

**POLÍTICAS MUNICIPAIS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL:
A RECEPÇÃO POPULAR DA PROPOSTA DO MERCADÃO DO
CABO DE SANTO AGOSTINHO/PE**

**ANDRÉ LUIZ DA SILVA XAVIER (1) ; MARIA SALETT TAUKE
SANTOS (2) .**

**1.FACULDADE DOS GUARARAPES, JABOATÃO, PE, BRASIL;
2.UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO, RECIFE,
PE, BRASIL.**

xaluan@uol.com.br

APRESENTAÇÃO ORAL

**REFORMA AGRÁRIA E OUTRAS POLÍTICAS DE REDUÇÃO DA
POBREZA**

**POLÍTICAS MUNICIPAIS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL:
A recepção popular da Proposta do Mercado do Cabo de Santo
Agostinho/PE**

Resumo

Este trabalho pretende compreender os “usos” e as apropriações que os feirantes fazem da proposta de Gestão Participativa Municipal do Cabo de Santo Agostinho/PE, de reestruturação da antiga feira centenária para um espaço planejado, denominado Mercado, a partir de um modelo de gestão, voltado ao esforço de construção do desenvolvimento local. Como referencial teórico-metodológico esta pesquisa combina as teorias da Escola Latino-Americana de Comunicação na abordagem dos estudos culturais e dos estudos de recepção, com os estudos do desenvolvimento local e as teorias da participação. Para a coleta de dados procedeu-se à realização de entrevistas semi-estruturadas, uso de técnicas etnográficas, depoimentos, diário de campo, análise documental e pequena história de vida. A pesquisa evidenciou, dentre os resultados finais, que o esforço da Prefeitura do Cabo/PE, em promover a organização política dos feirantes inserindo-os em um modelo de gestão compartilhada, com a participação de atores a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa – SEBRAE e do microcrédito das organizações não-

governamentais, têm se configurado em vetores para um processo, ainda em vias de construção, na perspectiva do desenvolvimento local.

Palavras Chave: Políticas Municipais; Desenvolvimento Local; Recepção; Participação e Mercado.

Abstract

This study intends to understand how the merchants use and appropriate to the proposal of Participative Municipal Administration, the restructuring of the Centenary Market of the city of Cabo de Santo Agostinho/PE into a planned area called "Mercadão", based on a model of participative administration that seeks to build up local development. This study combines the theories of the Latin-American school of Communication on cultural studies and the reception studies as well as the studies of local development and the theories of studies of participation. A combination of data collection techniques was used: observation through the use of ethnographical techniques, semi-structured interviews, individual testimonies, field notes, documental analysis and a brief life history. The study proved, among other conclusions, that the municipal government of the Cabo/PE, by inviting the merchants to take the organization politics through an Association, by promoting training through the services of the SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa, by researching alternatives to productive financing through microcredit funded by non-profit organizations, and by mediating conflicts of interest, has shown in perspective to build up local development.

Key Words: Municipal Policy; Local Development; Reception; Participation and "Mercadão."

1. INTRODUÇÃO

O objetivo desta pesquisa é analisar a recepção da proposta de gestão participativa do Mercado municipal do Cabo de Santo Agostinho/PE, pelos feirantes envolvidos nessa experiência. Especificamente o que se quer compreender são os usos e as apropriações que fazem esses feirantes da proposta, da Prefeitura Municipal, de reestruturação da feira centenária do Cabo/PE para um espaço planejado, denominado Mercado, a partir de um modelo de gestão compartilhada, voltado à construção do desenvolvimento local.

Nesse sentido, o esforço para implementação de um modelo de desenvolvimento local, parte da compreensão de que a produção e a prosperidade são instrumentos que estão

consorciados aos interesses dos diversos atores sociais, que por meio das suas potencialidades desenvolvem atividades agrícolas e não agrícolas num mesmo território. Essa percepção da valorização dos agentes locais diante do paradigma produtivista encontra sintonia nas propostas da nova Extensão Rural. Isto porque, tradicionalmente, a Extensão Rural, segundo Mussoi (1993) incorporou ao setor agrícola, práticas excludentes, concentradoras de renda, privilegiando o segmento da sociedade que detinha o capital financeiro e tecnológico. Nessa perspectiva, a nova Extensão Rural parte do princípio de que o rural não pode ser considerado como o espaço onde são desenvolvidas atividades apenas agrícolas, uma vez que na contemporaneidade, encontram-se temáticas como, turismo, serviços, artesanato, indústrias e os shoppings, as quais permeiam o cenário do campo, reduzindo os limites que distinguem a realidade urbana da rural¹.

