

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
Programa de Pós-Graduação em Economia

Gabriela Uieda

**Produção e comercialização de produtos em um modelo de Economia
Solidária – dois estudos de caso em Porto Alegre, RS**

Porto Alegre

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
Programa de Pós-Graduação em Economia

Gabriela Uieda

Produção e comercialização de produtos em um modelo de Economia
Solidária – dois estudos de caso em Porto Alegre, RS

Dissertação apresentada ao curso de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Ciências Econômicas, ênfase em Economia do Desenvolvimento

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Ernesto Filippi

Porto Alegre

2007

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
Responsável: Biblioteca Gládis W. do Amaral, Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS

U33p

Uieda, Gabriela

Produção e comercialização de produtos em um modelo de economia solidária : dois estudos de caso em Porto Alegre, RS / Gabriela Uieda. – Porto Alegre, 2007.

158 f. : il.

Orientador: Prof. Eduardo Ernesto Filippi.

Ênfase em Economia do Desenvolvimento.

Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia, Porto Alegre, 2007.

1. Economia solidária : Produção : Comercialização. 2. Economia solidária : Formação de preços. 3. Economia solidária : Produtor : Consumidor. I. Filippi, Eduardo Ernesto. II. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Ciências Econômicas. Programa de Pós-Graduação em Economia. III. Título.

CDU 330.873
334.73

GABRIELA UIEDA

**PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS EM UM MODELO DE
ECONOMIA SOLIDÁRIA – DOIS ESTUDOS DE CASO EM PORTO ALEGRE, RS**

Dissertação apresentada ao curso de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Ciências Econômicas, ênfase em Economia do Desenvolvimento

Aprovada em: Porto Alegre, 16 de abril de 2007.

Prof. Dr. Luis Inácio Germano Gaiger

UISINOS

Prof. Dr. Eduardo Augusto de Lima Maldonado Filho

UFRGS

Prof. Dr. Carlos Schimdt

UFRGS

“... a Justiça continuou e continua a morrer todos os dias. Agora mesmo, neste instante em que vos falo, longe ou aqui ao lado, à porta da nossa casa, alguém a esta matando. [...] Não a que se envolve em túnicas de teatro e nos confunde com flores de vã retórica judicialista, não a que permitiu que lhe vendassem os olhos e viciassem os pesos da balança, não a da espada que sempre corta mais para um lado que para o outro, mas uma justiça pedestre, uma justiça companheira quotidiana dos homens, uma justiça para quem o justo seria o mais exato e rigoroso sinônimo do ético, uma justiça que chegasse a ser tão indispensável à felicidade do espírito como indispensável à vida é o alimento do corpo.”

José Saramago, 2002.

Resumo

O modelo, ou modelos, de organização da Economia Solidária nasceu, aproximadamente, ao mesmo tempo em que surgia o capitalismo industrial e foi reinventado na década de 1990, enquanto alternativa ideológica de afronta aos efeitos excludentes do capitalismo e/ou alternativa de política de emprego e renda à população mais pobre, desempregada ou subempregada, com a formação de iniciativas por parte da população excluída do mercado. Esta “reinvenção” ocorre majoritariamente sob orientação de organizações religiosas, sindicais, universitárias e ONG’s. Segundo a SENAES (Secretaria Nacional de Economia Solidária) (BRASIL, 2004b), considera-se Economia Solidária o conjunto de atividades econômicas com as seguintes características: cooperação, autogestão, viabilidade econômica e solidariedade. Em 2005, a secretaria identificou 14.954 empreendimentos econômicos solidários no Brasil, dos quais 85 em Porto Alegre. Para estudar a Economia Solidária, pela ótica econômica, não é suficiente a teoria econômica tradicional, pois é necessário: entender o surgimento e a sobrevivência de associações que encerram concomitantemente as lógicas econômica, política e social; considerar a relação entre ética e economia, com uma aproximação das duas, e entender esta relação tanto na busca de outros princípios de comportamento econômico quanto no entendimento dos juízos de valores feitos pelas pessoas ao adjetivarem um comércio de justo; entender o mercado como uma forma de alocação, dentre outras e que as outras formas de alocação permanecem, além de entender o mercado como uma formação social; entender como se formam os preços “justos” e porque um consumidor escolheria um produto de Economia Solidária, mesmo tendo que pagar um preço mais elevado. Foram realizados dois estudos de caso em Porto Alegre (RS, Brasil): nas feiras da Cooperativa Ecológica Coolméia e nas lojas da Etiqueta Popular. Por meio de entrevistas realizadas com produtores cooperados e com consumidores dos dois empreendimentos, buscou-se identificar se estes percebem os empreendimentos como mais do que uma alternativa de emprego, se os consumidores são conscientes de que compram uma relação de compromisso junto com os produtos e qual é o reflexo dos anteriores na formação dos preços. A análise qualitativa das entrevistas demonstra um grau de aderência com as teorias discutidas anteriormente, mas também demonstra que há ainda um longo caminho a ser percorrido, o que é percebido pelos produtores entrevistados. O fato da maioria dos produtores afirmarem que estavam em melhor situação sócio-econômica com sua participação nos empreendimentos e o fato de alguns consumidores parecerem conscientes com relação ao efeito de suas decisões de compra podem apontar a Economia Solidária como uma forma alternativa à economia capitalista. A dúvida que permanece diz respeito à dimensão desta Economia Solidária, ou seja, se ela conseguiria incluir toda a população excluída pela economia capitalista, sem deixar de gerar os benefícios encontrados até agora nestes empreendimentos e até mesmo os aumentando. Ademais, há dúvidas quanto à relação da Economia Solidária com a economia capitalista e com o governo.

