

Estratégias de comunicação para inclusão social: uma análise das metodologias de inclusão digital do IN'FORMAR pelos jovens da comunidade do Pilar em Recife, PE¹.

Patrícia Munick de A . Fragoso²

Esse estudo identifica e analisa as estratégias de comunicação participativa nas metodologias utilizadas pelo projeto INFORMAR . Aponta que o caminho para a mobilização social é entender a comunicação através de práticas participativas. Explica o caráter dialógico, educativo e pedagógico da comunicação na compreensão e transformação da realidade e a aplicação desses conceitos na metodologia do INFORMAR. Examina a presença do “Produtor Social”, do “Reeditor Social” e do “Editor Social”, nos processos de comunicação. O ponto alto da análise é a constatação da transformação dos jovens em reeditores sociais. O estudo leva a percepção da comunicação como uma poderosa ferramenta de inclusão social.

Palavras chave: Inclusão Digital; Inclusão Social; Comunicação Participativa; Desenvolvimento Local.

Esse texto trata de analisar as estratégias de comunicação implementadas pelo IN'FORMAR, *ong* criada pelo Porto Digital, uma OS que tem contrato de gestão com a Secretaria Estadual de Tecnologia e Meio Ambiente - SECTMA. A missão do Porto Digital é fomentar o surgimento de empresas em Tecnologia da Informação e que em menos de 10 anos estas empresas gerem uma economia que detenha 10% do PIB do Estado e este se torne referência em desenvolvimento tecnológico no país³. Nesse contexto, o Porto Digital decidiu incluir em seu projeto de expansão, outro de inclusão social, envolvendo as comunidades circunvizinhas de Pilar e Peixinhos.

O Projeto é uma proposta de atuação do Porto Digital, na formação de jovens em situação de vulnerabilidade, investindo no estabelecimento de uma cultura de tecnologia e informação a favor da inserção social. Carrega os conceitos de inovação e de difusão, típicos dos meios científico e tecnológico, e busca fazer a ponte desses conceitos com as tecnologias sociais⁴. O IN'FORMAR visa à inclusão social de 150

¹ Trabalho apresentado ao NP Políticas e Estratégias da comunicação, do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Especialista em Propaganda e Marketing e mestranda em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela UFRPE. Docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade da Universidade Salgado de Oliveira e da Faculdade Pernambucana – FAPE.

³ Para mais informações sobre o Porto Digital e o Projeto IN'FORMAR acesse: <http://www.informar.org.br>.

⁴ Idem.

jovens de 14 a 24 anos, através da capacitação em Tecnologias de Informação e Comunicação.

Nesse sentido, o projeto revela-se como campo promissor de estudos nas questões relativas ao desenvolvimento local, à inclusão social e a globalização tecnológica, pois, trata-se de uma atuação concreta cuja proposta inovadora lança mão de estratégias participativas contemporâneas de gestão social. Decidimos focar nossa análise nos jovens da comunidade de Pilar por causa do quadro significativo de avanços no domínio das Tecnologias de Informação e Comunicação apresentados por eles e porque já passaram por todo processo de capacitação e estão atuando através do IN'Formar no mercado de trabalho.

Vários estudos recentes vem pontuando a iniciativa do Estado em privilegiar a participação das comunidades locais na tomada de decisão e estabelecer parcerias com organizações não governamentais na construção do desenvolvimento local (SANTOS, 1999). A noção do desenvolvimento local traz também implícita a questão da sustentabilidade. Como assinala Augusto de Franco (1998 apud SANTOS, 2003:11) não basta crescer economicamente, é preciso aumentar os graus de acesso das pessoas não só à renda, mas à riqueza, ao conhecimento e ao poder ou a capacidade de influir nas decisões públicas, levando à construção de comunidades humanas sustentáveis.