Ao lado disso, a perspectiva descentralizadora das decisões do poder público, a exemplo da proposta do projeto Mercado pela Prefeitura do Cabo de Santo Agostinho/PE, a participação comunitária, a capacitação e o estabelecimento de parcerias institucionais, são vetores encontrados no campo do estudo teórico da nova Extensão Rural, pela via da comunicação para o desenvolvimento local (TAUK SANTOS & CALLOU, 2006).

Como uma das primeiras atividades estratégicas para promover o desenvolvimento local, a Prefeitura elaborou, em Dezembro de 1997, com a colaboração dos diversos atores sociais representativos da sociedade cabense, a exemplo da Associação de moradores de Ponte dos Carvalhos, paróquia Santo Antônio, agricultores, hospital Samaritano, feirantes, entre outros, o **Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável – PEDS** do

¹ Vide GRAZIANO DA SILVA, José. O novo mundo rural. *Nova Economia*, UFMG, Belo Horizonte, v.7, n.1, maio, 1997, p. 43-81; e CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO DA SILVA, José (edits.). *O novo rural brasileiro: uma análise nacional e regional*, vol.1, Jaguariúna, SP.; Embrapa, 2000, 185p.

Município do Cabo de Santo Agostinho. Este plano vislumbra o desejo do poder público municipal em firmar, com a sociedade do Cabo, o compromisso de construir programas e projetos coletivos voltados à melhoria da qualidade de vida da população, de forma participativa, em um horizonte de longo prazo. Este plano, o PEDS, tornou-se conhecido como *Cabo 2010*².

A proposta do poder público municipal foi a de redirecionar os mais de 1.800 feirantes atuantes na antiga feira centenária do centro da cidade do Cabo de Santo Agostinho/PE, para um espaço adequado, com infra-estrutura pertinente às práticas do setor. Uma vez que, uma das intenções da proposta municipal estava em conseguir elevar os padrões atuais de produção, renda e consumo, buscando alcançar o viés da sustentabilidade (CABO 2010, 1997).

Na tentativa de dar um tom participativo às suas ações programáticas e no esforço de articular os feirantes, em um espaço planejado, o Mercadão do Cabo de Santo Agostinho/PE, foi inaugurado em 2002, como uma perspectiva para a formação do processo de desenvolvimento local³. O esforço de desenvolvimento local, entretanto, parte da compreensão de que a mudança não pode ser de fora para dentro, mas a partir da própria sociedade, de um determinado espaço ou localidade. Como sugere Franco (2000), todo desenvolvimento é local, seja ele um distrito, uma localidade, um município, uma região, um país ou uma parte do mundo. Na realidade, ao contrário do que possa parecer, a palavra local não está ligada a pequeno, nem tampouco, ao sentido de redução. Essa teoria parte do pressuposto, de que as mudanças sociais ocorrem por meio da integração entre os

² Para maiores detalhes sobre o conceito de planejamento estratégico local e municipal, ver Sérgio C. Buarque. "Metodologia de planejamento do desenvolvimento sustentável: material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores". Brasília: IICA, 1999.

³ Essas informações podem ser verificadas em maiores detalhes no relatório executivo, do Plano Estratégico de Desenvolvimento – PEDS, do Cabo de Santo Agostinho - Cabo-2010, de Dezembro de 1997.

indivíduos. Os quais ao se unirem, poderão impulsionar as suas potencialidades, mediante a interface de um processo coletivo.

Nesta trajetória:

A compreensão de desenvolvimento local passa agora por um esforço de mobilização de pequenos grupos no município, na comunidade, no bairro, na rua, a fim de resolver problemas imediatos ligados às questões de sobrevivência econômica, de democratização, de decisões, de promoção e de justiça social (TAUK SANTOS & CALLOU, 1995:45).

Ao que parece, os pesquisadores indicam que no desenvolvimento local os atores sociais possuem um papel protagonista nas cenas diárias do seu cotidiano, assumindo responsabilidades e dividindo poderes com o poder público, em suas diversas instâncias.

