DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania
GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local

Comunicação Popular e Economia Solidária na perspectiva do Desenvolvimento Local: Estudo de caso de agricultores do Assentamento Chico Mendes III, Recife – Pe[1]

Ana Paula da C. Amorim Pedrosa[2]
Simone Gomes da Silva[3]
Ana Paula Cruz Pereira[4]
Iêda Litwak de Andrade Cézar[5]
Betânia Maciel[6]

RESUMO

O estudo da comunicação não se conceitua apenas como método de transmissão de conteúdos, mas como fenômeno que se constitui enquanto instrumento socializador no processo de recepção e transmissão de informações, integrando conceitos e mensagens. Assim, a Comunicação Popular se articula com os valores solidários, cooperativos que dialogam com o movimento da Economia Solidária. É nesse sentido que o artigo tem como objetivo fomentar um espaço de comunicação entre a Economia Solidária, a Comunicação Popular e sua relação com o Desenvolvimento Local. Em especifico, analisar as apropriações da Comunicação Popular no Assentamento Chico Mendes e na Feira Agroecológica Chico Mendes espaço onde comercializam produtos agroecológicos Por fim, percebe-se que a apropriação da comunicação popular exercida nestes espaços tem contribuído enquanto território democrático e solidário a partir da socialização de informações e compromisso com o bem estar da comunidade no sentido de fomentar o desenvolvimento local.

PALAVRAS-CHAVE:

Comunicação Popular; Economia Solidária; Desenvolvimento Local.

---

1 Trabalho apresentado no GP 07, Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Jornalista, Mestranda do Programa de pós Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, Universidade Federal Rural de Pernambuco. Bolsista da CAPES. ana.ecosolidaria@gmail.com

3 Jornalista, Mestranda do Programa de pós Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, Universidade Federal Rural de Pernambuco. monejornalismo@hotmail.com

4 Zootecnista, Graduanda do Curso de Licenciatura em Ciências Agrícola, Departamento de Educação, Universidade Federal Rural de Pernambuco. Bolsista da CAPES. aninha_ufrpe@hotmail.com

5 Economista Doméstica, Tutora Curso Técnico de Alimentos, CODAI/UFRPE, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bolsista da CAPES. iedalitwak_ufrpe@yahoo.com.br

6 Doutora em Comunicação Social, Professora do Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da UFRPE. betaniamaciel@gmail.com

TEXTO DO TRABALHO

Este trabalho visa a analisar as apropriações da comunicação popular que as famílias do Assentamento[7] Chico Mendes fazem para promover a socialização das informações dentro e fora do assentamento na feira Agroecológica Chico Mendes, instalada na Praça Farias Neves, em Dois Irmãos, Recife-Pernambuco, onde comercializam produtos Agroecológicos. Nesse sentido, a comunicação popular nesse contexto se configura como instrumento de transformação social; por ser capaz de interceder no processo de recepção e transmissão de informações e por interagir, por meio de conceitos e mensagens. A comunicação é fundamentada ainda enquanto organização e mobilização social, e por seu intermédio é possível viabilizar a construção de uma sociedade mais justa; abrindo a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.

Peruzzo (2004) afirma que a comunicação popular é um serviço de interesse público e que se estabelece quando o valor do trabalho humano é caracterizando como fonte de fortalecimento aos vínculos sociais entre os seus participantes, desenvolvendo, portanto, o potencial criativo; educacional e cultural de todos.

A autora conceitua a Comunicação Popular enquanto premissa à politização de todas as dimensões da vida, compreendendo a importância da política para a democratização do saber; da propriedade; da tecnologia e da vida, oportunizando ainda o conhecimento em favor do desenvolvimento das bases sustentáveis; do empoderamento dos cidadãos do grupo; valorizando a autonomia e democratização da sociedade civil. Apesar de os veículos da comunicação popular muitas vezes, não atenderem às necessidades prioritárias dos grupos, ainda se consolidam enquanto processo de democratização, em virtude de os meios apresentados, serem respeitados e utilizados pelos grupos.