Um conceito de desenvolvimento local que vem ganhando força desde o final dos anos 80 é que o desenvolvimento local é sentido como “o processo de construção de oportunidades e de melhores condições de vida para populações locais, mobilizando capacidades e energias endógenas” (Araújo,1997; Santos e Callou, 1995).

Para Callou (2005) o novo perfil reafirma as práticas participativas baseadas nos estudos de Paulo Freire, no sentido de que considera e estimula a participação comunitária como condição *sine qua non* à construção de qualquer política de desenvolvimento local. Ao lado disso as estratégias de comunicação assumem a função de mobilizar e organizar a comunidade para a participação. Acreditamos que é nessa direção que o nosso objeto de estudo, o IN'FORMAR, se encontra, ao analisarmos sua proposta de atuação e estratégias de comunicação para captar e manter o interesse dos jovens em seu programa.

Para realizarmos este trabalho, utilizamos os seguintes procedimentos: a) Pesquisa bibliográfica; b) Entrevista com aplicação de questionário semi-estruturado com os jovens participantes do projeto; b) Entrevistas com os coordenadores e profissionais envolvidos com o projeto; c) Análise de documentos eletrônicos, em visita

ao site do IN'FORMAR e do Porto Digital; d) Matérias divulgadas em jornais locais e publicadas na Internet.

É importante deixar registrado que os jovens pesquisados ainda passam por processos de capacitação, recebem bolsa pelos serviços prestados às empresas parceiras através da ong e está sendo estudada a possibilidade de constituir uma empresa que ainda está sendo decidido se sua configuração será uma associação ou cooperativa.

O PROJETO IN'FORMAR E OS ATORES SOCIAIS

O IN'FORMAR conta com recursos oriundos do programa InfoDev do Banco Mundial e recebe os seguintes apoios: a) **A Prefeitura do Recife;** b) **O Governo do Estado;** c) **A IBM;** d) **Os professores da Oxford Assessoria de Línguas.** A atuação dessas instituições no programa será apresentada mais adiante. A capacitação dos jovens da Comunidade do Pilar foi iniciada em novembro de 2003 e a dos jovens de Peixinhos começou em outubro de 2004. O objetivo do projeto visa a sustentabilidade gerando uma empresa rentável. No entanto a figura jurídica da empresa ainda não se definiu (cooperativa, associação...) mas é assessorada por um jornalista e um economista, além de contar também com o apoio de uma psicóloga e uma assistente social⁵.

Nessa perspectiva, a estratégia metodológica adota pelo IN' FORMAR destaca-se pelo seu caráter inovador. Não basta construir uma proposta de formação que seja consistente e competente, é necessário formatar conteúdos e metodologias que sejam capazes de dialogar com jovens que, vivendo em situação de risco, têm cultura, valores e crenças distintas, onde conceitos de competência estão mais no campo prático da sobrevivência do que no campo teórico da preparação para o futuro⁶. Esta visão que remete ao conceito de participação, mobilização e dialogicidade, aliada as estratégias de comunicação adotadas, serão discutidas mais adiante. Esse redirecionamento, como analisa Louis Fraveau (1995:7 apud SANTOS, 2003:12), demonstra como os principais atores do desenvolvimento, como o Estado, as empresas privadas, os movimentos sociais e as comunidades locais são impelidos a trabalhar em concertação em nível local. Os conflitos e os desafios aumentam na medida em que se deixa de trabalhar numa esfera de iguais, como outrora no âmbito governamental ou no âmbito dos movimentos sociais, ou ainda no setor da empresa privada, para trabalhar com diferentes (Santos, 1999 apud Santos, 2003). Noutras palavras, é necessário uma

⁵ <http://www.informar.org.br>

⁶ Idem.

“sociedade civil forte”, participativa, organizada, para enfrentar os atuais desafios de combate à pobreza e a exclusão social (Callou, 2005).

CAPITAL SOCIAL, CAPITAL HUMANO E DESENVOLVIMENTO.