A tendência, segundo Tauk Santos (1996), é que no processo de desenvolvimento local:

A construção das velhas identidades nacionais cede lugar à organização popular na comunidade, no município, como ponto de partida da participação dos municípios na construção da nova cidadania, entendida como via privilegiada para o desenvolvimento local (TAUK SANTOS, 1996:2).

Nesse sentido, a construção de um modelo de desenvolvimento local busca garantir o empoderamento das populações, no sentido de torná-las protagonistas do seu desenvolvimento. A questão é que, historicamente, o Estado negava a maioria da população o direito em exercer a plenitude da cidadania, submetendo-as a uma situação de contingência, econômica, social e de condições precárias de vida (TAUK SANTOS, 2003). Esse histórico estimulou alguns pesquisadores no Brasil, a partir dos anos 90, realizarem estudos ligados à comunicação, com um enfoque de analisar o cotidiano das culturas populares, pela ótica da recepção.

Entre os pesquisadores brasileiros que começaram a desenvolver os seus estudos nessa nova perspectiva encontra-se Tauk Santos (2000), que por meio de suas pesquisas em contextos populares, tem demonstrado que os estudos de recepção não se limitam apenas a processos de recepção de mídia. A autora incorpora a concepção do contrato de comunicação de Eliseo Veron, para a esfera dos estudos de recepção, em programas de desenvolvimento local, demonstrando a existência de um contrato de comunicação estabelecido entre emissor e receptor, que pode ser entre uma organização governamental, e não-governamental, em uma população de contexto popular, no esforço de estimular a participação popular no processo de construção do desenvolvimento local⁴.

É nesse cenário, em meio a essas condições concretas, que o presente estudo pretende analisar como os feirantes do Mercado se apropriam da proposta da Prefeitura, considerando as condições da sua cultura de participação comunitária, enquanto cultura popular. Uma vez que, normalmente, as culturas populares não têm encontrado grandes oportunidades, nesse sistema, ocasionando em um processo de grandes desigualdades sociais.

Desse modo, analisar a proposta do Mercado do Cabo de Santo Agostinho/PE, enquanto objeto de estudo da nova Extensão Rural, pela via da comunicação para o desenvolvimento local, no qual o receptor é também sujeito das práticas sociais, tendo a sua cultura como uma das mediações que influenciam no cotidiano do trabalho dessa

⁴Nessa concepção de contrato de comunicação, podemos citar o estudo de recepção da proposta da Gestão Participativa de Saúde da Prefeitura de Camaragibe/PE, em 1996, pelos membros do Conselho Municipal de Saúde. Esta pesquisa procurou “reafirmar no espaço da administração pública a vocação pedagógica da construção coletiva de programas e projetos, alicerçados na constituição de parcerias e alianças estabelecer canais efetivos para a discussão, definição e acompanhamento das políticas públicas; capacitar os atores locais governamentais e não governamentais para a gestão compartilhada” (TAUK SANTOS; ARAÚJO, E.; PATRIOTA, N.; 2003).

população, de contexto popular, coaduna-se com uma das linhas de pesquisa do Programa de Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, da Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE, que através dos seus pesquisadores, vem se empenhando na construção de conhecimentos acadêmicos sobre a temática do desenvolvimento local, a partir dos estudos de comunicação.

2. A RECEPÇÃO COMO ITINERÁRIO TEÓRICO-METODOLÓGICO

O percurso teórico-metodológico da pesquisa tem como pano de fundo, os estudos de recepção, considerando o contrato de comunicação que se estabelece entre culturas.

No caso específico, a cultura do poder público, representada pela Prefeitura do Cabo de Santo Agostinho/PE e a cultura popular, representada pelos feirantes.

A partir da década de 80, os estudos de recepção na América Latina, através de alguns dos pesquisadores como: Martín-Barbero, Canclini e Orozco, consideram a cultura como um fenômeno indissociado dos processos de comunicação.

De forma geral, estes pesquisadores concentraram suas preocupações na análise do receptor, considerando que este sujeito não adquire uma postura passiva frente à transmissão de informação. E que, o receptor a partir da sua cultura impugna ou refuncionaliza as mensagens atribuindo, a estas, um novo sentido. Isto porque, as culturas populares segundo Canclini (1983) existem porque há uma apropriação desigual dos bens econômicos e culturais por diversos grupos em uma determinada localidade. (ESCOESTEGUY, 1995).

