

Mas o que é mesmo Economia Solidária?

A Economia Solidária pode ser definida como um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver. Nessa economia, não existem mais exploradores e explorados, pois ninguém pretende levar vantagem sobre os outros, e muito menos gerar riquezas através da destruição da natureza.

A base da Economia Solidária é formada pelas relações de cooperação, pelo fortalecimento do grupo e das comunidades, sem patrão nem empregado, e todos pensando no bem de todos e no seu próprio bem.



Fórum Brasileiro de Economia Solidária

O Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), é a instância nacional de articulação, debate, elaboração de estratégias e mobilização do Movimento de Economia Solidária no Brasil.

Secretaria Executiva FBES:
Brasília, DF – Telefone (61) 3965 3268 www.fbes.org.br

Secretaria Nacional de Economia Solidária

A Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), vinculada ao Ministério do Trabalho e Emprego, foi criada com a missão de valorizar a cooperação e a autogestão, contribuir para combater a pobreza e a desigualdade social e promover processos de desenvolvimento mais justos e solidários.

MTE - Secretaria Nacional de Economia Solidária:
Esplanada dos Ministérios, Bloco F, sl.339 - Brasília, DF
Telefone: (61) 3317 6308
Fax: (61) 3317 8221 - www.mte.gov.br

Realização

Secretaria Nacional de Economia Solidária
Ministério do Trabalho e Emprego



Parceria



Apoio



Produção: CECIP



Economia Solidária
Campanha Nacional de Divulgação e Mobilização Social

Manual

para Formadores

Descobrimo a outra economia que já acontece



PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Luiz Inácio Lula da Silva

MINISTRO DO TRABALHO E EMPREGO

Carlos Lupi

Secretário-Executivo do Ministério do Trabalho e Emprego

André Figueiredo

Secretaria Nacional de Economia Solidária

Paul Israel Singer

Departamento de Estudos e Divulgação

Roberto Marinho Alves da Silva

Departamento de Fomento à Economia Solidária

Dione Soares Manetti

Produção



CECIP - Centro de Criação de Imagem Popular

Coordenação Geral: Claudius S.P. Ceccon

Coordenação Editorial e Textos: Madza Ednir

Revisão Técnica: Valmor Schiochet, Claudio Nascimento, Roberto Marinho Alves da Silva e Maurício Sarda

Direção de Arte e Ilustrações: Claudius S.P. Ceccon

Revisão: Dinah Frotté

Diagramação e Arte-final: Sílvia Fittipaldi e Murilo Lins

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca. Seção de Processos Técnicos – MTE**

M294 Manual para formadores : descobrindo a outra economia que já acontece – Brasília : MTE, SENAES, 2007.
50 p.

1. Economia solidária, Brasil. 2. Economia solidária, manual, Brasil. I. Brasil. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). II. Brasil. Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES).

CDD 331.128

Economia Solidária

Campanha Nacional de Divulgação e
Mobilização Social

Manual para Formadores

Descobrimos a outra economia
que já acontece

Sumário

Apresentação	2
Introdução aos materiais	4
Descrição do conteúdo e indicações para a utilização	6
Vídeos	6
<i>Spots</i> e programas de rádio	9
Impressos	10
Formato digital - CDs e DVD	11
Sugestões Metodológicas (Temas da Formação)	12
A economia dominante e suas conseqüências	15
Uma outra economia acontece	17
O movimento de Economia Solidária	20
Consumo consciente e solidário, impulsionando a nova economia	22
Redes e cadeias de produção, rumo à sustentabilidade	24
Finanças solidárias	28
A construção de uma política pública de Economia Solidária	30
O que é, por que e como sistematizar	36
Anexo 1 – Onde encontrar informações complementares	37
Anexo 2 – A Economia Solidária no Brasil: um retrato em 2005, <i>Paul Singer</i>	38

Apresentação

Este manual faz parte do conjunto de materiais da Campanha Economia Solidária: outra economia acontece, composto por vídeos e programetes de TV, programas e spots de rádio, folheto, cartaz/folder, cartilha e CD Rom. São subsídios que estão à disposição dos formadores do movimento de Economia Solidária.

A Campanha, deflagrada em 2006 pelo Fórum Brasileiro de Economia Solidária - FBES e pela Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES, visa informar e sensibilizar a população brasileira para a necessidade de questionar o modelo de economia dominante e fortalecer alternativas que podem superá-lo.

Para atingir seus objetivos, a Campanha, veiculada por meio da televisão, do rádio e de materiais

impressos, precisa ir além de um limitado tempo de exposição na mídia. Mudanças de atitudes e valores, necessárias para que práticas econômicas solidárias sejam adotadas pela maioria da população, não acontecem da noite para o dia. Assim, é importante que o processo educativo deflagrado pela Campanha tenha continuidade, com ações permanentes de formação.

No desenvolvimento dessas ações, este manual e o conjunto de materiais que o acompanham são uma ferramenta de trabalho para agentes que atuam como formadores em Economia Solidária: educadores das incubadoras de cooperativas populares (das universidades e outras iniciativas); agentes de ONGs, igrejas, movimentos sociais e sindicatos; além dos agentes que atuam nas Delegacias Regionais do Trabalho. Lideranças edu-



acionais e professores, atuando em escolas de Educação Infantil, Ensinos Fundamental, Médio e Superior, também poderão somar-se a essa rede.

Esse manual irá oferecer algumas indicações metodológicas para que formadores em Economia Solidária possam melhor utilizar o conjunto de materiais da Campanha junto aos seguintes públicos:

- trabalhadoras e trabalhadores que atuam ou planejam atuar em empreendimentos solidários, relacionando a prática que desenvolvem com os princípios e valores de uma economia que se contrapõe à dominante;
- educadoras e educadores interessados em trabalhar a Economia Solidária como tema transversal ao currículo, difundindo na comunidade a importância do consumo consciente e solidário;
- gestoras e gestores públicos que tenham ou desejam ter em sua gestão programas explicitamente voltados à Economia Solidária;
- agentes financiadores que oferecem ou podem passar a oferecer crédito aos trabalhadores e trabalhadoras de Economia Solidária;
- comunicadoras e comunicadores atuando em rádios, emissoras de televisão e jornais, que desejem mostrar à população a importância social do movimento da Economia Solidária, e, nele, o papel dos consumidores conscientes e solidários.



Introdução aos materiais

Os materiais da campanha **Economia Solidária: outra economia acontece** procuram resgatar e valorizar o conhecimento acumulado pelas experiências de Economia Solidária, difundindo os princípios e valores que as embasam, as práticas bem

sucedidas e sugerindo formas de participação no consumo e produção solidários.

Eles podem ser usados isoladamente ou em conjunto, para enriquecer processos de formação com foco e objetivos muito diversos.

Alguns exemplos de focos em processos de formação com diferentes públicos¹

Público	Possíveis focos / objetivos da formação
Trabalhadoras e trabalhadores que atuam ou planejam atuar em empreendimentos solidários	Qualificar ou aperfeiçoar a qualificação nos princípios básicos de produção, consumo, crédito e distribuição solidários, de pessoas já envolvidas em atividades de Economia Solidária (empresendedores e/ou militantes) ou que possam vir a integrar-se a elas. Incentivar a ligação entre empreendimentos solidários e consumidores conscientes e solidários de classes média e alta. Conscientizar para a existência de um movimento amplo, nacional e articulado de Economia Solidária, que vai além do empreendimento localizado.



... e mais:

Público	Possíveis focos / objetivos da formação
Educadoras e educadores	Possibilitar que os educadores dos sistemas público e privado de ensino compreendam a importância da Economia Solidária e dos valores e princípios que ela representa para o desenvolvimento sustentável das comunidades. Mostrar como as atividades curriculares podem concorrer para fortalecer a Economia Solidária; incentivar o consumo consciente e solidário nas escolas. Introduzir valores da cultura solidária e pedagogias que favoreçam a solidariedade e a construção de um novo modelo de sociedade.
Gestoras e gestores públicos; membros de diferentes Conselhos	Aprofundar a compreensão do papel estratégico da Economia Solidária no empoderamento das comunidades, na superação da pobreza e no desenvolvimento sustentável dos territórios e as razões para apoiá-la em suas respectivas áreas de atuação. Estimular a criação de redes e parcerias em Economia Solidária na região. Estimular o apoio dos governos estaduais e locais a projetos de inclusão econômica dos setores mais empobrecidos da população.
Agentes financiadores	Discutir a importância do crédito para alavancar os empreendimentos solidários.
Comunicadoras e comunicadores	Incentivar a difusão de mensagens básicas sobre Economia Solidária nas diferentes mídias. Estimular a participação de emissoras locais de TV e rádio na veiculação dos programas sugeridos e na criação de novos, a partir dos já produzidos. Estimular as rádios locais a inserirem o tema da Economia Solidária em sua programação de forma permanente.



Descrição do conteúdo e indicações para a utilização

Aqui está uma visão geral dos diferentes materiais produzidos pela Campanha Nacional de Divulgação e Mobilização Social, para que você possa decidir quais os melhores para os grupos com que você trabalha.

Vídeos

Nada como imagens para motivar e para transformar idéias e conceitos abstratos em algo concreto, real, visível. Foram produzidos vídeos e programetes que podem ser utilizados em oficinas, reuniões ou encontros.

a) Documentário – Outra Economia Acontece

Esse filme conceitual de 25 minutos, com imagens documentais, mostra o que é a Economia Solidária, em suas diferentes manifestações. Na

abertura temos pessoas em uma praça pública, procurando responder à pergunta “Você sabe o que é Economia Solidária?” A partir da constatação do desconhecimento geral do que seja isso, o conceito de Economia Solidária é apresentado sinteticamente e depois construído passo a passo, por meio de entrevistas com participantes de empreendimentos solidários em estados das regiões sudeste, sul, nordeste e norte, destacando-se as dimensões do trabalho coletivo, da auto-gestão e da sustentabilidade. São apresentadas manifestações da Economia Solidária na zona urbana e rural, nas áreas da Produção (Oficina do Pão, Rio de Janeiro; Cooperativa da Praia Vermelha, Rio de Janeiro; Central de Cooperativas Agro-extrativistas do Maranhão; Associação de Produtores Agrícolas de Tombos, Minas Gerais; Coespeança, Rio Grande do Sul; Cootram, São Paulo e Uniforja, Diadema - essas duas últimas, exemplos de empresas recuperadas e assumidas



pelos trabalhadores); Serviços (Ateliê Costurart, Rio de Janeiro; Ecoturismo Solidário, Amazonas; Bagunção - eventos de cultura popular e teatro, Bahia); Finanças (Feira de trocas e moeda solidária, São Paulo); e Consumo (Aliança Social, São Paulo).

