

UMA ANÁLISE CRÍTICA SOBRE AS PRÁTICAS DE UM COLETIVO DE CONSUMIDORES: O CASO DO CONSUMOSOL

Finanças solidárias

Renan S. M. T. da Cunha – ConsumoSol / UFSCar – renansoaresdacunha@yahoo.com.br

Gabriela Gonzales Mezzacappa – ConsumoSol / UFSCar – biba.gm@gmail.com

Ana Lucia Cortegoso – ConsumoSol / UFSCar – cortego@ufscar.br

Resumo

O ConsumoSol é um coletivo de consumidores que surgiu de necessidades identificadas pela INCOOP/UFSCar durante a incubação de empreendimentos da economia solidária, no sentido de atingir consumidores para os produtos e serviços da economia solidária. As ações desse grupo têm como objetivo promover hábitos de consumo ético, solidário e responsável, podendo ser classificadas nos níveis informativo, formativo, motivacional e de alteração de práticas individuais e culturais de consumo. Destaca-se a diversidade de ações realizadas e as dificuldades enfrentadas para a manutenção dessa diversidade. Este trabalho apresenta as ações e os desafios desse coletivo, pretendendo assim servir como provocador de reflexões e fornecedor de dados que possam balizar a atuação de outros grupos afins.

Palavras-chave: Consumo ético, solidário e responsável; Coletivo de consumidores; ConsumoSol; Consumo.

1. Economia solidária: onde estão os consumidores?

Devido ao modo de extração, produção, consumo e descarte vigentes na sociedade capitalista, muitos impactos negativos sobre a sociedade e o meio-ambiente são observados. Para o meio ambiente, são encontrados relatos de descarte inadequado ou criminoso de lixo (SAVIANO, 2009) e a utilização e descarte de recursos a uma taxa maior que a capacidade de regeneração (ou absorção) do planeta. Em relação ao social, é possível citar a precarização do trabalho, como casos de pressão e estresse aos trabalhadores (AZAMBUJA, 2004), exploração de mão de obra para captação de recursos (GLENNY, 2008), entre outros.

Ao adquirir um produto ou serviço, o consumidor está investido seu dinheiro em determinadas iniciativas em detrimento de outras. Esta escolha muitas vezes não leva em conta as características da cadeia produtiva, mas outros fatores como qualidade do produto ou preço baixo (LEUGI, 2008). Nesse contexto, escolher um produto em vez de outro também pode ser considerada uma opção política (CANCLINI, 2005).

Uma alternativa apresentada ao modelo vigente capitalista é a economia solidária, que é definida como

conjunto de atividades econômicas – de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito – organizadas sob a forma de autogestão, isto é, pela propriedade coletiva dos meios de produção de bens ou prestação de serviços, pela participação democrática nas decisões dos membros da organização ou empreendimento e pela

distribuição equitativa dos resultados. São valores no campo da economia solidária, adesão voluntária e esclarecida dos membros, participação democrática dos sócios independente de participação financeira, cooperação, intercooperação, promoção do desenvolvimento humano, preocupação com a natureza e com a comunidade, produção e consumo éticos e solidariedade (CORTEGOSO, 2008a, p. 166).

Ao comprar produtos oriundos de empreendimentos econômicos solidários (EES), o consumidor financia os empreendimentos e seus trabalhadores. Porém, algumas dificuldades recorrentes relatadas pelos EES e cooperativas são a falta de acesso a informações sobre o empreendimento, seus produtos ou serviços por parte dos consumidores potenciais (BENEGAS; MORESI, 2010, MEZZACAPPA; ZANIN, 2011), ou falta de divulgação das ações do empreendimento (FIGUEREDO; DUARTE, 2010). Mezzacappa e Zanin (2011) apontaram que mais de 10% dos empreendimentos do Brasil relataram dificuldades em encontrar consumidores para seus produtos como grande dificuldade para manutenção do EES, devido a cultura de valorização de grandes marcas, além de dificuldade de acesso dos consumidores a esses produtos. Outro dado apontado pelas pesquisadoras é a pequena quantidade de trabalhos na área de economia solidária e consumo (incluindo os relacionados à tecnologia social), contrastando com o aumento expressivo do número de trabalhos acadêmicos desde o final da década de 1990 na área de economia solidária (FERREIRA; SHIMBO, 2010).