Palavras-chave: Economia Solidária, Comércio Justo, Desemprego, Alternativa econômica, “Consumidor consciente”, Preços.

Abstract

The model, or models, of organization of the Solidarity Economy was born, approximately, at the same time as the industrial capitalism was being developed. It has, however, been reinvented in the 1990's as an ideological alternative of confrontation to the excluding effects of the capitalism and/or as an alternative of employment and income policies to the poorest, unemployed or underemployed population. This was made by means of initiatives of the population excluded from the market, under the orientation of religious organizations, labor unions, universities and NGO's. According to SENAES (National Office of Solidarity Economy) (BRASIL, 2004b), it is considered Solidarity Economy the ensemble of economic activities with the following characteristics: cooperation, self-management, economic feasibility and solidarity. In 2005, the Office identified 14.954 solidary enterprises in Brazil, among which 85 are located in Porto Alegre. To study the Solidarity Economy, from the economic point of view, the traditional economic theory is not suitable, because it is necessary to: understand the emergence and the survival of association that enclose, at the same time, the economic, social and political logics; consider the relationship between ethics and economics, and, also, understand both the search of other economic behavioral principles and the understanding of moral judgments made by people when qualifying a trade as fair; understand the market as one form of allocation among others, which also continue to exist, as well as understand that the market is a social construction; understand how the fair prices are formed and why a consumer would choose a product of Solidarity Economy, even if he has to pay a higher price for it. We have analyzed two cases of Porto Alegre, Brazil: the open markets of Cooperativa Ecológica Coolméia e the stores of Etiqueta Popular. The assessment was made by interviews with producers and consumers of both enterprises, as a means to identify if the producers view the undertaking as more than an employment alternative, if the consumers are conscious that they buy a commitment relationship along with the products, and what is the reflex of the answer of the two previous questions in their price formation. The qualitative analysis of the interviews has demonstrated a degree of adherence to the theories discussed before. Also, it has demonstrated that there is still a long way to go through, and that the producers have realized. The fact that the majority of the producers has affirmed that they were better off because of their participation and the fact that some consumers appeared to be conscious of the effect of their purchase decisions might indicate that the Solidarity Economy is an alternative to the capitalist economy. However, doubt still remains as to the size of this economy, that is, could it include all the population excluded by the capitalist economy, without overlooking the benefits generated until now, and even enlarging them? Besides, there are doubts as to the relationship of the Solidarity Economy with the capitalist economy and with the government.

Keywords: Solidarity Economy, Fair Trade, Unemployment, Economic alternative, "Conscious consumer", Prices.