Partindo do que discute Canclini (1983) sobre as características das culturas populares, é relevante considerar o cotidiano do Mercado como lugar para compreensão das manifestações culturais e do uso como espaço onde se manifesta os sentidos que os feirantes atribuem a esse projeto. Ao que tudo indica, o estudo do cotidiano permite compreender possíveis situações que ocorrem sobre um território, onde se desenvolvem as diferentes práticas sociais e suas respectivas sociabilidades através dos tempos (HELLER, 1972). Para a autora, citada acima, a vida cotidiana revela o homem por inteiro, por isso, não se pode dissociar o cotidiano da história da sociedade. Uma vez que, uma das características do cotidiano: *“é a espontaneidade, não querendo dizer com isto que todas as atividades do cotidiano o sejam no mesmo nível, mas que existe uma tendência marcante do cotidiano para a espontaneidade”*. (HELLER, 1972:18).

Nessa perspectiva da espontaneidade, segundo Demo (1993), para que os membros de uma sociedade sintam-se estimulados a participar de um determinado projeto, é necessário que haja um nível mínimo de identificação cultural entre os participantes. Os membros de uma determinada comunidade sentem-se integrados, enquanto grupo, devido a traços característicos, tais como: valores, modo de ser, de interagir, dentre outros. A ausência dessas características poderá comprometer o desenvolvimento participativo de uma comunidade.

É neste cenário, como se referem Tauk Santos & Callou (2006), que a nova Extensão Rural, pela via da comunicação para o desenvolvimento local, pressupõe os seguintes princípios norteadores: Encorajar a solução de problemas graves do autodesenvolvimento econômico e social das comunidades locais; Sensibilizar as autoridades locais, regionais e nacionais, face aos problemas ligados ao emprego, serviço

de base etc.; Promover o empoderamento das associações populares, compreendida como ação que possibilita às associações melhorarem a capacidade individual e coletiva para atuarem no cenário público; Fortalecer as lideranças municipais; Articular as parcerias com organizações governamentais, não governamentais e população local; Viabilizar ações permanentes de capacitação e assistência técnica para a população envolvida no desenvolvimento local (TAUK SANTOS & CALLOU, 2006:73-80). Para atender aos objetivos da pesquisa, o itinerário metodológico realizado evidencia que se trata de um estudo de caso. Nesse sentido, a pesquisa de campo se instrumentalizou das técnicas combinadas de coleta de dados; observação direta com o uso do diário de campo; análise documental dos dossiês da gestão participativa do município do Cabo; técnicas etnográficas, compostas por testemunhos materiais dos feirantes do Mercado, na tentativa de resgatar o histórico, o cotidiano, as possíveis transformações ocorridas nesse processo e o roteiro de entrevista semi-estruturada para recuperar a experiência dos feirantes na gestão do Mercado. A seleção da amostra foi intencional tomando-se por base os critérios: ser morador do Cabo do Santo Agostinho/PE, ser o proprietário da atividade econômica, possuir mais de 04 anos de experiência como feirante e participar das atividades do conselho gestor do Mercado.

A amostra foi composta por 10 (dez) feirantes, dos doze citados pelo presidente da Associação dos Feirantes, que participam do conselho gestor, além, dos 100 (feirantes) escolhidos aleatoriamente.

3. O CABO DE SANTO AGOSTINHO/PE E A PROPOSTA DO EMISSOR

O município do Cabo de Santo Agostinho está localizado na mesorregião Metropolitana e na Microrregião Suape do Estado de Pernambuco, limitando-se a norte com Moreno e Jaboatão dos Guararapes, a sul com Ipojuca e Escada, a leste com o Oceano Atlântico e a oeste com Vitória de Santo Antão. A área municipal ocupa 448 km² e representa 0,45% do Estado de Pernambuco. Do marco zero do Recife ao centro do Cabo dista de 41 km, cujo acesso ocorre através da BR-101 Sul e da PE-07⁵. Segundo o Relatório de Desenvolvimento Humano 2004, elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD, o município do Cabo de Santo Agostinho apresenta um índice de GINI de 0,57 ocupando a 19^a colocação no ranking estadual e a 3.248a no nacional (PNUD, 2004).