Para fomentar a economia solidária surgiram dentro das universidades Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares, com o intuito de formar novos EES e apoiá-los. Na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), desde 1998 existe a Incubadora Regional de Cooperativas Populares (INCOOP), um projeto de extensão que tem como objetivos, além da constituição de novos EES, produzir, disseminar e transferir conhecimentos sobre cooperativismo, autogestão e economia solidária, capacitar formadores para atuar em incubação de empreendimentos e promover educação, inclusão social e desenvolvimento humano de populações historicamente excluídas (INCOOP, 2011).

Uma das atividades desenvolvidas pela INCOOP é o desenvolvimento territorial por meio da economia solidária, entendido como “um processo intencional de provocação de mudanças multidimensionais de um local ou região e que se busca aproveitar todos os seus atores e recursos” (FERREIRA; SHIMBO, 2011, p.3). Desde 2008, professores, estagiários e profissionais da INCOOP atuam em um bairro economicamente desfavorecido (e seu entorno) da cidade de São Carlos, com promoção de ações de direitos de cidadania com atividades em

educação, saúde, lazer, cultura, etc, além da consolidação do empreendimentos existentes e fomento a novos (FERREIRA; SHIMBO, 2010).

Indo ao encontro das dificuldades encontradas pelos EES em ter consumidores suficientes para seus produtos e serviços, membros da INCOOP propuseram e implementaram em 2004 um projeto chamado ConsumoSol - Articulação Ética e Solidária para um Consumo Responsável, com o objetivo de fomentar mudanças na forma de consumir, sensibilizar consumidores sobre seu impacto nos processos produtivos e apoiar os EES por meio da promoção de consumo ético, responsável e solidário (CUNHA, MEZZACAPPA, LEUGI, MONTAGNOLI; CORTEGOSO, 2010). O grupo atualmente é uma organização social aberta à participação de todos os interessados, por meio de associação livre e espontânea. Há duas formas não excludentes de um membro colaborar com o grupo: fazendo contribuições financeiras periódicas (mensais, semestrais ou anuais) e/ou participando das atividades desenvolvidas pelo grupo. Além dos membros voluntários, o ConsumoSol constitui campo de estágio para graduandos (havendo em alguns casos a disponibilização de bolsas) e de pesquisa. Em levantamento realizado entre 2004 a 2006, Cortegoso (2008b) listou dois trabalhos de conclusão de curso (na época um destes em andamento) de um total de onze relacionados a psicologia e economia solidária, direcionados para questões relativas ao consumo.

Atualmente o grupo conta com a coordenação geral de professora do Departamento de Psicologia da UFSCar, vinculada à INCOOP e as ações a serem realizadas e em andamento são discutidas e monitoradas por um grupo de oito pessoas, entre elas bolsistas de graduação, estagiários, membros e coordenadora, que se reúne quinzenalmente. Semestralmente é convocada uma reunião com todos os membros para a realização de um balanço das atividades e o direcionamento das próximas ações.

Esse trabalho tem por objetivo apresentar e discutir algumas das ações do grupo ConsumoSol, examinar seus resultados e suas dificuldades. As ações descritas podem subsidiar grupos similares com atuação na temática do consumo e economia solidária, como fonte de ações possivelmente aplicáveis a outros contextos e, quando possível, alternativas a dificuldades inerentes a ações dessa natureza.

2. Ações do ConsumoSol

As ações do grupo ConsumoSol podem ser divididas de acordo com a natureza das conseqüências esperadas para cada ação: ações preponderantemente informativas, formativas,

motivacionais, facilitadoras de condutas individuais e de mudanças em práticas culturais (CORTEGOSO, 2008a).