Lista de Ilustrações

Figura 1: fotos da feira ecológica da Coolméia no bairro Bom Fim.....	93
Figura 2: fotos da feira ecológica da Coolméia no bairro Menino Deus	93
Figura 3: fotos da loja da Etiqueta Popular no bairro Bom Fim.....	95
Figura 4: fotos da loja da Etiqueta Popular no Centro.....	95
Quadro 1: Diferenças entre os três principais pensadores da Economia Solidária	39
Quadro 2: Comparação entre os dois empreendimentos estudados.....	96

Lista de Siglas e Sites

ACCMV – Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida	www.acaodacidadania.com.br
Anteag – Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão e Participação Acionária	www.anteag.org.br
Caja Laboral Popular	www.cajalaboral.es
Cáritas	www.caritasbrasileira.org
CAMP – Centro de Assessoria Multiprofissional	www.camp.org.br
CEASA/RS – Centrais de Abastecimento do Rio Grande do Sul	www.ceasa.rs.gov.br
COOTRAM - Cooperativa dos Trabalhadores Autônomos do Complexo de Manguinhos	
CRIDA – Centre de Recherche et d’Information sur la Democratie et l’Autonomie (Centro de Pesquisa e de Informação sobre a Democracia e a Autonomia)	www.crida-fr.org
CWA – Civil Works Administration (Administração de Trabalhos Cívicos)	
EFTA – European Fair Trade Association	www.european-fair-trade-association.org
FBES – Fórum Brasileiro de Economia Solidária	www.fbes.org.br
FERA – Federal Emergency Relief Administration (Administração Federal de Alívio Emergencial)	
Fiocruz – Fundação Oswaldo Cruz	www.fiocruz.br
FLO – Fair Trade Labelling Organisation	www.fairtrade.net
FSM – Fórum Social Mundial	www.forumsocialmundial.org.br
Fundação Unitrabalho	www.unitrabalho.org.br
GFU – Grande Fraternidade Universal	www.gfufundacionsrf.org
IFAT – International Fair Trade Association	www.ifat.org
ITCP/FURB – Içubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau	www.furb.br/2005/ips.php?secao=2752
Lagun-Aro	www.lagunaro.es www.lagunaromondragon.com
Mondragón Corporación Cooperativa	www.mcc.es
MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra	www.mst.org.br/mst
NEWS! – Network of European World Shop	www.worldshops.org
OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras	www.brasilcooperativo.com.br

RESVI – Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí	www.furb.br/2005/ips.php?secao=2752
SENAES – Secretaria Nacional de Economia Solidária	www.mte.gov.br
SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo	
SMIC – Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio	www2.portoalegre.rs.gov.br/smic
UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development	www.unctad.org
Unimed – União dos Médicos	www.unimed.com.br
Unisol – União e Solidariedade das Cooperativas do Estado de São Paulo	www.unisolbrasil.org.br
USP – Universidade de São Paulo	www.usp.br
UNGS – Universidad Nacional de General Sarmiento	www.ungs.edu.ar
WPA – Works Progress Administration (Administração de Progresso do Trabalho)	

Sumário

Resumo	6
Abstract	7
1. Introdução	12
Parte I - Entendendo a solidariedade de uma economia com estruturas sociais e éticas	16
2. A Economia Solidária.....	19
2.1 Através da História: Economia Solidária e cooperativismo.....	23
2.2 Os diversos termos para um mesmo conceito, ou vários conceitos?.....	26
2.2.1 Paul Singer.....	26
2.2.2 Jean-Louis Laville	32
2.2.3 José Luis Coraggio	35
2.3 As bases da reinvenção da Economia Solidária no Brasil	40
2.4 As experiências internacionais em Economia Solidária.....	43
2.4.1 Programas de amenização dos efeitos da Grande Depressão nos Estados Unidos	43
2.4.2 A Economia Solidária enquanto política de governo na Venezuela	45
2.4.3 Os clubes de troca na Argentina	46
2.4.4 A Mondragón Corporación Cooperativa	47
2.4.5 As organizações internacionais de Comércio Justo.....	48
3. O econômico e o social.....	50
3.1 A coexistência das lógicas econômica, política e social em uma associação	51
3.2 Ética e economia	60
3.3 O Mercado: uma forma de alocação dentre outras.....	66
3.4 Decisões de consumo e de preço	74
4. Conclusões parciais – Parte I.....	82
Parte II - Sobrevivência ou alternativa?.....	86
5. Método	88
5.1 Os casos estudados.....	89
5.1.1 As Feiras de Agricultores Agroecológicos.....	90
5.1.2 As lojas da Etiqueta Popular.....	93
5.2 As variáveis de análise.....	97
6. Produção e comercialização em um modelo de Economia Solidária.....	103
6.1 Os empreendimentos de Economia Solidária e o aumento do desemprego	104
6.2 A formação de “consumidores conscientes”	113
6.3 Os preços justos	121
6.4 Estrutura, perspectivas e potencial da Economia Solidária	129
6.4.1 As percepções sobre Economia Solidária e os empreendimentos estudados	129
6.4.2 Produtores solidários, “consumidores conscientes”, preços justos e a realidade observada.....	132
6.4.3 O potencial da Economia Solidária	135