As falas de quem está fazendo a outra economia na prática levantam questões como a inclusão dos tradicionalmente discriminados pela economia dominante - mulheres, jovens, portadores de deficiência, afrodescendentes; o desafio de por em prática uma gestão participativa e democrática e de criar redes e cadeias de produção; a importância estratégica do apoio de ONGs, Universidades, gestores e financiadores; o impacto da Economia Solidária no desenvolvimento sustentável e na preservação do ambiente em que as pessoas vivem; e, por último mas não menos importante, o papel fundamental dos consumidores solidários para o crescimento da nova economia possível.

b) Institucional – Outra Economia Acontece

Este programa, com duração 12 minutos, foi produzido para ser veiculado em espaços de sensibilização e formação, como encontros, fóruns e seminários, trazendo a síntese do conceito de Economia Solidária e suas diversas formas implementação. Partindo da produção, com exemplos dos tipos de empreendimentos solidários nas área de indústrias, produção e serviços; apresenta também as fontes de créditos; as redes de distribuição e a importância de se estimular o consumo solidário. Esses temas também são abordados em programetes produzidos para as emissoras de TV, descritos no item a seguir.

c) Brasil Solidário

Série de 14 programetes para TV, de um minuto e meio cada, que podem ser apresentados em qualquer ordem, e agrupados de acordo com o tema trabalhado. As mensagens específicas estão relacionadas a seguir.

1. A Economia Solidária, contrastando com a economia dominante.
2. O consumo consciente e seu poder transformador na construção de uma economia mais justa.
3. As cooperativas de produtores rurais, mostrando a importância da agricultura familiar para uma vida melhor.
4. As cooperativas e associações de produtores urbanos, em que trabalhadores se unem para superar o desemprego.
5. As finanças e o crédito solidários, fundamentais para sustentar uma outra economia.
6. O desenvolvimento local, articulando empreendimentos solidários e fortalecendo a economia do município.



7. A sustentabilidade, que significa produzir sem agredir a natureza.
8. As redes e cadeias, articulando atividades de produção, comércio e consumo.
9. A inclusão de grupos historicamente marginalizados, enquanto produtores e consumidores.
10. As empresas recuperadas, onde empregados se transformam em donos da fábrica e evitam seu fechamento.
11. Os empreendimentos culturais geridos de forma solidária, com liderança dos jovens, como bandas, grupos de teatro, ou de capoeira.
12. As feiras, onde há encontro e confraternização entre produtores e consumidores solidários.
13. As incubadoras, sinal da ação das universidades no apoio e acompanhamento de empreendimentos de Economia Solidária.
14. As trocas solidárias e a moeda social, criando um sistema que permite a troca de produtos e serviços e fortalece as relações solidárias.

Spots e Programas de Rádio

Onde a televisão não chega, o rádio e o aparelho de som são poderosos meios de comunicação para a mobilização. Foi produzida para a Campanha **Ou- tra Economia Acontece** uma série radiofônica “Momento Solidário”, contendo programas de rádio em diversos formatos, relacionados a seguir:

a) 15 Programas, de 3 minutos de duração –
1) Economia Solidária; 2) Consumo consciente; 3) Empreendimentos rurais; 4) Crédito e finanças solidárias; 5) Agroecologia e sustentabilidade; 6) Empreendimentos culturais; 7) Políticas Públicas; 8) Empresas recuperadas; 9) Troca solidária e moeda social; 10) Feiras solidárias; 11) Empreendimentos urbanos; 12) Desenvolvimento local; 13) Economia solidária e inclusão; 14) Incubadoras; 15) Redes e cadeias de produção.

b) Programa Especial – de 40 minutos, divididos em 3 blocos, incluindo os demais progra-



mas, o *jingle* e o *spot*. Apresenta entrevistas, enquetes, radioteatro, relatos de projetos que dão certo e de experiências de trabalho coletivo que garantem a renda para as famílias de trabalhadores do campo e da cidade, como alternativas ao desemprego. Além disso, fala de trabalhos criativos e bem sucedidos com arte, meio-ambiente e artesanato.

c) Um *jingle* da campanha;

d) Um *spot* de um minuto.

Impressos

As imagens em vídeo e o material para rádio motivam, despertam a curiosidade e incentivam o debate. Os textos impressos contribuem para consolidar a informação e possibilitam o aprofundamento das discussões e do processo de aprendizagem.

a) Manual para Formadores – Economia Solidária: descobrindo a outra economia que já acontece

É o manual que está em suas mãos e que tem como objetivo apresentar todos os outros materiais da Campanha e oferecer indicações metodológicas para que formadores em Economia Solidária possam melhor utilizar o conjunto de materiais.

b) Cartaz-folder divulgando o que é Economia Solidária e como participar do movimento.

Esse material é uma síntese das informações essenciais sobre Economia Solidária. Participantes de processos formativos podem inspirar-se nele

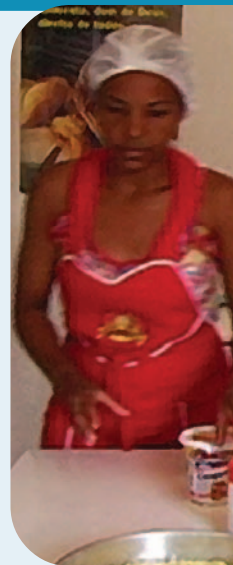
para produzir seus próprios cartazes, divulgando a Economia Solidária na comunidade em que atuam.

c) Folheto

O folheto foi criado para ser distribuído nas Feiras de Economia Solidária, promovendo o consumo consciente. Pode ser utilizado também em capacitações.

d) Cartilha da Campanha Nacional de Divulgação e Mobilização Social – Economia Solidária – Outra economia acontece

A publicação, com 36 páginas, apresenta informações básicas para serem trabalhadas com diferentes públicos, por meio de atividades que promovam troca de experiências, debates e tomada de decisões coletivas. Seu conteúdo contextualiza o sistema econômico atual e seus problemas. Fala dos princípios e valores da nova economia e de como ela se manifesta nos setores de produção, serviços, consumo, finanças, redes e cadeias de produção, comercialização e consumo. A cartilha





ajuda saber de onde vem a Economia Solidária, que apoios ela recebe da sociedade e de governos e quais são os principais desafios que enfrenta.

e) Cartilha de Rádio

Foi criada para estimular as pessoas que têm interesse por esse tipo de comunicação a por em prática o compromisso social do rádio – ajudar seu ouvinte a saber todos os lados de uma história para poder fazer a sua opção com conhecimento de causa. Essa publicação, com 36 páginas, traz algumas sugestões de formatos e dicas sobre como trabalhar o tema da Economia Solidária no

rádio. Fala sobre a linguagem radiofônica, os formatos mais usados – o debate, a entrevista, a enquete popular, o radioteatro e o *spot*. Traz, ainda, dicas de como elaborar um roteiro para os programas, que poderão ser desenvolvidos localmente; e descreve algumas experiências de Economia Solidária no Brasil.

Formato digital CDs e DVD

Os materiais produzidos foram convertidos em formato digital e estão contidos em dois CDs e um DVD, que fazem parte do conjunto. Com eles, qualquer pessoa que disponha de um computador pode ter acesso aos vídeos, aos folhetos, às publicações e aos programas de rádio da Campanha. Esses materiais podem ser reproduzidos à vontade, sob três condições: dar os créditos a quem os realizou; não alterá-los ou criar obras derivadas e não reproduzi-los com fins comerciais. A marca do financiador da tiragem poderá ser associada aos materiais como Apoio.



Sugestões Metodológicas

Uma pessoa que coordena processos de formação é, sobretudo, alguém que promove e estimula a aprendizagem do grupo. Hoje sabemos que as aprendizagens – e as mudanças que elas acarretam – dificilmente acontecem quando o formador ou formadora tenta transferir informação da sua mente para as mentes alheias, como quem retira dinheiro de um banco e o deposita em outro. Paulo Freire fez a crítica do que denominou de “concepção bancária” de educação (alguém que sabe “transfere” seu saber a cabeças vazias), e propõe, em vez dessa con-

cepção, uma educação pelo diálogo e para o diálogo, onde educadores também aprendem e os que aprendem também ensinam. Todos sabem algo que podem trocar com outros, e o aprendizado é o resultado desse enriquecimento coletivo.

As atividades de formação em Economia Solidária não podem deixar de ser coerentes com os princípios dessa outra economia que já está acontecendo em nosso país e no mundo. Já pensou que estranho seria usar uma metodologia autoritária, onde o formador se considera o dono do saber e aos outros só cabe ouvir, quando se está apresentando um jeito de produzir, consumir, comerciar, baseado na cooperação, na solidariedade e na horizontalidade das relações? Mais que estranho, seria incoerente.

O papel de uma pessoa que é formadora sintonizada com os princípios solidários não é sim-



plesmente o de transmitir informações. É estabelecer uma dinâmica na qual os participantes possam aprender uns com os outros, um processo em que quem faz formação também irá aprender com o grupo.

Assim, quando você for planejar um encontro, oficina ou seminário sobre Economia Solidária, talvez seja interessante refletir sobre os princípios de uma pedagogia para a autonomia e tentar incorporá-los à sua prática²:

- Colocar as pessoas, suas necessidades e preocupações, no centro do processo. Isso significa, por exemplo, adequar os programas de formação às necessidades dos diferentes atores sociais, em termos de locais e horários de realização.