Em nível preponderantemente informativo, o ConsumoSol mantém um sítio na internet hospedado na UFSCar (www.ufscar.consumosol.br), onde são disponibilizados textos, dicas de consumo solidário, convites e atas de reuniões, informações sobre o grupo (incluído seus princípios), formas de contato e descrição de algumas ações do grupo.

Ainda relacionado ao meio virtual, periodicamente o ConsumoSol informa seus associados sobre eventos relacionados ao consumo ético, solidário e responsável ou notícias em geral de interesse dos membros por meio de envio de correios eletrônicos. As informações são coletadas por uma bolsista de graduação em diversos meios de comunicação, sistematizadas e enviadas para os membros. Este correio eletrônico com um conjunto de informações é denominado “Boletim ConsumoSol”.

Assim como os boletins, para facilitar a comunicação de notícias e eventos foi criado um perfil no “twitter” (@consumosol), para que o grupo pudesse seguir outros perfis relacionados a consumo ético, solidário ou responsável, retransmitindo aos perfis seguidores notícias que possam ser relevantes. Esse canal também é utilizado para divulgar ações e eventos realizados pelo ConsumoSol.

Embora os membros contribuam enviando para o e-mail do grupo notícias relacionadas, a periodicidade de boletins e de “tweets” é comprometida pela variação da frequência com que essas informações chegam ao ConsumoSol para serem retransmitidas. Esse quadro é minimizado com a presença de uma pessoa responsável cuja função é, entre outras, alimentar esses canais e atualizar o sítio do grupo.

Por fim, ainda relacionado a ações preponderantemente informativas, o ConsumoSol faz divulgações em eventos com folhetos impressos, contendo informações do grupo, textos introdutórios sobre a questão do consumo e formas de contato. Os folhetos são revistos e, se necessário, atualizados quando é impressa uma nova tiragem.

Em nível preponderantemente formativo, o ConsumoSol oferece oficinas temáticas. Já foram oferecidas oficinas sobre feitiço de pão integral, compostagem, artesanato em garrafas PET, customização de bolsas, consumo ético, etc., ocorrendo em reuniões do próprio grupo, em momentos de disciplinas da universidade ou em espaços em que o grupo foi convidado a participar ou articulando com outros grupos e EES a realização destas.

Outra ação formativa é o “Jogo do ConsumoSol”, descrito por Cunha et al (2010) como:

dividido em oito subconjuntos: local de compra; tipo de produto; preço justo; relação do produto com a saúde; relação do produto com o meio ambiente; transporte de produtos; geração de resíduos; encaminhamento de resíduos. Para cada subconjunto o jogador deveria escolher uma carta (em alguns casos duas) que refletisse suas escolhas e procedimentos cotidianos referentes ao processo de consumo – escolha, compra, transporte, pós-uso, descarte. Cada carta continha uma pontuação e um texto explicativo escrito de forma simplificada sobre as consequências da forma de consumo descrito pela frente da carta. Ao final da escolha das cartas, eram lidas as informações contidas e somadas as pontuações, que situavam o padrão de consumo dentro de uma de quatro possíveis faixas, correspondentes a graus de adequação destes padrões. Consumidores que alcançavam a faixa mais alta recebiam uma “medalha de consumidor responsável”, simbólica, confeccionada com material de baixo custo, de forma artesanal. Os jogadores poderiam jogar quantas vezes quisessem até conseguir a pontuação da faixa mais alta e a medalha. A partir da segunda tentativa, a orientação de escolha de cartas deixava de ser “aquilo que faz cotidianamente” para “aquilo que você considera mais adequado” – de modo que o jogador pudesse discriminar quais práticas de consumo seriam mais éticas, responsáveis e solidárias. Além do texto do verso das cartas e da pontuação, um *feedback* oral do aplicador era oferecido para cada escolha, de modo a orientar para as mais adequadas ou incentivar escolhas já feitas de maneira mais acertada (CUNHA et al, 2010, p.5).