A pobreza (medida pela proporção de pessoas com renda domiciliar per capita inferior a R\$ 75, 50, equivalente à metade do salário mínimo vigente em agosto de 2000) diminuiu 10,23%, passando de 56,4% em 1991 para 50,7% em 2000. Por outro lado, a desigualdade cresceu: o Índice de Gini passou de 0,51 em 1991 para 0,57 em 2000.

De acordo com censo do (IBGE, 2000), o Cabo de Santo Agostinho/PE, apresentava uma taxa de desemprego de 28,55%, enquanto a média nacional, neste período, era de 15,04%. A renda média do trabalhador no município estava em torno de R\$ 334,00 (Trezentos e Trinta e Quatro Reais), ao passo que a Cidade do Recife/PE, a renda média era de R\$ 750,00 (Setecentos e Cinquenta Reais); Olinda/PE com R\$ 530,00 (Quinhentos e Trinta Reais); Jaboatão dos Guararapes/PE com R\$ 559,00 (Quinhentos e Cinquenta e Nove Reais) e Camaragibe/PE com R\$ 408,00 (Quatrocentos e Oito Reais).

⁵ Para detalhes a respeito do município do Cabo de Santo Agostinho em Pernambuco ver: www.amupe.org.br

Esse cenário despertou no poder público municipal local a necessidade de estabelecer novas práticas de gestão participativa, voltadas à geração de emprego e renda, para atender às necessidades de inserção econômica da população cabense. Para isso, a Prefeitura realizou oficinas de capacitação para diversos os feirantes e diversos parceiros a exemplo, do Centro das Mulheres do Cabo e os Conselhos Municipais Setoriais, sobre: Desenvolvimento Sustentável; Agenda 21 e metodologias participativas. Como se pode observar nos seguintes relatos:

Eu mesmo já fiz muito curso, pela Prefeitura, pelo SEBRAE, sem pagar nada, tudo de graça. Antes da gente vim pra qui, eles nos ensinaram a como atender bem o nosso freguês, a como organizar a nossa mercadoria, foi tanto que eu até esqueço. O problema é que nem todo mundo vai pras aulas e, depois ficam aí, reclamando da situação e do prefeito (Feirante A).

No começo foi aquela agitação todo mundo desconfiado, achando que o Prefeito queria enrolar a gente. Mas, devagarzinho com paciência, com as reuniões, com os professores todos de alto gabarito, os feirantes começaram a entender esse projeto. E hoje, até o jeito de mim vestir é diferente, eu aprendi muita coisa. Só que agora eles não fazem é mais nada (Feirante J).

Ao que parece, esse esforço da Prefeitura Municipal, em realizar encontros para capacitação dos diversos atores locais, está em sintonia com os vetores do desenvolvimento local. Isto porque, segundo Jara (2001), a construção do desenvolvimento local está relacionada à dotação de conhecimentos e habilidades, endógenos, que os indivíduos adquirem na tentativa de poder gerenciar os seus recursos em novos espaços, através do diálogo, deliberação e controle. Nesse contexto, o surgimento do Mercado, se insere como elemento estruturador do Plano Urbano, na tentativa de estimular o empreendedorismo no município, uma vez que o projeto Mercado não visa possibilitar apenas uma mudança na paisagem nas ruas do centro da cidade, mas uma perspectiva de melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Enquanto ação voltada ao desenvolvimento local, a proposta do Mercado indica uma preocupação em atender à demanda da população por iniciativas de geração de emprego e renda, tendo em vista, os indicadores de exclusão social do município (CABO 2010, 1997).

4. AS APROPRIAÇÕES DA GESTÃO PARTICIPATIVA

A pesquisa evidenciou que cerca de 40% da amostra verificada manifestaram maior compreensão e participação na proposta de Gestão Participativa do Mercado. O processo de capacitação evidenciou ser um dos fatores que estimulam a participação. Assim, quando os feirantes foram indagados sobre o significado de gestão participativa no Mercado, obtivemos o seguinte depoimento:

Para mim, o nome já diz tudo, ou seja, é quando as pessoas se conscientizam, todos têm a sua responsabilidade com o seu comércio, respeitam o estatuto e seguimos a decisão da maioria dos companheiros e participamos das reuniões quando a associação chama. (Feirante A).