Assim, o desafio que se coloca a Comunicação Popular, se refere em como articular estratégias desse tipo de comunicação com valores solidários, cooperativos que dialogam com o povo e os movimentos sociais, a exemplo do movimento da Economia Solidária.

7 A expressão "assentamento" é utilizada para identificar não apenas uma área de terra no âmbito dos processos de Reforma Agrária, destinada à produção agropecuária e ou extrativista. É também um espaço heterogêneo de grupos sociais constituídos por famílias camponesas, que ganha vida depois de desapropriado ou adquirido pelos governos federal e ou estaduais, com o fim de cumprir as disposições constitucionais e legais relativas à Reforma Agrária.

Dessa forma, a Economia Solidária vem se consolidando na Brasil por ser um movimento da sociedade civil que a partir de seus vários grupos, tecem alternativas de geração de trabalho e renda para a classe trabalhadora; como também fortalece as relações econômicas, políticas e sociais pautadas na sustentabilidade social, política, cultural e econômica. Amparada pela solidariedade popular e as lutas defendidas pelos grupos, a Economia Solidária é formada por autores sociais que integram a proposta mediada por valores de cooperação; autogestão; sustentabilidade econômica e social.

Neste cenário onde os grupos de Economia Solidária engendram formas populares de comunicação, chegamos ao problema da pesquisa: se houve, de fato, apropriação das estratégias de comunicação popular, por intermédio do grupo dentro do assentamento e fora na Feira Agroecológica, instalada na Praça de Dois Irmãos, no fomento ao Desenvolvimento Local?

Em relação à metodologia utilizada no estudo optou-se por trabalhar com a pesquisa qualitativa, por intermédio de um estudo de caso. Realizou-se visita de campo; conexa à observação direta, entrevistas semi-estruturadas e registros fotográficos. Em relação à amostra, foi constituída por oito assentados entrevistados, onde o critério de escolha utilizado foi o de aproximação geográfica e primazia por aqueles que também participavam da feira Agroecológica Chico Mendes.

Dessa forma, o presente trabalho se encontra justificado nas discussões contemporâneas sobre a Economia Solidária e sobre as apropriações de diversas estratégias de comunicação popular por esses grupos, objetivando se organizarem e comercializarem os seus produtos. Para isso, se caracterizam estas estratégias, como instrumentos de fundamental importância para a ampliação do Desenvolvimento Local.

ASSENTAMENTO CHICO MENDES III

O Assentamento Chico Mendes, antigo Engenho São João, está situado às margens da BR 408, a 3 km da cidade de São Lourenço da Mata, Pernambuco.

Seu surgimento é o resultado da luta do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) com o Governo Federal pela posse da terra, que foi conquistada em 14 de outubro de 2008.

Compõem o assentamento 55 famílias que ocupam aproximadamente 400 hectares, onde mais de 100 hectares são de Reserva Legal.

A organização do Assentamento está estruturada em cinco núcleos de famílias, que possuem em média 11 famílias cada um. Elas estão distribuídas da seguinte forma: 33 famílias na parte de baixo do assentamento (Tiúma - PE) e 22 famílias na parte de cima (divisa com Paudalho - PE).

É nesse território que a Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), por meio do Núcleo de Estudos de Agroecologia e Campesinato (NAP), vinculado ao Departamento de Educação da instituição, vem desenvolvendo o projeto de pesquisa intitulado: Transição Agroecológica no Assentamento Chico Mendes. Esta iniciativa tem como objetivo aprofundar e ampliar o processo de transição agroecológica no assentamento com vistas à garantia da soberania alimentar e a promoção do trabalho e renda por intermédio da produção e comercialização dos produtos agroecológicos produzidos por dezesseis famílias de assentados.

Desse trabalho contínuo desenvolvido pela Universidade com os assentados surgiu à necessidade de escoamento de produção. Dessa forma, deu-se início a Feira Agroecológica Chico Mendes instalada na Praça Faria Neves, no bairro de Dois Irmãos, Recife-Pernambuco. Desde então, os assentados vêm comercializando produtos agroecológicos na feira fator que tem ocasionado impactos positivos na melhoria da qualidade de vida desse grupo de Economia Solidária.