7. Conclusões parciais – Parte II	137
8. Considerações finais	140
Referências	143
Apêndice A – Roteiro de entrevista aos cooperados	151
Apêndice B - Roteiro de entrevista aos consumidores	152

1. Introdução

Apesar da Economia Solidária ter nascido aproximadamente ao mesmo tempo em que surgia o capitalismo industrial, ela foi reinventada na década de 1990. Foi nesta época que surgiu a Economia Solidária enquanto conceito e enquanto resgate dos princípios de democracia, igualdade, autogestão e não-assalariamento. O foco é nos movimentos emancipatórios para a sociedade civil, que buscam o aprofundamento da democracia política e sua extensão à democracia econômica como uma forma de tornarem-se mais evidentes as distribuições de papéis entre a sociedade civil e o Estado, passando-se do cidadão protegido pelo Estado para o cidadão participante.

A reinvenção da Economia Solidária ocorreu menos como construção teórica e mais por iniciativas de desempregados e marginalizados, com o apoio de entidades ligadas a igrejas, sindicatos e universidades que difundem os princípios e conhecimentos básicos e dão treinamento e assistência. É necessário estudar a Economia Solidária enquanto locus de empreendimentos reais para saber se compõe uma alternativa ou simples substituto ao emprego na empresa capitalista, entendendo os motivos que a situariam no primeiro caso e não no segundo, isto é, se ela apresenta vantagens ou complementos ao modelo capitalista.

Atualmente, a Economia Solidária vêm sendo bastante utilizada através de programas de emprego, ou melhor, enquanto um dos modos alternativos de resolver o problema de alocação de trabalho e renda. Neste sentido, ela aparece como um modo complementar, ou seja, que é necessário porque os outros por si só não são suficientes, mas que tampouco se apresenta como uma panacéia. Dado seu caráter de alocação de trabalho e renda, a Economia Solidária é um tema de profunda importância para as Ciências Econômicas, embora possa ser tratada em outras áreas como formas alternativas de gestão ou de socialização. A sua importância para a Economia, as modificações necessárias à abordagem tradicional para compreendê-la e seu potencial são questões que serão discutidas nesta dissertação.

Para tanto, nosso objetivo geral é identificar a estrutura, as perspectivas e o potencial da produção e comercialização de produtos no modelo de Economia Solidária em dois empreendimentos de Porto Alegre, RS: as feiras da Cooperativa Ecológica Coolméia e as lojas da Etiqueta Popular. A fim de alcançar este objetivo, três objetivos específicos foram elaborados: (i) levantar as possibilidades de que a produção e comercialização num modelo de Economia Solidária não seja apenas uma resposta à redução do crescimento econômico

acompanhado do aumento do desemprego, o que poderia significar um retorno a outras formas de produção e comercialização caso ocorresse a retomada do crescimento e, com ele, a possibilidade de emprego nas empresas capitalistas; (ii) levantar as possibilidades de que os consumidores são conscientes de adquirirem não apenas produtos, mas que também estabelecem “relações de compromisso com os produtores” em uma perspectiva de Comércio Justo; (iii) identificar o modelo de formação de preços desses empreendimentos, dado que o Comércio Justo pressupõe que sejam pagos preços mais justos pelos produtos, o que, normalmente, significa preços maiores em relação à média praticada pelos mercados tradicionais.