No processo de desenvolvimento local há que se considerar a importância da aprendizagem, por meio da educação, de oficinas de formação, de cursos, que estejam desenhados de acordo com o perfil dos participantes. Quando o processo educativo é bem realizado, restaura a solidariedade, a consideração e promove a reciprocidade entre os diversos atores, aumentando e/ou desenvolvendo a força social (JARA, 2001).

Há os que relacionam o modelo de gestão participativa a uma estratégia política, que apesar de ter sido implementada em âmbito local, faz parte de um planejamento de Estado:

A gestão participativa foi uma idéia do governador Jarbas que decidiu instalar este projeto em Pernambuco. No Cabo, o responsável foi o prefeito Elias Gomes. Isso significa que, aqui o prefeito ouve os feirantes, antes de tomar qualquer decisão (Feirante C).

Para outros, a gestão é participativa porque as pessoas possuem a liberdade de expor o seu pensamento, de verbalizar o que pensam, todavia, a decisão está com o poder público municipal. Como podemos observar:

A gestão participativa é um processo onde todo mundo tem direito de falar, de dizer o que pensa. E isso, não tinha quando antigamente na feira, alguém para nos ouvir, o grupo aqui está mais unido para conquistar os nossos direitos, porque isso aqui é da gente. Mas, é a Prefeitura quem decide no final das contas. (Feirante H).

Entre os entrevistados há aqueles que demonstraram possuir uma maior apropriação da proposta, como é o caso de um feirante, que apesar de possuir apenas, como escolaridade formal, o fundamental incompleto, demonstra um domínio político da proposta:

A Gestão participativa representa a organização dos feirantes para discutirem perante o prefeito do Cabo de Santo Agostinho os seus problemas, as suas dificuldades. Sabe por quê? Aqui as decisões não podem ser isoladas e o prefeito não manda na gente. As pessoas juntas são mais fortes, porque com o povo o erro ou o acerto é em conjunto, quer dizer, ninguém pode colocar a culpa no outro se fizemos certo, foi porque tivemos méritos e os que se omitem, não podem reclamar. (Feirante B).

O significado de gestão participativa para este feirante está na possibilidade de discutir propostas, de poder participar e que a postura da passividade precisa ser rompida, o que fortalece a proposição de Demo (2006) sobre a importância de a sociedade possuir qualidades políticas. Para este autor, a qualidade política ocorre quando a sociedade reconhece que todos são iguais e diferentes, por isso, a necessidade de se discutir, de criar um ambiente que propicie a articulação, onde a visão dialética dos contrários permeia o significado da participação.

Há, entretanto, como era de se esperar em processos emancipatórios dessa natureza, aqueles que parecem não ter uma compreensão integral do processo como o depoimento a seguir:

Gestão participativa é essa coisa de trabalhar todo mundo junto, de ir pra essas reuniões, ficar lá sentado, ouvindo o povo falar. Só que ninguém recebe dinheiro nesse negócio, ora, se é participativo e se eu vou ter que ficar trabalhando no meu boxe e trabalhando com a prefeitura porque tem que ser de graça? Ta! Isso eu acho errado. (Feirante I).

Isto nos permite inferir que de fato como afirma Demo (1993) a participação é um processo que se conquista ao longo do tempo, de forma não acabada e que a partir da cultura as pessoas, em nosso estudo, os feirantes, estão se apropriando dos sentidos da gestão de forma satisfatória.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar dos esforços promovidos pelo poder público municipal local sintonizar com as teorias do desenvolvimento local, na perspectiva da descentralização das atividades no município, a exemplo do Mercado do Cabo de Santo Agostinho/PE. O estudo demonstrou que os feirantes não estavam preparados, para assumir a gestão participativa, de forma articulada e não hierarquizada com o poder público. Essa pouca evidência protagônica, por parte dos feirantes, no cotidiano da gestão compartilhada no Mercado, se revelou em um dos principais fatores para que a proposta da Prefeitura do Cabo/PE, enquanto estratégia de desenvolvimento local, ainda esteja em vias de construção. No entanto, a implantação da proposta de uma economia solidária, incluindo os diversos atores populares do território do

Cabo/PE, sinaliza em diversos aspectos de transformação da realidade cotidiana dos municípios dessa região. Do ponto de vista do emprego, o estudo evidenciou que o Mercado é para muitos dos feirantes, jovens e adultos a oportunidade de geração de renda. Tal fato pode ser explicado, em função das características dessa população de contexto popular, como baixa escolaridade formal e pouca qualificação para o trabalho. Ao que parece, o projeto Mercado do Cabo de Santo Agostinho/PE contribui para que os feirantes não estejam nas ruas do centro da cidade, marginalizados e dependentes dos programas assistencialistas do governo.