A plataforma em cartas era voltada para um público pré adolescente em diante. Posteriormente essa versão foi adaptada para crianças a partir de três ou quatro anos, onde o jogo ocorria em um tabuleiro, com peões avançando as casas de acordo com o número de dados lançados. Em algumas casas era possível responder perguntas sobre consumo, feitas por um aplicador (membro do ConsumoSol). Quando a resposta fosse correta, no local da pergunta era colocado um figura feita em feltro para que a pergunta não fosse novamente respondida e o jogador que a tivesse acertado ganhava uma quantidade de botões de acordo com o grau de consumo ético representado pela resposta da criança. Ao final do jogo, todos os botões de todos os jogadores eram reunidos e se atingissem certo número, era considerada vitória coletiva.

As dificuldades relacionadas ao jogo são a quantidade reduzida de plataformas (tanto para o jogo com cartas, quanto de tabuleiro), inviabilizando a aplicação para situações que haja um número elevado de participantes; a dificuldade de haver a necessidade de aplicadores do ConsumoSol que intermedeiam as respostas certas e erradas do ponto de vista de um consumo ético, solidário e responsável, dependendo sempre de disponibilidade desses membros e a dificuldade em disponibilizar o jogo de tal forma que sejam garantidos os créditos ao grupo e a não comercialização por outros grupos.

Outra ação em nível formativo é a estruturação de uma escola de consumo (em fase de estudo, no momento), para realizar educação para o consumo ético, solidário e responsável. Estão sendo realizadas duas atividades principais relacionadas a isso, um projeto de extensão e um projeto de pesquisa de mestrado. O primeiro enfoca a estruturação de um programa de

ensino que possa fundamentar um possível curso de extensão e a proposição de objetivos, características e atividades de uma escola de consumo. O segundo enfoca a educação para o consumo voltada a crianças estudantes de escolas públicas, com o objetivo de “identificar aspectos potencializadores de tecnologia social no âmbito de educação para o consumo em economia solidária” (MEZZACAPPA, 2011, p. 6). Essa ação foi inspirada por meio do contato que alguns membros do ConsumoSol tiveram com iniciativas similares, como as escolas de consumo da Espanha (por exemplo, a Escuela Europea de Consumidores, da região da Cantabria e a Escuela del Consumo, da região da Catalunha).

Um projeto de educação para o consumo tem dificuldades relacionadas à sua complexidade: demanda muito tempo para planejar e implementar, necessitando articulação com diferentes atores (poder público, diretores e professores, etc.), além de necessitar de responsáveis por manter o funcionamento da ação de educação para o consumo após sua implantação. O ConsumoSol apresenta uma instabilidade de equipe, por ser um grupo informal que não permite contratar pessoas, o que representa uma incerteza na continuidade de suas ações.

Em nível preponderantemente motivacional o ConsumoSol participa de eventos que tenham em seu escopo a temática do consumo (como foco principal ou como tema marginal). Em um dos eventos, a Feira da Sucata e da Barganha, uma feira em que moradores da cidade de São Carlos levam objetos usados para venderem ou trocarem, o ConsumoSol atuou fortemente para a promoção das trocas. Na troca, a negociação permite uma maior aproximação entre as pessoas, permitindo o estabelecimento de relações que superam as relações puramente comerciais e mercantis. O ConsumoSol incluiu na pauta do planejamento da feira situações para o incentivo das trocas por meio de anúncios em sistema de som e com uma barraca exclusiva para a mediação de trocas. Embora não haja dados extensos para atestar a eficácia dessas ações, o número de registros de trocas realizados em 2011 (44 trocas) foi um pouco menor que de 2010 (46 trocas), com a diferença que em 2011 o registro se ateve apenas a trocas realizadas com produtos que tivessem na barraca e no ano anterior os registros englobavam também trocas feitas nos estandes, sem intermédio do ConsumoSol. Outro fator dificultador da participação em eventos desse porte é a grande disponibilidade de tempo necessária para por em funcionamento uma ação dessa natureza, além de problemas com logística e com a transmissão de informações aos participantes da feira.