COMUNICAÇÃO POPULAR

A Comunicação Popular tem sido considerada importante veículo de comunicação como alternativa à dinamização dos processos de comunicação em grupos sociais menos favorecidos do país e que não possuem acesso aos meios de comunicação e informação de massa.

Mais do que acesso aos processos de informação, a comunicação popular pode contribuir na socialização das informações dentro e fora de uma dada comunidade, bem como, colaborar para promoção e disseminação de potencialidades e demandas da comunidade em relação a organismos governamentais e não governamentais e ao conjunto da sociedade civil.

Dessa forma, adotamos como base para a fundamentação teórica do presente estudo, os postulados da Professora Cecília Maria Krohling Peruzzo sobre o conceito de Comunicação Popular:

> A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo. Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação. (PERUZZO, 2006, p. 02)

De fato, nos referimos a uma nova concepção de comunicação popular. Nova no significado e singularidade com que ganhou destaque nas agendas de debates de organizações governamentais e não governamentais do mundo inteiro. Assim, ela se caracteriza como um processo que ganha notoriedade por servir de plano de fundo para uma proposta alternativa de desenvolvimento.

Esse caráter político da Comunicação Popular é o que dinamiza e impulsiona os atores sociais a se mobilizarem e organizarem lutando por estratégias de transformação da realidade que passam. De fato, uma ampliação do campo de atuação desses grupos vai evidenciar a importância da comunicação popular como um dispositivo para alavancar o desenvolvimento nestas comunidades.

Nesse sentido, a Comunicação Popular balizada através da participação e engendrada por grupos sociais despossuídos de acesso e interação com os meios hegemônicos de comunicação, pode significar uma via de democratização do espaço nas comunidades. Através da convergência de um determinado grupo social na troca de saberes e informações a comunidade se fortalece e cria para si um leque de possibilidades para o enfrentamento da realidade excludente com que convivem cotidianamente.

É justamente esse elo fortalecido e desencadeado pela Comunicação que potencializa a interlocução dos grupos com outras esferas da sociedade e estado. Neste processo, a indissociação de práticas democráticas e libertadoras se perfaz condição *sine qua non* para a promoção de ações que objetivam o desenvolvimento socioeconômico e político destes grupos e a efetiva entrada destes na reinvidicação por uma agenda pública que contemple com projetos e programas as demandas sociais das comunidades.

Este processo de comunicação popular e alternativa se perfaz enquanto comunicação que por si já é transformadora e que trás a cena os grupos sociais como atores protagonistas de seu destino. Inclusa nesse repertório de transformação em que se encontram estes grupos está à idéia de mobilização como ferramenta de participação e cidadania. Sobretudo, segundo Peruzzo a participação na comunicação é:

> É um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se sujeito de atividades de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tende a agregar novos elementos à sua cultura (PERUZZO, 2001, p. 35).

Dessa forma, a comunicação popular possui uma dimensão política que ultrapassa a percepção restrita de sua concepção como mera alternativa de comunicação para as camadas mais populares. Esta última percepção por si só já valeria destaque pela possibilidade de troca de informações e promoção das dinâmicas econômicas aliadas às atividades agrícolas e não agrícolas destas populações, entretanto, nos moldes da ação popular comunicativa à comunicação popular está intrínseca a este caráter emancipador.

Portanto, é esta dimensão emancipatória que vai ditar os contornos da participação na Comunicação, e do capital social, inerentes à ação coletiva. Essa mobilização engendra uma série de repercussões e impactos criando e re-criando corriqueiramente sentidos próprios como acrescenta Gilberto Gimenez (1979, p. 60), “A comunicação Popular implica a quebra da lógica da dominação e se dá a partir de cima, mas a partir do povo, compartilhando dentro do possível seus próprios códigos”.

