesse um território especial, reconhecido. Ao contrário, era a persistência em realizar com regularidade de tempo e espaço aquelas atividades que tornou possível legitimá-las.

Segundo os relatos dos feirantes antigos, a feirinha de São Cristóvão cresceu fruto de “teimosia” com “saúde”. Essas categorias presentes no discurso dos feirantes “originais” podem oferecer pistas quanto à mutação histórica de sua relação com o espaço e com as autoridades. A empatia, a simpatia e o prazer ligados à cultura – a fruição prazerosa da “saúde”, revivida pelo nordestino ou “inventada” por um número sempre crescente de cariocas – são opostas à rejeição do comércio marginal, da “desordem”, da concorrência com lojas estabelecidas – haja “teimosia” para combater reclamações das autoridades e de outro número de cariocas, ano após ano.

O fato é que, sem o lazer e a cultura, sem a “marca” do nordestino, a Feira seria, como tantas outras, combatida e encerrada. A Feira seria apenas uma feira, e não uma casa de encontrar amigos, uma família expandida por consangüinidade, mas também por

“conterraneidade”, uma boate para dançar, um bar para beber e contar bobagem, um restaurante que mistura bode com batata frita, uma butique de couros, um larguinho do sertão para passear de mãos dadas comendo milho assado, uma reunião de artesãos, um lugar pra “arrumar fiado” e “se virar” e até um lugar para “brigar de igual para igual”. A Feira seria só uma feira, não seria também um lazer, uma celebração, uma festa. A festa é o salvo-conduto histórico e econômico da Feira.

Como mencionado, muitas unidades produtivas comercializam confecções próprias, algumas mantendo um ou mais pontos de venda informais fora da Feira. É comum, também a associação com familiares donos de unidade produtivas na Feira ou em outros locais. Em ambos os casos a área de camelôs próxima à Estação Central do Brasil, no Centro da cidade e a Feira do Largo do Boiadeiro, na Favela da Rocinha, na Gávea costumam ser os locais mais citados. Além disso, é comum a associação a “sacoleiras” para a venda em domicílio. A área de camelôs próxima à Estação Central do Brasil, no Centro da cidade e a feira do Largo do Boiadeiro, na Favela da Rocinha, na Gávea, também foram citadas, como segundo ponto de venda, por algumas unidades produtivas que comercializam farinhas, doces e conservas.

Santos, Diniz e Kaplan (2004) argumentam que os critérios empregados para caracterização de um APL nem sempre são mensuráveis de forma realmente objetiva e nem aplicáveis de maneira ampla em economias periféricas. Competente e sucintamente, esses autores mostram que alguns dos critérios do dito “APL inovador” não poderiam servir de referência mesmo ao segundo caso predileto da literatura mundial sobre APL, o do Vale do Silício - onde a competição e a alta especialização *engolem* a importância da cooperação. Sendo assim, é proposta uma série de características para reconhecimento de APLs:

- “Concentração espacial da produção de bem ou serviço exportável para outras regiões, ainda que da mesma cidade, se esta é uma metrópole, ou produto ou serviço que atende a atividades que exportam para outras regiões;
 - a localização é uma fonte de vantagem competitiva muito importante para as firmas ou as subunidades de firmas;
 - essas vantagens competitivas de origem locacional tendem a atrair empresas, subunidades de empresas ou mesmo produtores autônomos, ou a fazer crescer ou mesmo manter competitivas as empresas já instaladas, se o ambiente de concorrência é crescente com empresas de outras regiões;
 - tais vantagens não são apenas indiscriminadas, difusas ou genéricas, possuindo efeitos especialmente importantes para setores ou cadeias específicas.
 - as principais vantagens competitivas da região não se resumiriam aos especiais custos de transporte, fiscais, alfandegários ou de acesso a insumos básicos, ou seja, são vantagens que se realimentam com o crescimento do APL.”
- (Santos; Diniz; Kaplan: 2004:27)

Os autores apontam, num APL, sucessivas incorporações evolutivas: **Agglomeração + Governança + Representantes Legítimos + Apoio Público**