Amplas linhas de pesquisa e discussão estão girando em torno de uma re-análise em profundidade dos impactos sobre o desenvolvimento de formas de acumulação de capital, até agora não avaliadas adequadamente. Segundo Bernardo Kliksberg (2002) Considera-se que, junto com os capitais “tradicionais” – o capital natural de uma sociedade, formado por sua dotação de recursos naturais, e o capital construído, formado pelo que produziu (infra-estrutura, capital comercial, capital financeiro, etc.) – existem outras duas modalidades de capital que requerem uma análise mais detalhada: o capital humano e o capital social. “O primeiro refere-se à qualidade dos recursos humanos, e o segundo, com elementos qualitativos, como valores partilhados, cultura, capacidades para agir sinergicamente e produzir redes e acordos voltados para o interior da sociedade” (pg. 23). Analisando as causas do crescimento econômico, um estudo do banco mundial sobre 192 países concluiu que não menos de 64% do crescimento pode ser atribuído ao capital humano e ao capital social⁷.

Robert Reich, ex-secretário do trabalho dos Estados Unidos, ressalta o peso decisivo da educação, destacando que “os ganhadores desta nova economia globalizada e volátil são aqueles capazes de identificar e resolver problemas, manipular e analisar símbolos, criar e manipular informação”(apud Kliksberg, 2002:25).

O capital social pode ter, também, retornos muito elevados para o avanço econômico e o bem-estar geral. Segundo Robert Putnam esta forma de capital trata-se de um bem público, diferente do capital convencional, que em geral é um bem privado” (1994 apud Kliksberg, 2002:27).

Os investimentos em capital humano e capital social e melhoria da equidade, além de fins em si mesmos a partir da perspectiva de sociedades democráticas, são necessárias para que o crescimento econômico possa ter bases firmes. Assim, James Wolfenshon afirmou: “Sem desenvolvimento social paralelo, não haverá desenvolvimento econômico satisfatório” (1996 apud Kliksberg, 2002:34).

Percebemos que o Estado de Pernambuco, com sua proposta de impor-se como uma potência nacional na área das Tecnologias da Informação, preocupa-se, através do

⁷ Mencionado no PNUD, no Human Development Report, 1996 apud Kliksberg, 2002, pág. 23.

Porto Digital e do IN'FORMAR, com o desenvolvimento do capital humano e social das comunidades de seu entorno, a partir da inclusão dos jovens na prestação de serviços aos clientes e parceiros da entidade, promovendo a ampliação da cultura local e da rede de relacionamentos dos mesmos.

O ESTADO COMO “MAESTRO” DAS SINERGIAS

Kliksberg coloca a necessidade de se reconstruir o Estado, tendo como horizonte desejável a conformação do que se poderia chamar um “Estado social inteligente” (2002). Um Estado concentrado em funções estratégicas para a sociedade e com um desenho institucional e um desenvolvimento de capacidades gerenciais que lhe permitam concretizá-las com alta eficiência. Um dos papéis-chave do “Estado inteligente” encontra-se nas numerosas evidências no campo do desenvolvimento social (p.45) .

Para o autor, o incremento do capital humano supõe uma política sistemática de longo prazo de uma sociedade nessa direção, em que o Estado tem um papel chave. O desenvolvimento do capital social requer um Estado que o proteja e promova ativamente as sinergias (2002: 47).

“A inter-relação articulada dos planos econômico e social num modelo de desenvolvimento, que mobiliza as complementaridades de ambos os planos, exige do Estado um papel ajustador e sinérgico. A criação de empregos e políticas de renda adequadas terão de fazer parte central desta inter-relação. Por outro lado, parte fundamental do novo papel o de agregar aliados ao esforço de enfrentar os problemas sociais. O Estado deve gerar iniciativas que promovam a participação ativa neste esforço dos atores sociais básicos, empresa privada, sindicatos, ong’s e da sociedade civil em todas as suas expressões” (p. 47-48).