A literatura sobre a Economia Solidária aponta que a finalidade deste modo de organização econômica não é somente uma alternativa de emprego para os excluídos da economia capitalista, mas também a conscientização dos trabalhadores e sua formação enquanto cidadãos, expandindo a democracia por meio de sua participação na gestão dos empreendimentos.

Quanto à questão da comercialização há o Comércio Justo, uma relação comercial que envolve um duplo compromisso: os produtores comprometem-se com uma série de princípios e os consumidores se comprometem em pagar um preço mais justo pelos produtos, no sentido de um preço que seja suficiente para a reprodução material do produtor. Como esta estratégia passa pela conscientização e pelo compromisso do consumidor em relação ao produtor, o preço do produto incorporaria uma idéia, como, por exemplo, a defesa de um movimento social. Esta estratégia de comercialização não é a única possível a um empreendimento solidário e também é vista como negativa, por Singer (2002a), por criar uma proteção aos empreendimentos, preservando ineficiências e restringindo sua possibilidade de expansão.

Portanto, buscou-se identificar como os cooperados percebem sua participação e o potencial de seu empreendimento e do movimento da Economia Solidária como um todo. Enfim, a razão pela qual os consumidores adquirem esses produtos, se são conscientes do estabelecimento de um compromisso com os produtores e qual o modelo de formação de preços desses empreendimentos.

Na primeira parte do trabalho, constituída por dois capítulos, buscou-se entender a solidariedade, tanto a relacionada à Economia Solidária quanto aquela vinculada ao Comércio Justo, em uma concepção expandida de economia, que inclui o social e a ética e o porquê de ser necessária esta expansão. No Capítulo 2 foi realizada uma análise da literatura para identificar conceitos, origens, exemplos concretos, justificativas e problemas relacionados à Economia Solidária e ao Comércio Justo.

Sabendo que estas formas de organização da produção e da comercialização apresentam-se como alternativas às formas tradicionais capitalistas, no Capítulo 3 foram identificados os limites da teoria tradicional para estudar este objeto e a alternativa para a realização desta tarefa, isto é, uma análise da economia como inserida em estruturas sociais. Além disto, também tratou-se da retomada da origem da ciência econômica como um ramo das ciências morais, para o entendimento de um comércio definido como “justo”. Ademais, neste capítulo, foram contrapostos os modelos tradicionais de formação de preços com a formação de preços numa perspectiva de Comércio Justo.

Na parte seguinte, entendendo-se desenvolvimento como uma melhora da qualidade de vida das pessoas, de modo que elas possam viver as vidas que têm motivos para valorizar¹, ou seja, como sendo mais que uma estratégia de sobrevivência frente a condições adversas, tentamos levantar a possibilidade da Economia Solidária ser uma alternativa de desenvolvimento ao capitalismo, estimulando motivações econômicas diferentes do auto-interesse, como compromisso com os produtores, e o impacto destas motivações nas relações econômicas.

Na Parte II, Capítulo 5, é discutido o método utilizado para a análise do problema: dois estudos de caso. Foi escolhido o instrumento do estudo de caso por se tratarem de eventos contemporâneos que não podem ser manipulados por meio de experimentos. Os dois casos foram o das feiras da Cooperativa Ecológica Coolméia, que comercializam produtos agrícolas orgânicos, e o caso das duas lojas da Etiqueta Popular, que comercializam roupas, acessórios e adornos produzidos por grupos de artesões.

A Cooperativa Ecológica Coolméia foi criada em janeiro de 1978, e, até 1989, os agricultores participantes somente forneciam os alimentos vendidos na loja, passando, então a venderem seus próprios produtos na feira da cooperativa. A feira tem um caráter autogestionário e os preços praticados devem ser acessíveis e populares, sendo determinados por pesquisa de preços que gera uma lista com os preços médios do mercado, seguidos, portanto, pelos feirantes. Os produtos são orgânicos, integrais, produzidos com fonte de água confiável e embalagem atóxica. Além disso, o agricultor/feirante, ou sua família, deve ser o produtor, não sendo aceitos intermediários no papel de feirantes. Participam das feiras agricultores que sempre foram ecologistas, outros que antes produziam de forma convencional e passaram a adotar modelos agroecológicos, além dos que tinham outras profissões antes de se tornarem agroecologistas.