- Estimular a autonomia de quem aprende, para que assuma a responsabilidade por sua própria aprendizagem e faça perguntas.
- Possibilitar o movimento da teoria para a prática e vice-versa, ajudando quem aprende a refletir e tomar consciência dos valores, crenças, conhecimentos que embasam seu modo de atuar – e eventualmente ter coragem de mudar seu modo de pensar e agir.
- Promover o diálogo e a colaboração, evidenciando que se aprende, principalmente, uns com os outros.
- Facilitar a construção de conhecimento, de for-

² Cf. “Curso de Formação de Facilitadores de Mudanças Educacionais”, desenvolvido por Claudia Ceccon, Madza Ednir e Noni Ostrower, do CECIP, Centro de Criação de Imagem Popular, RJ-Brasil, em parceria com Boudewijn van Velzen, do APS - Centro Nacional pelo Aperfeiçoamento de Escolas, Utrecht, Holanda.



- ma metódica, organizando situações de aprendizagem onde todo mundo seja convidado a colocar em prática informações / conceitos e a experimentar novos comportamentos.
- Considerar que somos uma totalidade - corpo e mente - fazendo com que emoções e sentimentos joguem a favor do processo de aprendizagem. Criar uma atmosfera descontraída, por meio de dinâmicas lúdicas, pois é sempre melhor ser alegre que ser triste – e alegre se aprende melhor.
 - Possibilitar a sistematização do conhecimento gerado pelo grupo, convidando os participantes a registrar, organizar e classificar suas experiências e reflexões sobre a prática (vide pág. 36).

A seguir, você encontra sugestões de atividades que poderão ser adaptadas e recriadas. Elas buscam incentivar o diálogo, a reflexão e a tomada de atitude frente a situações desafiadoras e questionadoras. Há algumas propostas de utiliza-

ção dos vídeos, que podem ser complementados e/ou substituídos por programas de rádio onde não houver a tecnologia para isso, e publicações da campanha junto a diferentes públicos, para:

- Informar sobre as conseqüências e impactos do modelo econômico atual, comparando os valores da economia dominante com os valores e princípios da nova economia.
- Refletir sobre as origens, desenvolvimento e perspectivas do movimento de Economia Solidária.
- Demonstrar que o ato de consumir pode contribuir para o fortalecimento de uma sociedade justa e solidária.
- Mostrar o impacto positivo da Economia Solidária na preservação do ambiente, na autogestão, na autonomia das comunidades locais e de empreendimentos produtivos e de serviços, no respeito e valorização da diversidade étnica e na equidade de gênero.
- Incentivar que a informação seja transformada em conhecimento e mobilização concreta, ou seja, em instrumento de mudança da realidade local, quando se adota novas formas de produzir e de consumir.

Tema da Formação: a economia dominante e suas conseqüências

O objetivo é:

Examinar o sistema dominante e seus impasses e apontar alternativas.

A dinâmica pode ser...

Momento 1 – Fazendo um retrato da vida de quem trabalha e identificando as causas da situação de precariedade em que vive.

- Convide os participantes, divididos em pequenos grupos, a conversar sobre a vida dos trabalhadores urbanos e rurais na comunidade e a identificar os principais obstáculos / desafios que enfrentam.
- Enquanto representantes dos grupos apresentam suas conclusões, você escreverá os principais problemas citados em pedaços de pa-

pel, que serão afixados na parede. Podem aparecer coisas como: falta de emprego / falta de terra / moradia precária / salário baixo/ falta de oportunidades de estudo / lazer / acesso aos serviços de saúde / acesso à informação, entre outros.

- Depois de analisar com o grupo o “retrato” que foi feito da vida do trabalhador, estimule o debate, perguntando por que acontecem esses problemas?
- Escreva, em papéis de cor diferente dos primeiros, as idéias que forem surgindo.
- Depois que todos tiverem falado e chegado a uma conclusão inicial sobre as causas do que acontece com a maioria dos trabalhadores, proponha que os grupos leiam o item A Economia Solidária vai se fazendo na prática, na Cartilha págs. 12 e 13, para ver se há alguma idéia no texto que possa completar o que já foi levantado pelos participantes.
- Ouça as conclusões dos grupos e, se for necessário, acrescente novos papéis à lista de causas. Procure chegar a uma conclusão provisória nessa etapa.

Momento 2 – Introduzindo “Outra Economia Acontece”

- Peça que, em pequenos grupos, os participantes levantem os valores que estão por trás e sustentam a economia dominante. Escreva-os em papéis e afixe-os na parede.
- Peça que, em pequenos grupos, imaginem uma outra economia que fosse o “avesso” da dominante. Que valores a inspirariam? É possível gerar trabalho, produção e renda, com esses valores?
- Antes de abrir para a plenária, mostre o Programete de TV nº 1 – A Economia Solidária contrastando com a economia dominante.



- Depois da apresentação, coordene o debate, ouvindo os participantes sobre as duas questões debatidas nos pequenos grupos. “Amarre” as discussões, ouvindo o que as pessoas já sabem sobre Economia Solidária e chamando a atenção para o fato de que ela já é uma realidade.

Materiais da Campanha:

- Programete de TV: nº 1 – “Economia Solidária”.
- Cartilha Economia Solidária – Outra economia acontece: págs. 12 e 13.

» DICA

Sempre que for iniciar o trabalho com um grupo novo, é bom providenciar crachás e dar oportunidade para que todos se apresentem e falem de suas expectativas. Uma dinâmica de aquecimento, que descontraia e integre as pessoas, ajuda a criar o clima ideal para o começo do diálogo.

Tema da Formação: uma outra economia acontece

O objetivo é:

Apresentar e discutir princípios e valores da nova economia, por meio de suas manifestações nos empreendimentos solidários.

A dinâmica pode ser...

Momento 1 – Refletindo sobre os valores da Economia Solidária

Divida os participantes em pequenos grupos. Para cada grupo, distribua um conjunto de 10 fichas, cada uma contendo um princípio que embasa os empreendimentos solidários:

- ✓ Autogestão
- ✓ Democracia
- ✓ Cooperação
- ✓ Centralidade do ser humano
- ✓ Valorização da diversidade
- ✓ Emancipação
- ✓ Valorização do saber local

- ✓ Valorização da aprendizagem
- ✓ Justiça social na produção
- ✓ Cuidado com o Meio Ambiente

- Introduza a atividade lembrando que os princípios da Economia Solidária que serão discutidos em seguida estão inter-relacionados e dificilmente seriam hierarquizáveis. A atividade que irão realizar é só um exercício para provocar as pessoas a compartilharem sua “definição” de diferentes valores e princípios.
- Assim, peça aos grupos que imaginem que cada ficha é um tijolo, e convide-os a construir uma “coluna de tijolos”, começando com o princípio que consideram fundamental, colocando-o na base de todos os outros. Depois, devem empilhar os demais, sempre com o mesmo critério, um sobre o outro, até chegar ao número 10. Para fazer isso, os participantes terão que “abrir” o que pensam sobre cada um dos princípios apresentados e discuti-los com os grupos.
- Ao final dessa etapa, cada grupo fará um cartaz onde as dez fichas com princípios da Economia Solidária formam uma “coluna de tijolos”.

- Afixe os cartazes e convide um representante de cada grupo a justificar a “sua” coluna de tijolos. Ao fazer isso, os grupos irão compartilhar suas idéias a respeito dos princípios da Economia Solidária, chegando a consensos e reconhecendo divergências.

Momento 2 – Identificando valores e princípios da Economia Solidária nos empreendimentos mostrados no vídeo e na cartilha

- Mostrar o vídeo “Outra economia acontece”, 25’.
- Ouvir dos participantes as impressões despertadas pelo vídeo.
- Solicitar aos participantes que se dividam em grupos e vejam o vídeo outra vez, para identificar, em cada empreendimento, os princípios e valores da Economia Solidária que mais aparecem, marcando a lápis um “X” na matriz recebida.
- Quando todos terminarem, entregue aos participantes cópias das páginas da cartilha que contém descrições dos empreendimentos e sugira que completem ou modifiquem a matriz (pág. ao lado), acrescentando outros princípios e valores.

- Cada grupo, ao final das discussões, reproduzirá sua nova matriz em um cartaz grande.
- Um representante por grupo apresenta o cartaz produzido. Os participantes dos demais grupos se manifestam quando há discordância e, se as razões apresentadas por eles forem aceitas pelo grupo expositor, os cartazes originais serão modificados.

Materiais da campanha:

- Vídeo: “Outra Economia Acontece”, 25’.
- Cartilha Economia Solidária – Outra economia acontece: págs. 6 a 11; 16 a 19; 23 a 30.

» DICA

Nem sempre haverá cartilhas em número suficiente para todos os participantes. Nesse caso, que tal estabelecer uma parceria com empresas locais ou outras instituições, como sindicatos, ONGs, igrejas, para que patrocinem sua impressão? O texto encontra-se no CD Rom. Em último caso, você pode fazer cópias xerox das páginas que serão usadas.

- Distribuir a cada participante a matriz apresentada a seguir.

EMPREENHIMENTOS	PRINCÍPIOS									
	Autogestão	Democracia	Cooperação	Centralidade do ser humano	Valorização da diversidade	Emancipação	Valorização do saber local	Valorização da aprendizagem	Justiça social na produção	Cuidado com o meio ambiente
Oficina do Pão (RJ)										
Praia Vermelha (RJ)										
Assema / COOPAESP / Cooperativa (MA)										
Coesperança –(RS)										
Feira de Trocas (SP)										
RENACI / Uniforja (SP)										
Ecoturismo Solidário (AM)										
Bagunção (BA)										
Banco de Palmas (CE)										
Cooperjovens (BA)										
Rede Justa Trama (CE, RO, SP, RS e SC)										

Tema da Formação: o movimento de Economia Solidária

O objetivo é:

Evidenciar que as experiências diversas de Economia Solidária fazem parte de um movimento nacional e global, envolvendo diferentes setores.

A dinâmica pode ser...