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cada mudança na estrutura produtiva do Centro de Tradições como um todo, o lazer passa a ser não só o setor do não-trabalho, mas cada vez mais também um agregador de atividades geradoras de trabalho e renda. Ao mesmo tempo em que o lazer vai sendo autonomizado e mediatizado, suas técnicas “vão deixando de ser governáveis e, de certa forma, governadas pelo grupo e pelo território do grupo, diretamente ligadas à vida do grupo e seus ritmos próprios” (Santos, 2000: 33)

Mas é paralelamente à oficialidade do Centro para tratar de cultura – ou melhor, por dentro dele, na Feira - que vários feirantes mantêm o *pé-de-serra*, convidando músicos como

o tradicional Zé da Onça, e que funcionam para o público e para eles mesmos como uma garantia de autenticidade. É na Feira que o *pé-de-serra* continua reproduzindo, dentro do aperto no fundo das barracas, o improviso de dançar no quintal, de arrumar um puxadinho pra acomodar sanfoneiro e bailarinos – e de encontrar o familiar.

Cada um tenta personalizar da melhor maneira e “como o dinheiro dá” as barracas que, supostamente, seriam padronizadas. Algumas unidades, notadamente os restaurantes, ocupam o espaço de quatro ou mais boxes e se estendem por dois andares. Tanto o pequeno feirante individual como os pequenos e médios empresários se articulam para atender um público diferente, que vai ao Pavilhão pela segurança de estar em um local fechado, pela comodidade e higiene das novas instalações. Os que se expandiram, notadamente os restaurantes, apostam num público novo atraído pela localização central do Pavilhão: mais famílias de classe média e gente que trabalha no centro da cidade e nas imediações - para o horário de almoço e *happy hour* - se juntam a outros.

Ao lado dos restaurantes decorados e bem equipados, onde trabalham mais de 50 pessoas, estão as empresas familiares de marido e mulher, de mãe e filha, que tentam se adequar ao novo cenário, a um público que mudou, mas ainda não está claramente definido. Com a versatilidade própria da informalidade, os feirantes se adaptam ao novo contexto de formas singulares e se reestruturam, procurando assumir, também eles, novas funções.

Se a Feira se estruturou prioritariamente numa cultura rural, os saberes e fazeres dessa cultura foram sendo agregados e adaptados à metrópole e hoje se estruturam em uma complexa cadeia produtiva, formando uma rede de fornecimento e consumo de produtos e serviços mais próxima geograficamente e mais apropriada ao funcionamento da Feira. Hoje o Centro de Tradições é responsável por um sem número de empresas geradas a partir de suas atividades ou cuja existência não se explicaria isoladamente.

Ainda assim, a cooperativa dos feirantes - responsável pelos contatos com o poder público e pelas atividades de divulgação e de promoção de eventos - é vista pelos próprios feirantes como algo exterior e alheio à participação direta. Iniciativas de órgãos públicos e ONGs interessados na consolidação bem sucedida da Feira como APL devem, portanto, buscar o fortalecimento da capacidade organizativa dos feirantes

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- LASTRES, Helena M.M., CASSIOLATO, José E., MACIEL, Maria L. *Pequena Empresa: Cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, IE/UFRJ, 2003.
- LESSA, Carlos. FAPERJ – Ciclo de debates. *O Rio pensa o Brasil – Agenda pública do novo século*. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2001.
- LLORENS, Francisco A. *Desenvolvimento econômico local: caminhos e desafios para uma nova agenda política*. Tradução de Antonio R P. Braga. Rio de Janeiro: BNDES, 2001.
- REDE DE PESQUISAS EM SISTEMAS E ARRANJOS PRODUTIVOS E INOVATIVOS LOCAIS - REDESIST – UFRJ. Acesso on line: www.ie.ufrj.br/redesist
- ROLNIK, Suely. “Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização”, in: *Cultura e subjetividade: saberes nômades*. Campinas, SP: Papirus, 1997
- SANTOS, Gustavo A. G; DINIZ, Eduardo J.; KAPLAN B., Eduardo. “Aglomerções, arranjos produtivos locais e vantagens locacionais”, in: *REVISTA DO BNDES*, Rio de Janeiro, V. 11, N. 22, DEZ. 2004.
- SANTOS, Milton. “Lazer popular e geração de empregos”, in: *Lazer numa sociedade globalizada*. São Paulo: SESC/WLRA, 2000.

ZAOUAL, Hassan. *Globalização e diversidade cultural*. Textos selecionados e traduzidos por Michel Thiolent. São Paulo: Cortez, 2003.