O estudo não conseguiu identificar uma pro atividade dos feirantes influenciada pela implantação da gestão participativa. Tal fato, possivelmente ocorra, devido ao “isolamento” da população pesquisada em seu próprio espaço de poder. Porém, constatou-se que alguns dos entrevistados possuem consciência política da realidade do município, dos seus direitos enquanto cidadãos, principalmente os que tiveram a oportunidade de ter participado de outras organizações políticas, produtivas ou até mesmo de cursos de capacitação.

Constatou-se que para as mulheres, a sua presença no Mercado lhes permitiu o mesmo direito de atuação ao dos homens, o que não ocorria, anteriormente, na feira-livre centenária da região. Entretanto, a participação do sexo feminino no conselho gestor é proporcionalmente inferior aos dos homens.

A pesquisa demonstrou que os feirantes entrevistados, de uma maneira geral, estão apropriados das mensagens de Gestão Participativa da Prefeitura. No entanto, não foi verificada uma uniformidade quanto à compreensão, dessa população de contexto popular.

Ficou evidenciado que, para a maioria dos feirantes, participar é estar presente nas reuniões promovidas pela Associação Gestora do Mercado.

Para alguns dos entrevistados, o sentido da Gestão é de caráter político, onde a Prefeitura assumiu o compromisso de implementar no município, uma estratégia originada de uma instância governamental, hierarquicamente superior. Tal interpretação, de que a Gestão é uma estratégia com um viés muito mais político do que promovedora do desenvolvimento da população estudada, está no fato de que para participarem do projeto, uma das condições era a de que os feirantes estivessem organizados por meio da associação dos feirantes.

Alguns teóricos da participação afirmam que: a forma associativista é um recurso artificial das sociedades democráticas que fazem com que os indivíduos se liguem uns aos outros (DEMO, 2006). Não foi identificada essa *artificialidade*, porém, a pesquisa mostra

que alguns feirantes, apesar de reconhecerem a importância de estarem associados, não priorizam as atividades da associação em detrimento aos seus interesses individuais.

Quanto à articulação com o poder municipal não foi possível afirmar que existe um canal efetivo de comunicação com a população envolvida. Em nenhum espaço aberto e público do Mercado foi identificadas informações a respeito da prestação de contas, das atividades que estão sendo desenvolvidas no município. Em nenhum momento, os entrevistados referiram-se à presença do Prefeito nas reuniões do conselho gestor, até porque, essas reuniões têm perdido a credibilidade por parte de alguns membros da feira, os quais têm relatado que a pauta não muda. Ainda nessa questão, a pesquisa evidenciou que os feirantes não assumem nenhuma atividade quanto à gestão do Mercado a exemplo

da: limpeza, segurança, abertura e fechamento do espaço físico, esses “comerciantes” participam, sim, das suas atividades de trabalho remunerado no seu boxe, contudo, a Prefeitura, apesar de todos os esforços, ainda não conseguiu envolvê-los, no dia-a-dia, em outras atividades além das praticadas em seus espaços de comercialização. Nesse sentido, a legitimidade democrática onde todos participam e se articulam de maneira não hierarquizada, de acordo com a pesquisa, mais uma vez, se revela incipiente no modelo estudado.

Há uma necessidade urgente de repensar estratégias para potencializar as vendas dos feirantes. Nesse sentido, recomendamos que seja criado uma “central de compras”, onde a Associação dos feirantes realizaria com o apoio de uma instituição governamental ou não-governamental, a administração dessa central. A idéia está em minimizar os custos para os feirantes e aumentar a sua rentabilidade.