Momento 1 – Descobrimo apoios e articulações

- Apresentar, do vídeo documentário de 25 minutos “A outra economia acontece”, apenas os trechos referentes à Oficina do Pão, APAT e COOPRAM. Em seguida, convidar os participantes a lerem, na cartilha, os textos sobre esses empreendimentos.
- Incentivar um debate em plenária, a partir de questões como: Quem, na sua opinião, está apoiando esses empreendimentos? Que circunstâncias possibilitaram o seu fortalecimento?
- Sistematize as opiniões levantadas.
- Em seguida, apresente os Programetes nº 3 - As Cooperativas de Produtores Rurais, mostrando a importância da agricultura familiar e nº 4 - As Cooperativas e Associações de Produtores Urbanos, em que trabalhadores se unem para superar o desemprego; pedindo que os participantes os vejam tendo em mente a pergunta: Quem apoia? Que circunstâncias fortaleceram esses empreendimentos?
- Convide os participantes, divididos em pequenos grupos, a retomarem as ideias que surgiram no debate, e, em seguida, complementarem suas conclusões, lendo em conjunto o texto da cartilha A Economia Solidária é a outra economia que acontece, às págs. 34 e 35.
- Convide um relator de cada grupo para resumir as discussões.
- Faça o “amarramento” do debate, destacando os componentes do Movimento e suas inter-relações:
 - os próprios empreendimentos solidários, e as pessoas que consomem seus produtos,
 - as ONGs, Universidades e outras entidades de apoio,

- os gestores públicos e os financiadores dos empreendimentos.
- Explore o que os participantes sabem sobre as ligações existentes entre o movimento de Economia Solidária no Brasil e em outros países. Com auxílio de um mapa mundi, mostre exemplos de países onde o movimento de Economia Solidária já existe, e como as cadeias de produção e de consumo podem ir além de nossas fronteiras.
- Ofereça aos participantes de cada grupo revistas ilustradas, jornais, tesoura e cola, além de folhas grandes de papel pardo. Peça que “sobrevoem” o texto (ou seja, façam uma leitura rápida, dos pontos em destaque) e produzam cartazes, ilustrando a “Carta de Princípios” (grupo 1) e a Plataforma (Grupo 2).
- Peça que cada grupo apresente o seu cartaz.
- “Amarre”, destacando os aspectos essenciais da Carta de Princípios e da Plataforma.

Momento 2 – Descobrimo o que dá unidade ao movimento

- Coloque em debate, na plenária, a seguinte questão: “O que dá unidade ao movimento de Economia Solidária no Brasil”?
- Sistematize as idéias centrais dos participantes, escrevendo-as em tarjetas.
- Para enriquecer a discussão, divida os participantes em dois grupos e ofereça, a um deles, a Carta de Princípios da Economia Solidária e ao outro a Plataforma da Economia Solidária. Comente como foram produzidos esses dois documentos, que podem ser obtidos no site www.fbes.org.br.



Materiais da campanha:

- Vídeo documentário de 25 minutos “Outra Economia Acontece” - experiências Oficina do Pão; APAT e COOPRAM.
- Programetes de TV: nº 3 – “Cooperativas de Produtores Rurais” e nº 4 – “As Cooperativas e Associações de Produtores Urbanos”.
- Cartilha Economia Solidária – Outra economia acontece: às págs. 16, 19, 34 e 35.
- Outros documentos: Carta de Princípios e a Plataforma “O que é e o que não é a Economia Solidária” – Textos Complementares no CD-1 ou em www.fbes.org.br

» DICA

Antes de começar as atividades do dia, é importante apresentar a agenda aos participantes, para que possam propor ajustes. Outra medida importante é chegar a acordos quanto ao manejo do tempo, uso de celulares, etc.

Tema da Formação: consumo consciente e solidário, impulsionando a nova economia

O objetivo é:

Refletir sobre a importância, para o crescimento de uma Economia Solidária, da aliança entre quem consome e quem produz.

A dinâmica pode ser...

- Apresente, do vídeo documentário, de 25 minutos, “Outra economia acontece”, o trecho sobre o empreendimento “Aliança Social”. Em seguida, convide os participantes a se dividirem em pequenos grupos, lerem o trecho da cartilha correspondente (págs. 14, 15 e 18), e debaterem a seguinte questão: “O que é consumo consciente para você?”.
- Depois que os relatores de cada grupo tiverem apresentado e discutido, em plenária, suas conclusões, mostre os Programetes nº 2 – “Consumo

mo consciente e seu poder transformador na construção de uma economia mais justa” e nº 12 – “As Feiras, onde há encontro e confraternização entre produtores e consumidores solidários”.

- Peça aos participantes, que, de novo em pequenos grupos, leiam o seguinte trecho do artigo de Paul Singer (a íntegra do texto encontra-se no Anexo 2, pág.38).

Como os mercados internos às comunidades marginalizadas estão quase sempre saturados, seja pelo pequeno poder de compra dos consumidores seja pelo excesso de oferta provocado pelo desemprego na economia formal, a única alternativa que resta aos empreendimentos solidários nesta situação é procurar novos clientes na classe média. É no decorrer deste tipo de tentativas, que se manifestam as dificuldades da primeira forma. Poucos são os pobres que se atrevem a enfrentar clientes de classe mais alta, que os intimidam. O não saber como evitar calotes revela isso: é penoso para o trabalhador negar o pagamento a prazo ou exigir garantias, referências etc. de uma pessoa de classe social ‘superior’.



- Convide os participantes a listarem todas as estratégias possíveis para enfrentar o problema levantado por Singer.
- Peça que façam uma lista provisória de todos os empreendimentos solidários que conhecem na comunidade, e dêem sugestões de como podem promover o consumo dos produtos.
- Depois que todos os grupos tiverem apresentado suas idéias, em plenária, convide os participantes a escolherem as melhores propostas e realizarem um plano de ação para colocá-las em prática.

Materiais da campanha

- Vídeo: “Outra Economia Acontece”, experiência de Aliança Social.
- Programetes de TV: nº 2 – “Consumo consciente” e nº 12 – “As feiras”.
- Cartilha Economia Solidária – Outra economia acontece: às págs. 14, 15 e 18.
- Manual: Anexo 2, artigo “A Economia Solidária no Brasil: um Retrato em 2005”, Paul Singer.

» DICA

As pesquisas confirmam o que todos nós já sabíamos: as pessoas aprendem mais e melhor quando estão descontraídas, alegres. Rir oxigena o cérebro. Tenha no bolso algumas anedotas interessantes relacionadas ao tema, para “soltar” no momento adequado.

Tema da Formação: redes e cadeias de produção, rumo à sustentabilidade

O objetivo é:

Discutir a importância de articular financiamento, produção, comercialização e consumo solidários e conquistar o apoio do governo e da sociedade para a nova economia.

A dinâmica pode ser...

Momento 1

- Faça, em plenária, uma discussão para levantar as idéias que os participantes têm sobre “Desenvolvimento local”.
- Apresente aos participantes os Programetes:
 - nº 6 – “Desenvolvimento local, articulando empreendimentos solidários e fortalecendo a economia do município” e nº 8 – “As redes e cadeias, articulando atividades de produção, comércio e consumo”.
- Peça que, em pequenos grupos, levantem: 1) três

ou quatro aspectos sobre os temas “organização de redes e cadeias de produção” e “boas políticas públicas”; 2) identifiquem a relação entre estes aspectos com o tema “desenvolvimento local sustentável”.

- Depois que o relator de cada grupo apresentar as conclusões em plenária para discussão, “amarre” o debate, destacando as ligações entre os três temas.

Momento 2

- Convide os participantes a formarem pequenos grupos, distribuindo a cada grupo cópias dos textos às págs. 29 e 30.
- Peça que os participantes, a partir da leitura do texto, identifiquem: 1) os elos da cadeia produtiva; 2) como se relacionam e contribuem para o desenvolvimento local; 3) que políticas públicas municipais ou estaduais poderiam fortalecer esses elos.
- Convide um representante de cada grupo a apresentar suas conclusões, na seguinte ordem: primeiro os grupos pares, chegando a um consenso entre eles; depois os ímpares.

Materiais da Campanha

- Programete de TV: nº 6 – “Desenvolvimento local” e nº 8 – “As redes e cadeias, articulando atividades de produção, comércio e consumo”.
- Cartilha Economia Solidária – Outra economia acontece: págs. 24 a 30.

» DICA

Apresente aos participantes as regras básicas para um diálogo produtivo:


- Escutar tentando compreender o que o outro está dizendo, em vez de ficar preparando a própria resposta;
- Valorizar o silêncio;
- Não interromper;
- Respeitar o outro, mesmo discordando de suas idéias;
- Substituir o Sim, “mas”... por Sim, “e”...

Grupos Pares

CADEIAS QUE EMANCIPAM, NO CEARÁ E NO MARANHÃO

No Ceará, um caso exemplar de constituição de cadeia produtiva é a cadeia do algodão orgânico, formada por agricultores, no Ceará (Nordeste). Eles produzem o algodão e separam a pluma do caroço; a pluma é fiada numa fábrica recuperada e tecida em outra fábrica também recuperada, ambas situadas em São Paulo (Sudeste); o pano é então costurado por diversas cooperativas do Rio Grande do Sul e Santa Catarina (Sul). Estas últimas estão produzindo roupas com a griffe de “Justa Trama”, que recentemente lançou seus primeiros modelos num desfile de modas no Rio de Janeiro. Esta cadeia atravessa o Brasil de norte ao sul e permite uma melhora da qualidade da produção e do rendimento em todos seus elos.

No Maranhão, a Associação de Áreas de Assentamento do Estado do Maranhão, ASSEMA, uma organização liderada por trabalhadores rurais e quebradeiras de coco de babaçu. Ela

estimula a produção familiar, com melhoria da qualidade de vida no campo, investindo num sistema de produção agro-extrativista. A ASSEMA estimula a formação de cooperativas e grupos de geração de renda que se inter-relacionam, envolvendo produção e comercialização de produtos derivados do babaçu. É o caso da COOPAESP, que produz e comercializa anualmente cerca de 12 toneladas de Mesocarpo, ou farinha de babaçu, um complemento alimentar que substitui o chocolate. A COOPAESP tem um convênio para o fornecimento dessa farinha para a merenda escolar das escolas públicas da região. O Programa de Comercialização Solidária da ASSEMA atende diretamente 1.500 famílias e indiretamente 3.800 famílias em seis municípios do Maranhão. 