Observando a mobilização de forças que atuam no IN'FORMAR, como: a) O Banco Mundial que libera recursos através do programa InfoDev; b) A **Prefeitura do Recife** que apóia o projeto através da cessão de espaço físico para a realização da capacitação na Comunidade do Pilar; b) O **Governo do Estado** que aportou recursos financeiros ao projeto, permitindo a ampliação do número de jovens atendidos e cedeu o espaço físico para a realização do projeto em Peixinhos; c) A **IBM** que apóia o projeto através do Programa On Demand Community onde técnicos voluntários da empresa ministram aulas de Manutenção de Hardware e Redes de Computadores para os jovens do projeto na Comunidade do Pilar; d) Os **professores da Oxford Assessoria de Línguas** que ministram aulas de Inglês para os jovens do Projeto na Comunidade do

Pilar. Todos agindo em torno dos objetivos da ONG, é um exemplo claro do papel do Estado na promoção e articulação das sinergias entre os atores sociais locais e internacionais.

Um Estado inteligente na área social não é um Estado mínimo, nem ausente, nem de ações pontuais de base assistencial, mas um Estado com uma política de Estado, não de partidos, e sim de educação, saúde, nutrição, cultura, orientado para superar as graves iniquidades, capaz de impulsionar a harmonia entre o econômico e o social, promotor da sociedade civil, com um papel sinergizante permanente (2002: 48).

Nessa perspectiva parece-nos que o IN' FORMAR está inserido neste novo cenário, gravitando numa ampla teia de significações, que não pretendemos esgotar neste espaço, mas que suas ações devem repercutir nas estratégias de comunicação e mobilização dos jovens atendidos pelo projeto. E é sobre isso que trataremos a seguir.

UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO A CAMINHO DA PARTICIPAÇÃO

O desafio da comunicação em projetos de mobilização social é gerá-la de forma participativa. Cabem iniciativas descentralizadas do fazer comunicativo, distintas de uma comunicação manipulada, autoritária, unidirecional e paternalista. Concordamos com HENRIQUES (2002: 58) ao afirmar que o caráter dialógico, libertador, educativo e de coordenação de ações é atributo de uma comunicação adequada aos movimentos sociais. “A comunicação no processo de mobilização é dialógica, na medida em que não é a transferência do saber, mas um encontro de sujeitos e interlocutores. A co-participação no diálogo é que torna o homem capaz de transformar a realidade que o cerca, sem a invasão e a imposição unidirecional” (pg. 58).

A comunicação para mobilização, tendo este caráter dialógico é também libertadora, já que um não tenta invadir ou manipular o outro, reduzindo-o a mero objeto ou recipiente, mas tenta, com o outro, problematizar um conhecimento sobre uma realidade concreta, para melhor compreender esta realidade, explicá-la e transformá-la (pg. 59).

Neste sentido, a comunicação também assume um caráter pedagógico. Segundo BRAGA (2001:5-6), “aprender é mudar o repertório e as atitudes” e “a cada momento, através das interações no espaço social e das relações com o mundo natural, o ser humano se modifica, se constrói e elabora sua identidade”. A comunicação é grande responsável pelo estabelecimento destas interações entre os indivíduos que

simplesmente não absorvem os materiais simbólicos comunicados, mas interagem com estes, percebem suas interpelações, reagem e interpretam (HENRIQUES, 2002:59).

Compreendendo o caráter aberto, dinâmico e descentralizado dos projetos de mobilização, a comunicação deve ser entendida como uma coordenação de ações e não como um instrumento de controle das ações. “O desafio da coordenação de ações é o de gerar e manter canais desobstruídos para que os públicos interajam entre si e com o projeto. Mais do que informar, a ação comunicativa, em projetos de mobilização, tem a função de criar e manter vínculos, uma interação própria entre seus públicos, através do compartilhamento de sentidos e de valores” (HENRIQUES, 2002:59).