A Prefeitura precisa se sensibilizar com a possibilidade de implantar um cartão de crédito no Mercado, esse foi um dos problemas verificados durante a pesquisa em campo. A maioria dos feirantes relata que um dos diferenciais da concorrência está em facilitar as vendas para os clientes na forma de pagamento à prazo. Para isso, o estabelecimento de um convênio com uma ou mais administradoras de cartões trará de volta os clientes que, atualmente, atraídos pelas redes de supermercados que oferecem esta possibilidade, deixam o Mercado em busca de melhores condições para compra, principalmente no final do mês e promoverá um diferencial na competitividade entre o mercado livre e os supermercados.

Uma outra variável importante, evidenciada no estudo, está no manejo do lixo do Mercado. Não há, até o momento analisado, iniciativas para a reutilização do lixo, para

ins de compostagem, por exemplo, agregando valor às atividades dos feirantes, potencializando, a dinâmica das suas vendas e, ou iniciativas para que os feirantes apoiados por outros atores do município viabilizassem projetos para co-geração de energia, contribuindo com a redução da emissão de gases que promovem o efeito estufa.

Desse modo, considerando a complexidade que permeia as políticas públicas para o desenvolvimento local, na perspectiva das culturas populares, inferimos que os feirantes, enquanto atores da proposta de gestão participativa do Mercado do Cabo de Santo Agostinho/PE, estão participando de uma maneira mais protagônica, tendo como parâmetro comparativo a antiga feira-livre centenária do município. Nesse sentido, estão envolvidos, mesmo que ainda insipiente, em uma proposta sócio-econômica pública de desenvolvimento local, atuando de forma não linear e automática, sob influências das suas experiências de vida.

6. REFERÊNCIAS

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

DEMO, P. **Participação é conquista**: noções de política social participativa. 2 ed. São Paulo: Cortez, 1993.

DEMO, P. **Pobreza política**: a pobreza mais intensa da pobreza brasileira. São Paulo: Armazém do Ipê, 2006.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Comunicação: uma questão de cultura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1995, **Anais...** Aracajú, 1995.

FRANCO, A. de. **Por que precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável?** Brasília: Millenium, 2000.

GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo mundo rural**. Nova Economia, UFMG, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, maio, 1997, p. 43-81.

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

JARA, C. J. **As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável**. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – IICA, 2001.

MUSSOI, E. M. **Necessidade de novos paradigmas de desenvolvimento e um repensar das Instituições de pesquisa, extensão e ensino, a partir das demandas concretas da sociedade**. Vitória (mimeo), 1993.

PREFEITURA MUNICIPAL DO CABO DE SANTO AGOSTINHO: **Plano estratégico de desenvolvimento sustentável do Município do Cabo de Santo Agostinho – Cabo 2010** – estratégias prioritárias. Cabo de Santo Agostinho, 1997. Relatório.

TAUK SANTOS, M. S.; CALLOU, A. B. F. Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local. In: **SIGNO – Revista de Comunicação Integrada**, João Pessoa, ano 2, n.03, p.42-47, set. 1995.

TAUK SANTOS, M. S. Globalização e práticas culturais: o local enquanto espaço de (re) construção da cidadania. In: COLLOQUE FRANCO BRÉSILIEU SFCIC/INTERCOM, 4, 1996. **Anais...** Grenoble: Université Stendhal, 1996.

TAUK SANTOS, M. S.; ROCHA, M. Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos culturais. **Revista Novos Olhares**, São Paulo, n.5, p.4-5, jan. / jun. 2000.

TAUK SANTOS, M. S. **Extensão rural e desenvolvimento sustentável**. Recife: Bagaço, 2003. p.09-22.

TAUK SANTOS, M. S.; ARAÚJO, E.; PATRIOTA, N. **Políticas de comunicação para o desenvolvimento local**: estudo de recepção da proposta de gestão participativa da Prefeitura de Camaragibe, PE pelos membros do Conselho Municipal de Saúde. Comunicação e Informação: identidade e fronteiras. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

TAUK SANTOS, M. S.; CALLOU, A. B. F. **Estratégias governamentais de comunicação para o associativismo e o desenvolvimento local**. In: TAUK SANTOS, M. S.; CALLOU, A. B. F. (Orgs.). Associativismo e desenvolvimento local. Recife: Bagaço, 2006, p. 69-86.