Grupos Ímpares

ARTICULAÇÃO E PARCERIA, VENCENDO A POBREZA


A luta contra a pobreza tem que ser travada numa escala territorial – local ou regional – suficientemente grande para gerar um processo de desenvolvimento com dinamismo tal que se sustente, sem depender o tempo todo de injeções externas de recursos públicos.

A Economia Solidária pode ser um instrumento importante para o desenvolvimento local, desde que haja articulação entre empreendimentos e parceiros, como o demonstra a iniciativa do Grupo de Economia Popular – GEP – de Vitória da Conquista, Bahia.

O GEP é hoje uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, mas começou como projeto apoiado pela Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista, através do Núcleo de Economia Popular, da Secretaria de Expansão Econômica, e pela Universidade do Estado da Bahia - UESB, por meio dos cursos de Economia, Administração, Agronomia e Comunicação. A parceria entre poder público,

universidade e organizações da comunidade vem contribuindo para melhorar a qualidade de vida na região, apesar do desemprego, da recessão e da falta de recursos do município.

O GEP promove atividades de formação, incentiva a geração de trabalho, renda e práticas solidárias de comércio, estimula compras coletivas e promove o intercâmbio entre o campo e a cidade. A organização apóia também iniciativas populares na área de produção de alimentos (biscoitos, tortas, salgados, iogurtes, etc); bordados - uma atividade tradicional do município; artesanato e agricultura orgânica; prestação de serviços; preservação ambiental, com participação dos alunos de ensino médio do CEFET - Centro de Ensino Técnico Federal.

Trocas de informações e experiências entre os diferentes setores e realização de feiras contribuem para intensificar o processo de cooperação e aprendizagem coletiva. 

Tema da Formação: finanças solidárias

O objetivo é:

Examinar a importância do crédito para os empreendimentos solidários e discutir outras manifestações das finanças solidárias.

A dinâmica pode ser...

Momento 1

- Levantar entre os participantes, aqueles que já recorreram a algum sistema de crédito e financiamento. Quais os principais entraves?
- Dividir os participantes em grupos e pedir que façam a leitura coletiva do seguinte trecho do artigo de Paul Singer e levarem propostas para incrementar o financiamento aos empreendimentos solidários.

(...)dificuldades (...) poderiam ser superadas facilmente se os empreendimentos tivessem acesso ao crédito, em condições adequadas de juros e prazo. Os preços cobrados tendem a ser altos por causa da

baixa produtividade do trabalho, possivelmente devida à falta de equipamentos, cuja aquisição exigiria crédito, inacessível a empreendimentos pobres. Da falta de crédito surge também a incapacidade de fornecer grandes quantidades de mercadores, assim como garantir a regularidade do suprimento.

Isso nos leva imediatamente ao outro grande desafio à Economia Solidária no Brasil: a ausência de crédito. O capital dos empreendimentos se originou em sua esmagadora maioria dos próprios sócios (com 61,4% das menções) e apenas em 12,3% dos empreendimentos de financiamento. Nos últimos 12 meses, dos empreendimentos necessitados de empréstimos – 70% do total – somente um quarto os conseguiu. Os outros três quartos tiveram de se arranjar para operar com capital de giro e de investimento insuficientes.

É interessante observar quais foram as fontes de financiamento a que recorreram os 2.618 empreendimentos que o obtiveram nos últimos 12 meses. 54,4% deles recorreram a bancos públicos e apenas 18,1% a fontes da própria Economia Solidária: entidades privadas e públicas de microcrédito e cooperativas de crédito. Apenas 5,4% dos empreendi-

mentos obtiveram crédito de bancos privados e os restantes 20% recorreram a outras fontes.

É antiga e notória a exclusão dos pobres do acesso aos serviços do sistema financeiro brasileiro, o que abrange agricultores familiares e toda sorte de micro e pequenos empresários urbanos e rurais. O governo de Lula tem se esforçado para estender o acesso ao crédito aos pobres. Duas destas políticas merecem menção: a criação de contas simplificadas de até mil reais, que não exige qualquer comprovação de renda e dá acesso indiscriminado a um microcrédito, que poderá ser aumentado ao longo do tempo. Estas contas foram abertas sobretudo em bancos públicos e já atingiram mais de 5 milhões nos últimos dois anos. A outra política é a expansão do Programa de apoio á agricultura familiar – PRONAF – que destina aos agricultores mais pobres microcrédito com taxas de juros subsidiados e, no limiar mais baixo de renda, o perdão de parte da dívida. O PRONAF já existe desde 1996, mas foi mais que triplicado pelo atual governo. Também este programa é operado por bancos públicos. Foram provavelmente estas políticas que possibilitaram

o atendimento de mais da metade dos empreendimentos solidários que conseguiram crédito durante 2005.

- Convide os representantes de cada grupo a apresentarem suas propostas.

Momento 2

- Apresente o trecho do vídeo “Outra Economia Acontece”, referente ao “Clube de trocas” e os Programetes: 5 – “As finanças e o crédito solidários, fundamentais para sustentar uma outra economia”; e 14 – “As trocas solidárias e a moeda social, criando um sistema que permite a troca de produtos e serviços e fortalece as relações solidárias”.
- Convide os participantes a, em grupos, levantarem os passos necessários para se criar um clube de trocas na comunidade.
- Depois que todos tiverem apresentado suas propostas, em plenária, pode ser construída uma proposta coletiva de criação de um clube de trocas, com prazos e responsáveis por sua implementação.

Materiais da campanha

- Vídeo: “Outra Economia Acontece”, experiência do Clube de Trocas, SP.
- Programetes de TV: nº 5 – “As finanças e o crédito solidários”; e nº 14 – “Trocas Solidárias e Moeda Social”.
- Cartilha Economia Solidária – Outra economia acontece: págs. 8 e 9 – “Palmas: quando a comunidade cria um banco”; pág. 18 – “Crédito Solidário Alavanca a produção” e “Em vez de comprar, trocar”.



Tema da Formação: a construção de uma política pública de Economia Solidária

O objetivo é:

Refletir sobre a conquista de uma política pública de Economia Solidária e sobre a importância, nesse contexto, da constituição de espaços de mobilização e articulação (fóruns e redes) e de esferas públicas de participação e controle social, como as conferências e os conselhos de Economia Solidária.

A dinâmica pode ser...

Debates em grupos e plenária, com sistematização das idéias principais.

Momento 1: Política Pública de Economia Solidária

- Peça aos grupos que listem exemplos de iniciativas de apoio e fomento à Economia Solidária que são conhecidas na região. Monte um painel identificando quais dessas iniciativas são reali-

zadas por organizações da sociedade civil, quais são realizadas por iniciativa de órgãos governamentais e quais delas são fruto de parcerias entre governo e sociedade civil.

- Com base nesse levantamento, faça os questionamentos para reflexão coletiva: o que é uma Política Pública de Economia Solidária? Qual a diferença entre uma política governamental e uma política pública?
- Em seguida, peça aos presentes que comparem suas idéias com as dos participantes da I Conferência Nacional de Economia Solidária, realizada em junho de 2006:

Os acúmulos na construção de uma política pública de Economia Solidária

- *A Economia Solidária avançou, recentemente, na sua articulação política, econômica, social e humana, e vem constituindo uma nova mentalidade, avançando em sua organização com a constituição de Fóruns (municipais, regionais, estaduais), em especial o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, Redes de Produção e Comercialização, Redes de Trocas Solidárias, Rede de Gestores de*

Políticas Públicas de Economia Solidária e Frentes Parlamentares de Economia Solidária. Vem avançando também através da criação de Conselhos Estaduais e do Conselho Nacional de Economia Solidária (Anais da I CONAES, 31).

- *Igualmente são elementos que dão visibilidade e confirmam o avanço da Economia Solidária a criação de uma Secretaria Nacional de Economia Solidária, no Ministério do Trabalho e Emprego (SENAES/MTE), em 2003, e o conjunto de iniciativas governamentais que desenvolveram políticas de apoio e fomento à Economia Solidária (...)* (Anais da I CONAES, 34).

Necessidade de uma política pública de Economia Solidária

- *Um dos principais desafios que a Economia Solidária enfrenta no Brasil é tornar as políticas atuais, que lhe dão apoio, em políticas perenes, de Estado (Executivo, Legislativo e Judiciário), respeitando o Pacto Federativo, com definição e publicização dos recursos orçamentários e seus critérios de partilha, com a criação de um Fundo de Desenvolvimento da Economia Solidária – FDES, entre outras opções,*

deixando de depender da vontade dos diversos governos que se sucedem. Para tanto, é necessário que a Economia Solidária ganhe relevância no cenário político nacional, isto é, que a sociedade inteira ou pelo menos a maior parte dela, considere impensável deixar de apoiar os setores que praticam a Economia Solidária, construindo uma outra economia (Anais da I CONAES, 42).

Concepção de política pública de Economia Solidária

- *O estabelecimento de políticas públicas de fomento à Economia Solidária torna-se parte da construção de um Estado Republicano e Democrático, pois reconhece a existência destes sujeitos sociais (historicamente organizados, porém excluídos); de novos direitos de cidadania e de novas formas de produção, reprodução e distribuição social; além de propiciar o acesso aos bens e recursos públicos para seu desenvolvimento, tal qual permite a outros segmentos sociais (Anais da I CONAES, 49).*
- *“A política de Economia Solidária deve ser uma política de desenvolvimento sustentável, com participação democrática comunitária e popular; portan-*

to, não relegada às políticas de corte assistencial ou compensatório, e sim, integrada a estas, como alavanca emancipatória, também, para os atuais beneficiários daquela política (Anais da I CONAES, 49).