Com vistas à análise dos processos e estratégias de comunicação do IN'FORMAR, examinamos inicialmente os atores que segundo TORO (1997:39 apud RABELO, 2003:63), são fundamentais para iniciar uma mobilização. O Primeiro deles é o “Produtor Social”: pessoa ou instituição, com legitimidade e capacidade de criar as condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para que um processo de mobilização ocorra. O produtor tem “certos propósitos de mudança e se dispõe a apresentar e compartilhar esses propósitos com outras pessoas que vão ajudar a explicitá-los, ampliá-los e, é claro, alcançá-los”. No nosso caso, o produtor foi o Porto Digital, que para executar o projeto, criou a ong IN'FORMAR.

O segundo ator é o “reeditor social”. O termo foi cunhado por Juan Camilo Jaramillo em 1991 para designar “pessoa que, por seu papel social, ocupação ou trabalho tem a capacidade de readequar mensagens, segundo circunstâncias e propósitos, com credibilidade e legitimidade” (TORO, 1997:41 apud RABELO, 2003:63). Na mobilização, o reeditor é a pessoa com público próprio (por exemplo um professor, um cabelereiro, um padre, um artista, um taxista conhecido) que tem o poder de negar, transmitir, introduzir e criar sentidos. É alguém capaz de modificar as formas de pensar, sentir e atuar de seu público (TORO, 1997:41 apud RABELO, 2003:63). No IN'FORMAR os reeditores foram os próprios coordenadores do projeto, na figura da assistente social que foi a campo fazer panfletagem para a mobilização dos jovens, e como a comunidade de Pilar não possui líderes comunitários, os agentes de saúde participaram da mobilização.

O último ator destacado por TORO é o “editor”. Se é o produtor que convoca a mobilização, as mensagens que ele propõe devem ser elaboradas, divulgadas, compreendidas e transformadas em formas de sentir e atuar em função do imaginário compartilhado. O editor, seja pessoa ou instituição é o encarregado desta tarefa. Como

se trata de estruturar informações em códigos pertinentes à mobilização, Toro sugere que se trata de uma ação específica de comunicadores (1997:43 apud RABELO, 2003:64).

No entanto, Desirée Rabelo (2003:64) explica que nem sempre o editor precisa ser um profissional da área. No caso do IN'FORMAR, o Produtor social, acumula a função de editor. Tanto os coordenadores do projeto, quanto os profissionais que atuam diretamente na formação e motivação dos jovens, coordenador, psicólogo, assistente social e instrutores, são editores da mensagem que carrega a proposta do projeto.

Ao analisarmos a proposta do emissor, no caso o IN'FORMAR, que trata das estratégias de comunicação e mobilização dos jovens, percebemos as preocupações citadas anteriormente, no tocante a forma como seria a linguagem utilizada para incluir os jovens no cenário social e tecnológico. Segundo informações extraídas do site e em entrevista com a coordenadora do Projeto, Nazaré Fonseca, partindo da realidade local, “o programa de formação prevê a apresentação para esses jovens do universo que se descortina a partir do acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Os jovens irão se defrontar com as possibilidades de interação, integração e informação promovidas pela *Web*, mas de forma crítica, com o olhar dos que vivem excluídos digital e socialmente, reescrevendo em *multimeios* o mundo em que vivem, dando relevância a fatos, acontecimentos, eventos e resultados que impactam em seu dia-a-dia e na realidade dos que estão em seu entorno. É pressuposto desse processo que mesmo adolescentes e jovens com baixa escolaridade podem interagir com a informação, criticá-la, reescrevê-la e reeditá-la, desde que lhe sejam oportunizados espaço e acesso”. Rabelo explica que “a construção do imaginário em uma mobilização exige sensibilidade aguçada, capaz de perceber os receptores, identificar o que os move e, por fim, traduzir esses sentimentos em imagens e representações” (2003:65).