Ou seja, se trata de um tipo de Comunicação pautada em um novo arquétipo de desenvolvimento que contempla e baliza as ações coletivas nos movimentos sociais na atualidade. O sentimento de pertencimento, de cooperação e solidariedade concebidas dentro da comunidade são aspectos que devem ser evidenciados como forma dessa ação comunicativa evidenciando assim, a importância da relação entre a Comunicação Popular, o movimento da Economia Solidária e o Desenvolvimento.

ECONOMIA SOLIDÁRIA E DESENVOLVIMENTO LOCAL

A Economia Solidária vem se instituindo em temática de análise de pesquisadores do Brasil e de outros países, tendo em vista o seu ressurgimento na agenda de debates nas duas últimas décadas como demonstração da ação pública de diversos segmentos sociais.

Assim, para Singer (2005, p. 13):

> A Economia Solidária surge como modo de produção e distribuição ao capitalismo, criado e recriado pelos que se encontram marginalizados do mercado de trabalho. O modo solidário de produção e distribuição parece à primeira vista um híbrido entre o capitalismo e a pequena produção de mercadorias. Mas, na realidade, ele constitui uma síntese que supera ambos. A unidade típica da economia solidária é a cooperativa de produção, cujos princípios organizativos são: posse coletiva dos meios de produção pelas pessoas, que as utilizam para produzir; gestão democrática da empresa ou por meio de associações e grupos. Esta casa o princípio da unidade entre posse e uso dos meios de produção e distribuição com o principio da socialização destes meios (SINGER, 2003, p.13).

Dessa forma, compreender a economia solidária como estratégia e processo de desenvolvimento implica concebê-la com apetrechos e ferramentas constituídas como direitos inesgotáveis dos trabalhadores e obrigação do Estado. Nessa perspectiva, ela exprime o ressurgimento de novos direitos de cidadania, acesso aos meios de comunicação e informação, proporcionando o enlace da sociedade civil com os processos de sinergia, capital social e empoderamento.

É neste sentido, que nos conectamos com as perspectivas da Economia Solidária, aqui avaliadas, enquanto ação possibilitadora da geração de novas oportunidades de inserção social pelo trabalho que também busca construir novas relações de trabalho com base nos conceitos da autogestão e democracia participativa. Dessa forma, compreendendo uma estratégia singular de desenvolvimento pautada nas potencialidades e demandas locais.

Assim, as ações de fomento à Economia Solidária têm sido interpretadas como demonstração da organização deste movimento social que recorre ao Estado para diminuir os efeitos das ações do mercado sobre o tecido social.

Nesse sentido, o debate sobre arquétipos alternativos de desenvolvimento alçados através da Economia Solidária brota no cerne das reflexões sobre os impactos causados no tecido social ocasionados pela exclusão social, assunto que se tornou imprescindível nas agendas de debates do mundo inteiro, perante as recentes mudanças no arquétipo do sistema

produtivo vigente, tais como: reestruturação produtiva, neoliberalismo, terceirização, entre outros.

Deste modo, deixa à margem da sociedade uma enorme e crescente quantidade de cidadãos pobres sem participação econômica e política. Acrescida à temática da exclusão, se verifica a crescente desarticulação destas populações excluídas. Isso se revela, sobretudo, na apatia e desinteresse pelas questões públicas (SINGER, 2004).

Diante deste panorama repleto de infortúnios, principalmente para os trabalhadores que percebem a crise econômica se manifesta de modo inexorável, a perspectiva da Economia Solidária, enquanto fator de desenvolvimento local surge de forma reforçada como lócus de delineamento de alternativas para as camadas populares, a partir de um modelo de desenvolvimento solidário, pautado nos princípios da Economia Solidária. Este novo desenvolvimento solidário ainda ordena suas primeiras iniciativas, mas, sobretudo, se perfazem ações valorosas (SINGER, 2004).

Ainda, o desenvolvimento solidário desempenha o singular papel de comunicar ao tecido social, que é plausível arquitetar uma sociedade em que a confiança entre os seres é recíproca e todos têm a mesma intenção de compor, apesar das fissuras do sistema, as origens de uma sociedade mais justa e igualitária (SINGER, 2004).