Articulação das políticas públicas para fortalecimento da Economia Solidária

- *Para viabilizar as prioridades acima descritas é necessário garantir a articulação e integração com outras políticas setoriais, tais como: políticas públicas de trabalho e emprego; de transferência de renda; de reforma agrária (inclusive com a regularização fundiária de territórios quilombolas e indígenas, dos fundos de pasto e faxinas); de agricultura familiar rural e urbana; de saúde; de educação; de comunicação; de cultura; de igualdade racial; de reconhecimento e garantia de direitos dos povos indígenas; de meio ambiente; de pesca e aquicultura; de reforma urbana e habitação; de mineração; ciência e tecnologia; e tributária, entre outras (Anais da I CONAES, 99).*
- *Neste sentido, a Economia Solidária constitui-se, no Estado brasileiro, como uma política que demanda ações transversais. Para isso, deve ex-*

pandir- se e interagir com diferentes órgãos do Governo Federal, Estadual e Municipal, articulando os programas e ações em uma estratégia de desenvolvimento endógeno, autogestionário e solidário (Anais da I CONAES, 101).

A garantia da participação social nas políticas públicas de Economia Solidária

- *Tendo por princípio a construção do Estado Republicano e Democrático, a participação e o controle social são elementos constitutivos fundamentais das políticas públicas. Assim sendo, os sujeitos sociais e políticos devem estar presentes na formulação, desenvolvimento, acompanhamento, fiscalização e avaliação das políticas, visando seu aperfeiçoamento constante e sua legitimação social (Anais da I CONAES, 104).*
- *O objetivo da participação e do controle social é a construção de esferas públicas de poder, onde os diferentes atores sociais possam negociar, de forma transparente e em igualdade de condições, os seus interesses, pensados na relação com a coletividade, constituindo-se em um processo pedagógico do exercício democrático (Anais da I CONAES, 108).*

Após a leitura e debate desses trechos dos Anais da Primeira Conferência Nacional de Economia Solidária, procure relacionar com o que o grupo já havia refletido e ajude a construir uma síntese sobre os aspectos mais relevantes da compreensão sobre os avanços e desafios para conquista de uma política pública de Economia Solidária.

Momento 2: Espaços de Mobilização e Articulação e Esferas Públicas de Participação e Controle Social na Economia Solidária

- Peça aos participantes que levantem as iniciativas que conhecem e/ou dos quais participam, de articulação e de mobilização social dos principais atores da Economia Solidária. Qual a importância desses espaços de organização para conquista de políticas públicas de Economia Solidária?
- Continuando, peça aos participantes que levantem as iniciativas que conhecem de esferas públicas de participação social na formulação, execução, avaliação e controle social de políticas públicas. Quais delas estão voltadas para o apoio e fortalecimento da Economia Solidária?

- Em seguida, ofereça aos grupos cópias do texto abaixo, para que possam complementar o seu levantamento, se necessário.

Espaços de mobilização e articulação e esferas públicas de participação e controle social:

Fóruns de Economia Solidária – São instâncias de articulação, debates, elaboração de estratégias e mobilização do movimento de Economia Solidária no Brasil. Garante a articulação entre três segmentos do movimento: empreendimentos econômicos solidários, entidades de assessoria e fomento, e gestores públicos. Além do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), existem os fóruns estaduais, regionais e municipais. A Carta de Princípios e a Plataforma de Luta do FBES congregam diversas outras redes, ligas e uniões de Economia Solidária que já existiam no Brasil ou que foram criadas recentemente.

Atenção: Deve-se considerar que existem movimentos sociais e outros espaços de articulação da sociedade que valorizam a Economia Solidária como estratégia de desenvolvimento sustentável e solidário.

Conferências Públicas de Economia Solidária – As conferências públicas de Economia Solidária (nacional, estaduais, territoriais e municipais) representam um importante espaço de formação e difusão, além de contribuir para a definição de diretrizes que nortearão as políticas públicas dessa área.

Atenção: outras conferências públicas também tratam de temas e questões de interesse da Economia Solidária, tais como: a conferência de Segurança Alimentar e Nutricional, de Desenvolvimento Rural Sustentável, de Meio Ambiente, das Cidades, das Mulheres, etc.

Conselhos de Economia Solidária – São instâncias de participação e controle social com representações de empreendimentos econômicos solidários, de organizações governamentais e da sociedade civil (entidades de apoio e fomento e movimentos sociais). Essas esferas públicas são constituídas com a finalidade de garantir a participação social na formulação de políticas públicas de Economia Solidária em âmbito nacional, estadual ou municipal. Além disso, os Conselhos

acompanham a implementação de fundos públicos, a execução de programas, projetos e ações de Economia Solidária.

Atenção: outros conselhos (nacionais, estaduais, territoriais e municipais) tratam de temas e questões de interesse da Economia Solidária, tais como: desenvolvimento rural sustentável, segurança alimentar e nutricional, assistência social, de igualdade racial etc.

- Convide os grupos a debaterem as seguintes questões:
 - Como os diferentes atores sociais podem preparar-se para participar de Fóruns, Conselhos e Conferências, negociando de forma transparente e em igualdade de condições, os seus interesses, pensados na relação com a coletividade?
 - Como evitar a sobreposição de iniciativas e a fragmentação de recursos na implementação de uma Política Pública de Economia Solidária, buscando ações integradas e complementares?
- Ouça os grupos, estimulando o debate em plenária.
- No encerramento, faça uma síntese do debate e veja os encaminhamentos para o fortalecimen-

to local, estadual e nacional do processo de organização da Economia Solidária e para conquista de políticas públicas favoráveis ao seu desenvolvimento.

Materiais da Campanha:

- Carta de Princípios da Economia Solidária e Plataforma da Economia Solidária, disponíveis nos Textos Complementares do CD-1 ou em www.fbes.org.br
- Economia Solidária como Estratégia e Política de Desenvolvimento - Documento final da 1ª Conferência Nacional de Economia Solidária – Brasília, 26 a 29 de junho de 2006 – documento disponível no site www.mte.gov.br

» DICA

Convide representantes de fóruns e redes de Economia Solidária para contribuir no debate. O mesmo pode ser feito convidando gestores de políticas públicas de Economia Solidária.



O que é, por que e como sistematizar

Milhares de brasileiros/as estão inventando um jeito diferente de produzir, vender, consumir, oferecer e receber crédito: cooperando como iguais, repartindo, cuidando do ambiente. Mais pessoas precisam aprender como fazer essa nova Economia Solidária, que já está acontecendo. Para isso, é essencial que todos os envolvidos no processo sistematizem suas experiências. Sistematizar é registrar o que se faz (escrevendo, fotografando, gravando, filmando), organizar e classificar esses registros, possibilitando a reflexão sobre a experiência e a disseminação das lições aprendidas.

Algumas dicas podem ajudar:

- Discuta com os participantes o objetivo da sistematização: compartilhar o conhecimento produzido no grupo.
- Convide-os a registrar, organizar e classificar reflexões e propostas de forma permanente e contínua. Sistematização é algo que ocorre durante todo o processo e não apenas ao final dele.
- Desenvolva com o grupo categorias de análise, que permitam, durante e ao final do processo, identificar contradições, avanços, impactos das ações realizadas, bem como indicar novas possibilidades.
- Promova ao final do processo, a consolidação de todos os materiais produzidos durante o mesmo (textos, imagens) em um documento, que poderá conter elementos como: informações sobre o diagnóstico da situação, planejamento, metodologia, procedimentos, monitoramento e avaliação das ações, destacando os atores sociais envolvidos, suas histórias de vida e suas falas.

Por meio de processos contínuos de sistematização, teremos condições não só de preservar a memória histórica das experiências dos trabalhadores, como também de produzir materiais didáticos, inspirando outras metodologias populares e novas práticas econômicas solidárias.

Anexo 1

Onde encontrar informações complementares

Para conhecer melhor a Economia Solidária, visite a página do Fórum Brasileiro de Economia Solidária: www.fbes.org.br. Nesse endereço você irá encontrar, entre outras coisas:

- Notícias da Economia Solidária no Brasil;
- Textos e documentos sobre Economia Solidária;
- Programação de atividades do Fórum Brasileiro e dos Fóruns Estaduais de Economia Solidária;
- Contatos dos Fóruns Estaduais de Economia Solidária;
- Todo o material produzido para a Campanha “Outra Economia Acontece”;
- Links relacionados à Economia Solidária (para pesquisa, contatos nacionais com agências, entidades de apoio e fomento à Economia Solidária, redes e articulações de empreendimentos econômicos solidários e contatos internacionais);

Para conhecer as ações do Governo Federal em apoio à Economia Solidária, recomendamos a pá-

gina da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), no Ministério do Trabalho e Emprego: www.mte.gov.br. Nessa página você conhecerá:

- As ações da SENAES;
- Textos e documentos com estudos e reflexões sobre a Economia Solidária;
- As resoluções da Conferência Nacional de Economia Solidária;
- As atividades e resoluções do Conselho Nacional de Economia Solidária.

Para conhecer a realidade dos Empreendimentos Econômicos Solidários, recomendamos a página do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES), no Ministério do Trabalho e Emprego: www.sies.mte.gov.br. Além de conhecer o SIES, nessa página você terá acesso:

- Atlas da Economia Solidária no Brasil;
- Relatórios do mapeamento da Economia Solidária: nacional, regionais, estaduais e municipais.

Anexo 2

A Economia Solidária no Brasil: um retrato em 2005

Paul Singer

Visão de conjunto

A Economia Solidária brasileira é formada por 14.954 empreendimentos, em que trabalham 1.251.882 pessoas, sendo 65% homens e 35% mulheres. Destes empreendimentos, 44% estão no Nordeste, a região mais pobre do país; 17% se encontram no Sul e 14% no Sudeste, que constituem as regiões mais ricas; 13% estão no Norte e 12% no Centro-Oeste, que são as regiões menos povoadas, em que a fronteira de ocupação ainda se encontra em movimento.

A maior parte dos empreendimentos solidários dedica-se à agricultura e pecuária (64%). Os restantes dedicam-se à prestação de serviços (14%), produção de alimentos (13%), indústria têxtil, de confecções e calçados (12%), artesanato (9%), in-

dústria de transformação (6%), coleta e reciclagem de resíduos sólidos (4%) e finanças (2%). O predomínio da agricultura explica porque há muito mais homens do que mulheres na Economia Solidária: o Primário continua sendo um setor de trabalho eminentemente masculino.