Diante disso, concordamos que a proposta dos editores do IN'FORMAR segue o modelo de que é o editor que atua na construção desse imaginário, através da manipulação de ferramentas da *Web*, onde jovens podem através da construção de *sites*, retratar a realidade em que vivem e o que os motiva. Em entrevista com os jovens que fizeram os cursos de *webdesign*, muitos construíram *home pages* para mostrar a comunidade do Pilar, com depoimentos dos moradores mais antigos, *site* com imagens do Bairro do Recife contando sua história ou um *site* sobre o time que torcem.

Dentre as estratégias de comunicação citadas anteriormente, deveremos atentar para a figura do reeditor. Percebemos que o papel do editor é identificar e

instrumentalizar os reeditores. Segundo Rabelo, “se é o editor que dá forma ao imaginário, organiza e divulga as informações, é o reeditor que as traduz em ações pertinentes”(2003:66). Chegamos aqui ao ponto crucial de nossa análise. Ora, para que se dê à participação efetiva dos jovens no processo de inclusão social proposto pelo IN’FORMAR, é preciso que eles se tornem reeditores. “Para que esteja disposto a aderir, mais do que se identificar com o imaginário e as propostas, o reeditor precisa ter clareza de seu papel na mobilização. É necessário instrumentalizá-lo, fornecer-lhe critérios, elementos, orientações sobre as tarefas que deve desempenhar” (RABELO, 2003:66). A tarefa de torná-los reeditores é executada de duas formas no IN’FORMAR. De acordo com Fonseca, além das 1.100 horas de capacitação, o projeto conta com o apoio psicológico de profissionais contratados para dar suporte aos jovens e mantê-los motivados a continuarem no processo de inclusão em outra realidade. Em outra partida, eles recebem a incumbência de realizar trabalhos técnicos para empresas parceiras do projeto, colocando em prática o que aprenderam nos treinamentos. São trabalhos de manutenção de *hardware*, instalação de redes, fotografia e vídeo, que fazem com que os jovens entrem em contato com a realidade do mercado de Tecnologias de Informação e Comunicação.

Frente ao exposto, observamos que estas estratégias interdisciplinares e de comunicação tem tido vários resultados. Quando perguntei a jovem M.C.O.N. de 20 anos, cursando a 6ª série, o que o IN’FORMAR trouxe em termos de novas oportunidades para sua vida, ela disse que está dando aulas de computação básica como voluntária no cabo de Santo Agostinho na ocupação do movimento de luta e resistência popular – MLRP. Já a estudante C.R.G.S., 16 anos, cursando a 8ª série, disse que o pessoal da comunidade a convida para resolver pequenos problemas que aparecem nos computadores dos conhecidos. O estudante A .B.S., 20 anos, que concluiu o ensino médio, já está trabalhando como autônomo realizando instalação de *softwares* e redes, conserto e manutenção de micro, além de fazer trabalho voluntário dando aulas de informática. E assim, cada um tem uma história diferente para contar, o que nos levar a perceber que os jovens da comunidade de Pilar estão cumprindo o seu papel de reeditores sociais.

Sem a pretensão de aprofundar o universo das significações que essas estratégias de comunicação encerram, voltamos a destacar que mesmo com o uso da panfletagem para atrair a atenção dos jovens e mobilizá-los para a participação, a estratégia que se destaca é a comunicação face-a-face, presente em todo o processo de mobilização até se

conseguir a participação efetiva dos envolvidos. O uso dos suportes tecnológicos como Internet, fotografia e vídeo nos cursos de capacitação, também podem ser caracterizados como ferramentas dessas estratégias de mobilização usadas pelos editores, já que a tecnologia permeia todo o processo de relação entre os interlocutores, configurando-se como estratégia para mantê-los motivados em participar do projeto. O que nos leva a refletir de que a comunicação face-a-face tem sua ação potencializada por outros suportes tecnológicos desde que não exclua de seus propósitos a realidade social em que vivem seus públicos-alvos, a fim de construir um imaginário comum que os motive a enxergar novos horizontes.