Incutido no cerne da sugestão de desenvolvimento local solidário, examina-se uma diferença entre suas ações que se perfazem coletivas e solidárias, tendo como base as iniciativas locais e as ações de desenvolvimento pautadas no sistema vigente. O desenvolvimento, aqui ambicionado, é o que perpassa a comunidade por igual, de maneira que todos possam ser possuidores da prosperidade produzida e favorecer-se dela.

> O desenvolvimento solidário se apóia sobre os mesmos avanços do conhecimento, e sua aplicação aos empreendimentos humanos, que o desenvolvimento capitalista. Mas, o desenvolvimento solidário propõe um uso bem distinto das forças produtivas assim alcançadas: estas forças deveriam ser postas à disposição de todos os produtores do mundo, de modo que nenhum país, região ou localidade seja excluído de sua utilização e, portanto, dos benefícios que venham a proporcionar (SINGER, 2007, p.5).

Em suma, a possibilidade de constituição de um desenvolvimento solidário deve inserção de todos os cidadãos para desfrutar de suas benfeitorias, democratizando o acesso e

repartição dos bens. A supressão da percepção utilitarista do meio ambiente, enaltecendo a percepção do ser humano; parte integrante da natureza (SINGER, 2004).

RESULTADOS

Conforme estabelecido inicialmente, teve-se como objetivo analisar as apropriações da Comunicação Popular utilizadas pelas famílias do Assentamento Chico Mendes, dentro do assentamento e fora na Feira Agroecológica Chico Mendes, no sentindo de refletir sobre o intercâmbio de experiências desse grupo de Economia Solidária com a Comunicação Popular e o Desenvolvimento Local.

Devido à necessidade constante de comunicação, os assentados encontraram uma forma inusitada para efetuar trocas de informações. Na parte alta do assentamento se utilizam de uma espécie de marreta (martelo grande) que ao entrar em contato com um círculo de ferro preso a um galho de uma mangueira emite sons altos que ecoam ao longo do assentamento. O significado desses sons varia de acordo com o ritmo das batidas, anunciando a chegada de algum visitante, quando algum morador deseja se reunir com os demais, quer seja para conversas sobre a comunidade ou sobre assunto referentes às feiras, etc.

Outro aspecto a ser destacado é que o assentamento não possui energia elétrica e são poucos os agricultores que possuem algum veiculo de comunicação e informação. Diante dessa conjuntura, o único meio de troca de informações de que dispõem para se comunicar uns com os outros é através do processo de Comunicação Popular acima mencionado.

Nesse sentido, o que demonstra que existe apropriação da Comunicação Popular neste cenário é a inserção deste processo em dois panoramas alternativos: o assentamento e a feira. Nesse âmbito, se utilizam de códigos de Comunicação próprios, criados e re-criados dentro do espaço onde residem.

Não se trata somente de se comunicar com os vizinhos, parentes e amigos. Sobretudo, é através desse processo que são marcadas reuniões, encontros do grupo, onde são socializadas informações sobre festividades, recados, visitantes, presença de integrantes de órgãos governamentais e não governamentais no assentamento, dentre outros. É esta comunicação que mantêm viva a dinâmica do assentamento, na medida em que, colabora para a disseminação de informações, partilha do conhecimento arquitetando-se como agente de uma ação social com vistas ao desenvolvimento.

Essa estratégia de Comunicação Popular colabora ainda, para maior integração do grupo e, sobretudo, se configura como se espaço capaz de democratizar os espaços e articular os membros do assentamento em prol da luta por melhores condições de vida. Sobretudo, é este caráter político intrínseco a ação na Comunicação Popular que engendra uma série de intervenções do próprio grupo de assentados quando se reconhecem e passam a se organizar para se mobilizar em prol de angariar projetos e programas que incidam positivamente na melhoria da qualidade de vida dos assentados. É nesta mobilização coletiva que são postos em prática a sinergia com órgãos públicos e privados (Governo, Universidade), o capital social ocasionando o fortalecimento e empoderamento da coletividade confluindo assim, para ocasionar impactos positivos no desenvolvimento socioeconômico do espaço onde habitam.