A Economia Solidária apresenta grande diversidade econômica no Brasil, país marcado por acentuada desigualdade. O terço mais pobre dos empreendimentos solidários têm rendimento mensal médio de apenas R\$ 445, 10 – uma vez e meia o salário mínimo. Como se trata de empreendimentos coletivos, é certo que o ganho médio dos que neles labutam é muito abaixo do mínimo legal (que de fato vigora apenas na parte mais desenvolvida do país). Vêm em seguida as empresas que faturam de R\$ 1.000 a 10.000 por mês, com rendi-

A análise do Prof. Paul Singer utiliza informações da base de dados de 2005 do Sistema de Informações em Economia Solidária (SIES). O processo de mapeamento da Economia Solidária no Brasil teve continuidade e, até agosto de 2007, já havia identificado 21.857 Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) em todo o país.

mento médio de R\$ 3.744,66 e que constituem 44% do total de empresas. Também estas devem ser consideradas pobres.

As empresas que faturam de R\$ 10.000 a 100.000 têm rendimento médio de R\$ 30.301 e são 18,6% do total; são a “classe média” das empresas solidárias. Finalmente, há os empreendimentos que são ou muito grandes ou de rendimento por trabalhador mais elevado. Estão neste caso 449 que têm faturamento mensal de R\$ 100.000 a 1.000.000 com rendimento médio mensal de R\$ 279.114; e 61 que faturam mais de um milhão de reais por mês, obtendo em média R\$ 5.723.019 por mês. Elas constituem respectivamente 3,6% e 0,5% do total de empresas e constituem a elite econômica do conjunto.

A receita mensal de todas as empresas solidárias é de R\$ 567,7 milhões, o que dá um rendimento médio mensal de R\$ 37.959, um pouco acima do grupo de 10 a 100 mil reais.

Mapeamento da Economia Solidária

Quando, em junho de 2003, foi criada a Secretaria Nacional de Economia Solidária no Ministério do Trabalho e Emprego – MTE/SENAES – um dos seus objetivos primordiais era promover a construção dum banco de dados abrangente da Economia Solidária no Brasil. Com a constituição do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária – SIES, após dois anos e meio de trabalho, este objetivo começou a ser atingido.

Para desenvolver o projeto do SIES, foi formado um grupo de trabalho – GT – composto por estudiosos e pesquisadores da Senaes e de entidades do Fórum Brasileiro de Economia Solidária: Agência de Desenvolvimento Solidário da CUT, Fundação Unitrabalho, Rede de Incubadoras Universitárias de Cooperativas Populares, Fórum Mineiro de Economia Solidária, Fase e Ibase; tomaram parte no GT também pesquisadores do IPEA, da Ucsal e da Secretaria de Desenvolvimento Territorial do Mi-



nistério de Desenvolvimento Agrário – DST/MDA. Este GT se reuniu diversas vezes para desenhar a estratégia do levantamento e definir de modo mais ou menos preciso o que se entende por ‘economia solidária’ e ‘empreendimento solidário’.

Havia um entendimento comum de que a essência do empreendimento solidário seria a auto-gestão, compreendida com a posse coletiva dos meios de produção e sua administração democrática, com a participação por igual de todos os que trabalham no empreendimento, cada pessoa tendo um voto na tomada de decisões. Definiram-se em consequência as seguintes características dos empreendimentos de Economia Solidária – EES:

a) São organizações coletivas (...) suprafamiliares, cujos sócios são trabalhadores... Os que trabalham no empreendimento são, na sua quase totalidade, proprietários/as ou coproprietários/as, exercendo a gestão coletiva das atividades e da alocação dos resultados.

b) São organizações permanentes (não são práticas eventuais). Além dos empreendimentos que já se encontram implantados, em operação, deve-se incluir empreendimentos em processo de implantação, quando o grupo de participantes já estiver constituído e definida sua atividade econômica.

c) São organizações que podem dispor ou não de registro local, prevalecendo a existência real ou a vida regular da organização.

d) São organizações que realizam atividades econômicas de produção de bens, de prestação de serviços, de fundos de crédito (incluindo as cooperativas de crédito e os fundos rotativos populares administrados pelos próprios sócios/as trabalhadores/as), de comercialização (compra, venda e troca de insumos, produtos e serviços) e de consumo solidário. As atividades econômicas devem ser permanentes ou principais, ou seja, a ‘razão de ser’ da organização.

e) São organizações econômicas singulares ou complexas. Ou seja, deverão ser consideradas as organizações de diferentes graus ou níveis, desde que cumpridas as características acima identificadas. As organizações econômicas comple-

xas são centrais de associação ou de cooperativas, complexos cooperativos, redes de empreendimentos e similares.” (Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES) TERMO DE REFERÊNCIA VI – Metodologia de Implementação do SIES p. 7)

O levantamento do SIES teve por foco central os empreendimentos de Economia Solidária, mas abrangeu também as entidades de apoio, assessoria e fomento à Economia Solidária. Nesta primeira abordagem do Sistema, nos limitaremos às informações referentes aos empreendimentos. O levantamento foi feito em duas fases. Na primeira foram constituídos os Comitês Gestores Estaduais – EGE – um em cada estado da federação, no total de 27. A composição dos EGEs foi semelhante ao Comitê nacional, com participação de representantes de órgãos governamentais, das universidades e de entidades dos Fóruns Estaduais de Economia Solidária, que foram sendo constituídos ao longo de 2003 e 2004.

Ainda na primeira fase, foi elaborada uma listagem dos empreendimentos solidários em cada unidade da federação, a partir dos cadastros nacionais de empresas do Ministério do Trabalho, de

informações das entidades que dão apoio e assessoria a empreendimentos solidários e de informações colhidas pelos Comitês em cada estado.

Era provável que, além dos empreendimentos assim listados, deveria haver um número desconhecido, mas possivelmente significativo de empreendimentos solidários que não haviam sido contatados e cujos integrantes não tinham idéia de que faziam parte da Economia Solidária. Foi feita, por isso, uma campanha de divulgação da Economia Solidária sobretudo nas regiões e meios em que se supunha que tais empreendimentos poderiam existir. Um dos procedimentos adotado na primeira fase foi a “divulgação e disponibilização de formulários via internet para autodeclaração de empreendimentos de Economia Solidária...” (Ibidem, p.9)

Na segunda fase, os empreendimentos listados foram visitados, aplicando-se em cada um extenso questionário. As respostas obtidas permitiram confirmar ou não se o empreendimento listado poderia ser considerado ou não solidário. A digitação dos dados ficou sob a responsabilidade de cada Comitê estadual. Em cada estado, uma entidade ligada, em

geral ao Fórum Estadual de Economia Solidária ficou responsável pelo levantamento.

Cumprir considerar que a execução da segunda fase teve de ser completada até o final de 2005, o que pode ter acarretado alguma perda de empreendimentos. Esta perda provavelmente será recuperada nos próximos meses, na medida que o SIES ficar mais conhecido. Uma de suas finalidades é facilitar a formação de redes de EESs e fomentar a interação comercial entre os empreendimentos. O SIES é um banco de dados, que será atualizado permanentemente pelos usuários.

Características dos EESs

Apenas 54% dos empreendimentos solidários estão cadastrados na Receita Federal como Pessoa Jurídica, condição para que possam exercer legalmente atividades de mercado. Os restantes quase 7 mil EESs são informais: não pagam qualquer imposto, mas em compensação não podem fornecer bens ou serviços ao governo da União, dos estados e municípios. Também estão excluídos dos circuitos de negócios em que atuam os empreendimentos legalizados, solidários e não solidários,

e que precisam de nota fiscal de cada compra que fazem. A economia informal é tolerada, no Brasil como em outros países, porque os pobres não ganham o bastante para que possam cumprir suas obrigações com o fisco. Se fossem reprimidos totalmente, seriam forçados a recorrer à violência criminosa para poder sobreviver.

Excetuando-se atividades claramente delituosas, o mundo da economia informal é homogeneamente pobre e em grande parte fechado sobre si. São pobres transacionando com pobres, ocupando terrenos irregulares na fimbria das cidades e desenvolvendo ampla gama de atividades de subsistência, ou seja, voltadas à reprodução da vida em condições de carência de meios de consumo e de precariedade dos relacionamentos de trabalho, mediante os quais os atores desta economia conseguem ganhar a vida. E é neste mundo, que a solidariedade se torna uma conduta essencial à sobrevivência dos mais fracos e dos menos favorecidos pela sorte.

Do conjunto de quase 15 mil empreendimentos solidários, a maior parte - 54% - é formada por associações. Vêm em seguida os grupos in-

formais' com 32,4%, as cooperativas com 10,7%, as sociedades mercantis com 1,2% e outros com 1,3%. Como os empreendimentos sem CNPJ são 46% pode-se deduzir que, além dos grupos informais, há 13,6% dos empreendimentos, provavelmente 'associações', que também vivem na informalidade.

Para avaliar o nível dos rendimentos dos trabalhadores da Economia Solidária, convém notar inicialmente que há sócios trabalhando em 77,7% dos empreendimentos. Nos 22,3% restantes não há. Estes devem ser constituídos por trabalhadores por conta própria individual ou familiar, que se associam no empreendimento para comprar e/ou vender em conjunto. Como estão ocupados em produzir em seus sítios, oficinas etc. eles não podem cuidar pessoalmente das atividades comerciais coletivas, que acabam sendo executadas por contratados. O mesmo deve valer para as cooperativas de crédito e fundos rotativos.

Como, na Economia Solidária brasileira, 64% dos empreendimentos são agrícolas e pecuários, deve-se admitir (até que os cruzamentos esclareçam este ponto) que a maioria dos 1,22 milhão de sócios



deve ser de pequenos produtores independentes, associados a empreendimentos de compra e venda ou de poupança e empréstimos. O fato é que apenas 336 mil (27,5% dos sócios) ganham a vida trabalhando nos empreendimentos. Os outros 888 mil devem ser pequenos agricultores ou artesãos, recicladores de resíduos e semelhantes.