Essas considerações nos levam a perceber que é possível redefinir seu percurso por vários caminhos, entre eles, aprofundar a discussão, aqui levantada, da comunicação como poderosa ferramenta de inclusão social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Face ao exposto, fica claro que houveram significativas mudanças de comportamento, rotina, visão de mundo e relação com o trabalho e com a comunidade, a ponto de alguns jovens admitirem que aprenderam a se expressar, a dizer o que pensavam e o que estavam querendo. Uma mostra de que o treinamento foi muito além do domínio das ferramentas de comunicação. O projeto também leva à percepção de que a comunicação participativa só leva à mobilização se for direcionada de forma dialógica, identificando e respeitando o imaginário da comunidade.

Os resultados positivos também só foram possíveis graças à união de forças dos atores sociais: Estado, Município, Instituições internacionais, empresas locais em concertação atuaram de forma sinérgica em prol da execução do projeto e do envolvimento dos jovens da comunidade de pilar no processo.

A atuação do INFORMAR é uma tentativa, mas não trata-se de um projeto acabado de inclusão social pois ainda é cedo para dizer que as estratégias de comunicação adotadas pelo IN'FORMAR conseguiram levar à inclusão digital dos jovens do Pilar, já que trata-se de um longo caminho a ser percorrido, este o da inclusão social. O projeto é campo também para a realização de estudos de recepção que identificassem as mediações culturais presentes no processo de interatividade entre os jovens com as ferramentas de web, fotografia e vídeo digital, através da análise do conteúdo desse material produzido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Tânia Bacelar de. **Desenvolvimento local**: possibilidades e limites. Recife, mimeo 1997.

BRAGA, José Luiz. **Aprendizagem versus Educação na Sociedade mediatizada**. Anais do 10º encontro anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Brasília/DF: Compós, 2001. (CD-ROM).

CALLOU, Ângelo Brás; BRAGA, Brenda. **Estratégias de Comunicação para o Desenvolvimento Local**: uma Experiência Governamental em Pernambuco. (2005). Trabalho apresentado ao NP 09 – Comunicação científica e ambiental, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação? 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 93p.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte: Gênese, 2002.

KLIKSBERG, Bernardo. Repensando o estado para o desenvolvimento social:superando dogmas e convencionalismos. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

PUTNAM, Robert D. *Para hacer que la democracia funcione*. Venezuela, Galac, 1994. apud KLIKSBERG, Bernardo. Repensando o estado para o desenvolvimento social:superando dogmas e convencionalismos. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

RABELO, Desirée Cipriano. Comunicação e Mobilização na Agenda 21 local. Vitória, ES: EDUFES / FACITEC, 2003.

SANTOS, Boaventura de Souza (2002). **Os processos de globalização**. In: SANTOS, Boaventura de Souza (ORG). (2002). A globalização e as ciências sociais. 2 ed. São Paulo, Cortez. P. 25-102.

SANTOS, maria salett tauk (2003) . **Estratégias de comunicação para o desenvolvimento local e os desafios da sustentabilidade**. In: LIMA, Jorge Roberto Tavares (org.). (2003). Extensão rural e desenvolvimento sustentável. Recife: Bagaço,2003.

SANTOS, M Salett Tauk; CALLOU, Ângelo Brás. **Desafios da comunicação rural em tempos de desenvolvimento local**. Signo. João Pessoa, Ano 2, n. 3, 1995, p. 43/47.

WOLFENSOHN, James D. *“El gasto social es clave”*. Buenos Aires, *Clarín*, 23 de fev. 1996. apud KLIKSBERG, Bernardo. Repensando o estado para o desenvolvimento social:superando dogmas e convencionalismos. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002.