Outrossim, no âmbito externo do assentamento; na feira todos os entrevistados afirmaram que também utilizam recursos da propaganda "boca a boca", por perceberem que se trata de uma forma singular de divulgação das feiras e de seus produtos, conquistando assim uma vasta clientela confiante e fiel na aquisição de suas hortaliças. Esta estratégia popular também engendra uma maior disseminação de informações sobre o assentamento e os produtos agroecológicos que comercializam, proporcionando alargamento nas possibilidades de dinamização do espaço onde atuam, bem como, contribuir para o bem estar social do grupo.

Sugere-se então, a confirmação da hipótese de que os assentados se apropriam das estratégias de Comunicação Popular, como fomento à promoção e disseminação de informações, articulação e mobilização. Evidenciando assim, um processo que desemboca para fomentar o desenvolvimento local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Economia Solidária no Brasil cresceu de forma ampla, vislumbrando um novo cenário nesta última década. Mesmo com lutas a serem conquistadas, o apoio de militantes; de organização governamentais e não-governamentais e de diversos movimentos sociais, foi fator preponderante para esta nova versão constituída pela Economia Solidária.

Esse novo paradigma do desenvolvimento solidário é vinculado a uma nova etapa, quando é possível visualizar a distribuição da riqueza produzida; a participação dos trabalhadores nos processos decisórios; a um gerenciamento dos recursos naturais pautadas na garantia da

sustentabilidade, tendo em vistas á garantia de vida das próximas gerações; a valorização das políticas públicas, voltadas para as dimensões política; histórica e cultural.

A Comunicação se envolve nesse processo quando na troca de saberes e na conscientização de cada recurso humano, influencia no processo de decisão. A partir do momento que essa conscientização é socializada, os processos de decisões são compartilhados, a centralização do poder perde o sentido, o índice de injustiça e desigualdade social diminui expressivamente.

Neste sentido, podemos confirmar que o processo de diálogo e de comunicação popular é vivenciado no Assentamento Chico Mendes. Estimulados e convictos de que trabalhar de forma coletiva, todos crescem, os agricultores evoluem a cada dia, plantando, colhendo, vendendo os seus produtos e idealizando sonhos e conquistas.

Mesmo não tendo sido efetivadas as políticas públicas e outras diretrizes capazes de ampliar as ações que envolvam trabalho para as pessoas que querem desenvolver as suas atividades de forma coletiva, a Economia Solidária no Brasil, é constituída como uma atividade social que pode de forma digna, motivar pessoas a desenvolverem os seus dons profissionais, por meio de atividades com pouca visibilidade nos setores excluídos dos mercados capitalistas. Sendo, portanto, uma experiência que desencadeia uma nova cultura de solidariedade e uma nova ética, com um efeito multiplicador, capaz de contribuir de forma satisfatória, com a qualidade de vida de profissionais motivados e cheio de esperanças de uma vida mais justa e com oportunidades para todos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIMÉNEZ, Gilberto. Notas para uma teoria da comunicação popular. **Cadernos CEAS**. Salvador: CEAS, n. 61, p.57-61, maio-jun.1979.

PERUZZO, Cicília M. K**. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.** Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0094-1.pdf>. Acesso em 17 de set. 2011.

_____. Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania. In: **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**. São Leopoldo. RS. v. 3, n. 1, p. 111-128, set. 2001.

Economia Solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, P.; SOUZA. A. R. (Org.) **A Economia Solidária no Brasil – A autogestão como resposta ao desemprego.** São Paulo: Editora Contexto, 2003.

_____. **Desenvolvimento solidário: significado e estratégia**. Brasília: 2004. Disponível em: <www.mte.gov.br/senaes>. Acesso em set. 2011.

_____. É possível levar o desenvolvimento a comunidades pobres? In MELLO, S.L el. al. (orgs), **Economia solidária e autogestão: encontros internacionais** – *vol 2*. São Paulo: NESOL-USP, ITCPUSP, 2007.