Os ganhos mensais dos 336 mil sócios, que trabalham em metade dos empreendimentos, se repartem nas seguintes classes: a) até R\$ 100 estão em 30% destes empreendimentos, com média de R\$ 60; b) de R\$ 100 a 300 estão em 42% destes empreendimentos, com média de R\$ 221; c) de R\$ 300 a 500, estão em 14% destes empreendimentos, com média de R\$ 412; d) de R\$ 500 a 1.000, estão em 10% destes empreendimentos, com média de R\$ 732; e) mais de R\$ 1.000 estão

em 4% destes empreendimentos, com média de R\$ 2.709. É evidente que os sócios nos grupos a) e b) são muito pobres e reúnem quase três quartos dos empreendimentos; os sócios nos grupos c) e d) podem ser considerados remediados e apenas os sócios no grupo e) podem ser enquadrados na “classe média”. Os sócios afluentes são os que trabalham em apenas 4% da metade dos empreendimentos.

Os empreendimentos solidários são de duas espécies: a) associações de pequenos produtores, que fazem suas compras e/ou vendas coletivamente; b) associações produtivas em que os sócios trabalham em conjunto e é com este trabalho que ganham a vida. Os sócios deste grupo de empreendimentos (que são apenas 27,5% do total de associados) devem ser muito pobres em sua maioria. Mas, mesmo esta conclusão só será segura quando o número de trabalhadores em

cada classe, de a) a e), esti-

ver determinado. É razoável supor que os empreendimentos em que os sócios ganham pouco ou pouquíssimo sejam menores do que os outros, em que a renda dos sócios é mais alta.

Seria importante conhecer o nível de renda dos sócios das entidades que associam produtores autônomos, mas o mapeamento não colheu informações a este respeito, porque elas não estão na cooperativa ou associação que presta serviços a eles. A entidade sabe apenas o montante de transações que os sócios realizam com ela, mas este valor seria no máximo um indicador dos seus rendimentos. Além disso, na agricultura e pecuária os ganhos não são em geral mensais, mas dependem da sazonalidade das vendas da produção.

Resultados interessantes do mapeamento são as características da inserção de mulheres e homens na Economia Solidária. Há 1.567 entidades constituídas exclusivamente por mulheres, com 23 sócias cada uma em média; 2.329 entidades cujos sócios são todos homens, com 54 sócios cada uma em média; e 10.886 entidades formadas por mulheres e homens, com 100 sócios cada uma em



média. Como se vê, as entidades femininas são as menores e as mistas as maiores.

Se examinarmos a composição do quadro social dos empreendimentos por gênero e número de sócios, fica claro que quanto menor o empreendimento tanto maior a proporção de mulheres; e obviamente o contrário se dá com a participação dos homens. Nos empreendimentos menores, com até 10 sócios, 62,6% são mulheres; nos que têm de 11 a 20 sócios, a metade (49,8%) é de mulheres; nos com 21 a 50 sócios, elas não passam de 40,1% deles; e nos maiores, com mais de 50 sócios, as mulheres não são mais do que um terço (34%) dos sócios.

Nas pequenas associações, grupos informais e cooperativos, que prestam serviços de limpeza ou conservação ou vendem alimentos preparados, plantas medicinais, roupas, brinquedos etc., é visível o predomínio feminino. Por outro lado, nas cooperativas e associações de pequenos agricultores, extrativistas, pescadores, coletores de material reciclável etc. predominam os homens, que freqüentemente 'representam' famílias compostas obviamente pelos dois gêneros. Deste

modo, a participação da mulher na Economia Solidária, em seu segmento de microprodutores associados, está muito provavelmente subrepresentada. Boa parte dela está oculta no empreendimento familiar.

Desafios à Economia Solidária

Entre as dificuldades enfrentadas pelos empreendimentos solidários, as mencionadas mais freqüentemente são: comercialização com 61%, crédito com 49% e assessoria, capacitação, assistência técnica e gerencial com 26% das menções. Como a soma das porcentagens ultrapassa 100%, está claro que as respostas são múltiplas. O contato direto com os empreendimentos solidários atesta que a maioria deles sofre tanto pela incapacidade de escoar a produção como pela falta de acesso a crédito.

As dificuldades de comercialização tomam, em geral duas formas: a primeira tem por causa insuficiências internas do empreendimento, tais como: incapacidade de encontrar bastantes clientes, falta de vontade ou de conhecimento para cuidar das vendas e para evitar calotes; a segunda decorre,

em geral da insuficiência de capital: por isso os preços cobrados são demasiadamente altos, os empreendimentos não conseguem vender a prazo por falta de capital de giro e nem atender a exigências dos compradores tais como grande quantidade de mercadorias e regularidade no fornecimento. A primeira forma de dificuldades de comercialização foi mencionada por 24,3% dos empreendimentos e a segunda por 37,3%.

A primeira forma tem em suas raízes não só a inexperiência dos trabalhadores, mas a especialização dominante no capitalismo, que destina funções como vendas e compras aos que têm mais escolaridade e melhor 'aparência' e exclui delas os que provêm de camadas de baixa renda e pouca escolaridade. Aos últimos são reservadas tarefas simples de produção 'manual' e a execução de trabalhos que exigem pouca responsabilidade. Este preconceito de classe é muitas vezes internalizado pelos pobres, sobretudo quando se trata de romper o círculo de ferro que os prende nos limites da informalidade.

Como os mercados internos às comunidades marginalizadas estão quase sempre saturados, seja

pelo pequeno poder de compra dos consumidores seja pelo excesso de oferta provocado pelo desemprego na economia formal, a única alternativa que resta aos empreendimentos solidários nesta situação é procurar novos clientes na classe média. É no decorrer deste tipo de tentativas que se manifestam as dificuldades da primeira forma. Poucos são os pobres que se atrevem a enfrentar clientes de classe mais alta, que os intimidam. O não saber como evitar calotes revela isso: é penoso para o trabalhador negar o pagamento a prazo ou exigir garantias, referências etc. de uma pessoa de classe social 'superior'.

Já as dificuldades da segunda classe poderiam ser superadas facilmente se os empreendimentos tivessem acesso ao crédito, em condições adequadas de juros e prazo. Os preços cobrados tendem a ser altos por causa da baixa produtividade do trabalho, possivelmente devida à falta de equipamentos, cuja aquisição exigiria crédito, inacessível a empreendimentos pobres. Da falta de crédito surge também a incapacidade de fornecer grandes quantidades de mercadores, assim como garantir a regularidade do suprimento.

Isso nos leva imediatamente ao outro grande desafio à Economia Solidária no Brasil: a ausência de crédito. O capital dos empreendimentos se originou em sua esmagadora maioria dos próprios sócios (com 61,4% das menções) e apenas em 12,3% dos empreendimentos de financiamento. Nos últimos 12 meses, dos empreendimentos necessitados de empréstimos – 70% do total – somente um quarto os conseguiu. Os outros três quartos tiveram de se arranjar para operar com capital de giro e de investimento insuficientes.

É interessante observar quais foram as fontes de financiamento a que recorreram os 2.618 empreendimentos que o obtiveram nos últimos 12 meses. 54,4% deles recorreram a bancos públicos e apenas 18,1% a fontes da própria Economia Solidária: entidades privadas e públicas de microcrédito e cooperativas de crédito. Apenas 5,4% dos empreendimentos obtiveram crédito de bancos privados e os restantes 20% recorreram a outras fontes.

É antiga e notória a exclusão dos pobres do acesso aos serviços do sistema financeiro brasileiro, o que abrange agricultores familiares e toda sorte de

micro e pequenos empresários urbanos e rurais. O governo de Lula tem se esforçado para estender o acesso ao crédito aos pobres. Duas destas políticas merecem menção: a criação de contas simplificadas de até mil reais, que não exige qualquer comprovação de renda e dá acesso indiscriminado a um microcrédito, que poderá ser aumentado ao longo do tempo. Estas contas foram abertas sobretudo em bancos públicos e já atingiram mais de 5 milhões nos últimos dois anos. A outra política é a expansão do Programa de apoio à agricultura familiar – PRONAF – que destina aos agricultores mais pobres microcrédito com taxas de juros subsidiados e, no limiar mais baixo de renda, o perdão de parte da dívida. O PRONAF já existe desde 1996, mas foi mais que triplicado pelo atual governo. Também este programa é operado por bancos públicos. Foram provavelmente estas políticas que possibilitaram o atendimento de mais da metade



dos empreendimentos solidários que conseguiram crédito durante 2005.

Finalmente no que se refere ao terceiro desafio, a necessidade de assessoria, capacitação e assistência, a maioria dos empreendimentos conseguiu algum apoio. 34,6% foram apoiados por órgãos governamentais e 36,9% por entidades da Economia Solidária: ONGs e OSCIPs (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), agências de fomento do movimento sindical, incubadoras universitárias de cooperativas populares e cooperativas de técnicos. Finalmente 17,6% dos empreendimentos foram apoiados por entidades do Sistema S, uma constelação de serviços de assistência e capacitação criada por lei, mas sustentada e administrada pelo empresariado dos diferentes setores da economia.

Conclusões

Este retrato da Economia Solidária no Brasil em 2005 está longe de ser completo. Ele serve, espero, para dar uma idéia geral deste modo de produção, alguns de seus problemas e também de suas potencialidades. A este respeito, cabe mencionar outros resultados do mapeamento: 59,5% dos empreen-

dimentos solidários participam de movimentos sociais e populares, entre os quais movimentos comunitários (30,3%), sindicais (27,4%), de luta pela terra (23%), ambientalista (13,6%) etc. e 58,3% deles de alguma ação social, nas áreas de educação, trabalho, saúde, meio ambiente e moradia.

Quanto aos desafios, é indubitável que eles decorrem da pobreza da maior parte da Economia Solidária no Brasil de hoje. Embora medidas específicas sejam importantes, como foi visto acima, a solução dos problemas implica na redução da pobreza no país, tanto pela redução do número de pobres como pela redução da distância inacreditavelmente grande entre a “classe média” e os destituídos. A Economia Solidária é neste momento uma forma – talvez a mais eficaz – que a sociedade civil inventou para se engajar nesta magna tarefa. A Economia Solidária reúne parte dos pobres e os ensina a se ajudarem mutuamente, de numerosas maneiras. E só a ajuda mútua oferece aos pobres a oportunidade de sair da pobreza pelo seu próprio esforço econômico, social e político. É nisto que resumo o papel histórico da Economia Solidária no Brasil do século XXI.