Além da participação em feiras, o ConsumoSol, em parceria com estudantes da Imagem e Som da UFSCar tem trabalhado na produção de um documentário sobre um EES

da cidade cuja produção enfoca o sabão artesanal a partir de óleo usado. O objetivo é trazer ao público, em uma linguagem acessível, um curta metragem que possa ser exibido em eventos nos quais o grupo participe, retratando a prática e divulgando esse empreendimento.

Outra ação promovida pelo grupo é a exibição de filmes documentários com temáticas relacionadas ao consumo, chamado de CineConsumoSol. Todas as sessões são seguidas de debates, promovidos por especialistas convidados, que analisam os temas abordados nos filmes, articulando-os com a questão do consumo e papel dos consumidores. A primeira exibição ocorreu em 2005 e a partir do segundo semestre de 2009 a exibição passou a ser semestral, todas realizadas no *campus* da UFSCar em São Carlos. No primeiro semestre de 2011 houve a 7ª edição com cerca de 30 presentes e houve o sorteio de cestas de produtos das compras coletivas do ConsumoSol. O maior desafio do CineConsumoSol é articular um espaço de divulgação das ações do grupo com a platéia do filme. O evento de exibição de filme é um primeiro contato que alguns consumidores podem ter com ações do grupo, porém é muito difícil existir um retorno do real impacto da exibição e debate nos hábitos de consumo das pessoas.

A articulação de compras coletivas é uma estratégia preponderantemente facilitadora de condutas individuais e tem por objetivo aproximar consumidores de produtores, dispensando a necessidade de intermediários, além de facilitar o acesso a produtos mais adequados sob a ótica do ConsumoSol e gerar renda para pequenos produtores locais, artesanais e da economia solidária. As compras ocorrem mensalmente, por intermédio de uma bolsista de graduação, que atualiza os preços e produtos disponíveis, em uma lista que contém produtos alimentícios (massas, pães, carnes, ovos, verduras e legumes orgânicos, etc.) e limpeza (sabão em pó e em pedra de óleo reciclado, amaciante, detergente, desinfetante, etc.) e repassa as informações aos consumidores cadastrados. Estes fazem seus pedidos, depositando o valor antecipadamente, e retiram seus produtos em um local e horário combinados.

As compras coletivas demandam um trabalho incessante de articulação com produtores (participantes e futuros) e consumidores para que os objetivos sejam atingidos. Como o objetivo não se restringe a uma situação de logística (consumidores receberem produtos), a situação de articulação envolve um permanente trabalho de sensibilização de ambas as partes envolvidas. Essa condição demanda tempo e a presença de uma pessoa responsável, sem grande rotatividade. Outro desafio é a possibilidade de ampliação do volume

de compras coletivas, porém sem que esse fato represente uma queda na qualidade nos produtos oferecidos.

Além das compras coletivas, o ConsumoSol divulga e disponibiliza contatos de produtores e EES para consumidores, além de fornecer dicas de consumo ético, solidário e responsável.

Por fim, em nível preponderantemente relacionado a mudanças em práticas culturais, atualmente o grupo participa de ações da INCOOP para o desenvolvimento territorial (como detalhado por FERREIRA; SHIMBO, 2010), dando suporte quando requisitado as diferentes ações previstas no projeto, de acordo com a possibilidade de atuação dos membros. Cunha et al (2010) descreve a participação do grupo:

O ConsumoSol atua como parceiro de diversas metas deste projeto, dentre as quais é possível destacar a meta voltada para desenvolvimento de um sistema de finanças solidárias, em que o grupo auxilia na análise da viabilidade da implantação de compras coletivas, tendo como protagonistas os membros de empreendimentos solidários já existentes no território. São objetivos deste tipo de ação, reduzir o gasto das famílias – a partir de compras em grandes quantidades – e fortalecer produtores locais e de economia solidária, a partir de aquisição direta destes produtores. As compras coletivas também representam alternativa para estimular o desenvolvimento territorial, uma vez que se priorize comprar de produtores e distribuidores daquela região. Essa atuação do grupo favorece sua divulgação junto à comunidade, o que pode vir a despertar o interesse e o envolvimento de mais pessoas nas suas ações, ainda que em médio ou longo prazo (Cunha et al, 2010, p. 9).

Outro projeto já implementado pelo grupo é o chamado Sacoleco, que desde 2004 envolvia diversos atores, como produtores de suportes duráveis, comerciantes, membros do grupo, etc., com o objetivo de substituir o uso de sacolas de plástico por sacolas de materiais duráveis (uma análise desse projeto é feito por CORTEGOSO, 2008a).

3. Desafios e perspectivas futuras

As ações desenvolvidas pelo ConsumoSol envolvem áreas de atuação diversificadas e requerem o envolvimento de muitos participantes. Porém, todas as ações são desenvolvidas por pessoas que atuam voluntariamente no grupo por acreditarem em seus princípios ou por estagiários e bolsistas que possuem um determinado número de horas de dedicação. Nesse sentido, o ConsumoSol tem uma atuação significativa devido aos esforços que professores fazem para garantir alunos estagiários e bolsistas, bem como acessando recursos financeiros, e de pessoas que se dedicam ao desenvolvimento e execução de atividades específicas.

De outro modo, sem o apoio da universidade, um coletivo como o ConsumoSol teria dois caminhos: a profissionalização ou uma diminuição significativa da variedade de

atividades. A profissionalização do grupo está condicionada à sua formalização, uma vez que as possíveis fontes de recursos adequadas às características de funcionamento e aos objetivos do coletivo requerem a apresentação de um CNPJ. Porém, dada a importância de garantir a continuidade das atividades do ConsumoSol e a existência de pessoas dispostas a, uma vez devidamente remuneradas, continuar atuando e ampliar sua atuação junto ao grupo, é premente a necessidade de estudar alternativas de formalização que permitam manter a estrutura de funcionamento e ao mesmo tempo resguardar os princípios do grupo. Ainda assim, a formalização não seria suficiente para garantir a estabilidade financeira e de recursos humanos do grupo, uma vez que isso está condicionado à existência de propostas de financiamento via entidades de fomento, não sendo possível, devido aos próprios objetivos do grupo, realizar a venda de serviços no âmbito da promoção de hábitos de consumo ético, solidário e responsável.

Outro grande desafio do grupo é sensibilizar consumidores a ponto destes alterarem seus hábitos de consumo para um patamar mais ético, solidário e responsável. Esse objetivo tem uma dificuldade maior ainda por pretender alterar um padrão de conduta consumista que meios de comunicação em massa valorizam e incentivam, e no qual as pessoas se inserem desde o seu nascimento.

Outro ponto dificultador é o pequeno número de trabalhos na área de economia solidária envolvendo o tema do consumo, caracterizando a produção do ConsumoSol como algo pioneira. Nesse contexto, trabalhos como o de Cortegoso (2008a), Leugi (2008), Mezzacappa (2011) e Mezzacappa e Zanin (2011) são de grande valia para fornecer subsídios para a atuação de coletivos de consumo e pautar discussões em eventos da área de economia solidária.

Por fim, a potencialidade de pesquisas no campo do consumo e sua articulação com a economia solidária são vastas. Um indício da importância desse tema é a premiação recentemente recebida pelo ConsumoSol da Associação de Psicologia e Medicina Comportamental (ABPMC, Prêmio ABPMC Sustentabilidade) com o projeto de autoria de Médici, Mezzacappa, Cunha e Cortegoso (2011), descrevendo algumas das ações que o grupo desenvolve para incentivar práticas mais sustentáveis.

4. Referências Bibliográficas

AZAMBUJA, C. **Isso sim, é real...** São Paulo: Clio, 2004. 127 p.

BENEGAS, F. A.; MORESI, L. R. Capital social aplicado en la cooperativa de trabajo la Minga, su relacion con la sociedad de Oncativo y objetivos a cumplirse. In: **JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES AUGM**, 18., 2010, Santa Fé, Trabajos completos... Santa Fé: AUGM. 11 p.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 5. Tradução de Mauricio Santana Dias. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005. 227 p.

CORTEGOSO, A. L. Consumo ético e responsável na economia solidária: compreensão e mudança de práticas culturais. In: CORTEGOSO, A. L.; LUCAS, M. G. **Psicologia e economia solidária: interfaces e perspectivas**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008a, p.165-180.

CORTEGOSO, A. L. Necessidades da economia solidária e investigação de fenômenos psicológicos: mapeamento de trabalhos realizados por alunos de graduação na Universidade Federal de São Carlos. In: CORTEGOSO, A. L.; LUCAS, M. G. **Psicologia e economia solidária: interfaces e perspectivas**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008b, p.69-90.

CUNHA, R. S. M. T.; MEZZACAPPA, G. G.; LEUGI, G. B.; MONTAGNOLI, T. A. S.; CORTEGOSO, A. L. Estratégias para mudança em práticas de consumo: o caso do ConsumoSol In: **JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES AUGM**, 18., 2010, Santa Fé, Trabajos completos... Santa Fé: AUGM. 10 p.

FERREIRA, D. M.; SHIMBO, I. Estratégias, obstáculo e limites da relação entre economia solidária, desenvolvimento territorial e políticas públicas. Caso Jardim Gonzaga, São Carlos, SP. In: **JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES AUGM**, 18., 2010, Santa Fé, Trabajos completos... Santa Fé: AUGM. 10 p.

FIGUEREDO, J. C. K.; DUARTE, H. Estrategias para el desarrollo de la fundación Dr. Francis Périer. In: **JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES AUGM**, 18., 2010, Santa Fé, Trabajos completos... Santa Fé: AUGM. 10 p.

GLENNY, M. **McMáfia: crime sem fronteiras**. Tradução de Lucia Boldrini. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. 440 p.

INCUBADORA REGIONAL DE COOPERATIVAS POPULARES (INCOOP). **INCOOP**. Disponível em: <<http://www.incoop.ufscar.br/pasta/pagina-2>> Acesso em: 04 set. 2011.

LEUGI, G. B. **Práticas de consumo e economia solidária: caracterização de comportamentos e contingências**. São Carlos: UFSCar/DPSi, 2008. Trabalho de conclusão de curso.

MÉDICI, A. D.; MEZZACAPPA, G. G., CUNHA, R. S. M. T. C., CORTEGOSO, A. L. **ConsumoSol: promovendo práticas de consumo ético, responsável e solidário no âmbito da economia solidária**. São Carlos: DPSi, 2011. 28 p. Projeto submetido ao I prêmio ABPMC sustentabilidade.

MEZZACAPPA, G. G. **Aspectos potencializadores de tecnologias sociais no âmbito de educação para o consumo ético, responsável e solidário: estudo de caso**. São Carlos: PPGCTS, 2011. 25 p. Trabalho de conclusão de disciplina.

MEZZACAPPA, G. G.; ZANIN, M. Social technology and ethics, solidary and responsible consumption: a necessary dialog under construction. In **TECSOC**, IV, 2011, Curitiba, Trabajos completos... Curitiba: UTFPR. 10 p.

SAVIANO, R. **Gomorra: a história real de um jornalista infiltrado na violenta máfia napolitana**. 7. Tradução de Elaine Niccolai. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009. 350 p.