¹ Definição de Amartya Sen (2000).

Já a Etiqueta Popular comercializa produtos provenientes dos projetos de incubação da Prefeitura Municipal de Porto Alegre além de receber acompanhamento do Fórum de Economia Popular Solidária, organismo criado pela Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio. A primeira loja foi inaugurada em outubro de 2000 e a segunda está aberta ao público desde 2002. Em 2003, as duas lojas constituíram a Associação dos Produtores Solidários da Etiqueta Popular. Os participantes devem produzir seus próprios produtos para a comercialização e estarem em situação de “vulnerabilidade social”, ou seja, sem trabalho ou salário fixo, e analfabetos ou com baixo nível escolar, sendo que a maior parte dos participantes são mulheres. As lojas comercializam produtos feitos por grupos que trabalham na ótica da Economia Solidária e devem seguir os princípios da democracia, autogestão, transparência e participação.

Nos dois casos, os próprios produtores são responsáveis pela comercialização, sem intermediários, tendo contato direto com o consumidor, embora, de forma distinta. No primeiro caso, cada produtor é responsável por seus produtos, enquanto, no segundo, procede-se um rodízio entre as associações que devem destacar um responsável para ocupar-se da loja. Além do mais, ambos os casos estão relacionados tanto com a comercialização, havendo um contato direto entre produtor e consumidor e, portanto, sendo mais provável o estabelecimento de uma relação de compromisso, nos termos do Comércio Justo, entre os dois, apesar desta relação não ser evidente. A necessidade deste contato direto advém da inexistência, no Brasil, de um organismo de credenciamento destes produtos no modelo da FLO Intenational (Organizações Internacionais de Rotulagem de Comércio Justo), responsável por criar um padrão e dar respaldo aos certificados de Comércio Justo na Europa.

No sexto capítulo, são apresentados e analisados os resultados das entrevistas, buscando responder às perguntas propostas nos objetivos deste trabalho. Primeiramente, são respondidos cada um dos três objetivos específicos individualmente, dando base para que o objetivo geral seja discutido no final, como uma forma de conclusão dos três anteriores. As considerações finais, referências e os apêndices contendo os roteiros das entrevistas fecham o presente trabalho.

Parte I
Entendendo a solidariedade de uma economia
com estruturas sociais e éticas

“[...] o presente não é só o contemporâneo. É também um efeito de herança, e a memória de tal herança nos é necessária para compreender e agir hoje”.

Robert Castel, 1998.

Como apresentado anteriormente, os objetivos deste trabalho foram perseguidos por meio de uma reflexão teórica e de uma análise de dois estudos de caso. Sugere-se que há uma pluralidade de motivos ou motivações para a participação nos movimentos sociais tanto por parte dos produtores quanto dos consumidores. Por isso, não poderiam ser verificadas nem a teoria econômica tradicional, para a qual esses empreendimentos são como outros quaisquer, nem uma visão utópica de substituição da firma capitalista tradicional.

Para apreender melhor essa realidade, buscamos entender como se articulam velhas e novas percepções acerca da Economia Solidária. Por um lado, há raízes históricas que remontam, pelo menos, ao surgimento do capitalismo e que tiveram importância maior ou menor em cada país e período histórico. Por outro lado, há um novo contexto em que a Economia Solidária desenvolveu-se nas últimas duas ou três décadas. Ou seja, a Economia Solidária foi “reinventada”.

Desde o final da década de 1970, tem-se enfrentado problemas como o fim das altas taxas de crescimento econômico, a crise do Estado de Bem-Estar, as transformações nas relações entre capital e trabalho que levaram ao movimento de flexibilização ou precarização do emprego, o aumento dos esforços por parte do capital de absorver uma maior parte do aumento de produtividade por meio da incorporação de novas tecnologias.

No Brasil, a mudança do eixo de desenvolvimento do campo para a cidade, com a mudança do padrão agro-exportador para o modelo de industrialização por substituição de importações, nas décadas anteriores, havia causado um enorme afluxo de pessoas para as cidades, principalmente as que eram empregadas nestas novas indústrias, ou em atividades subsidiárias a aquelas. No entanto, todo este contingente não pôde ser absorvido pela economia mercantil, principalmente quando o crescimento do emprego começou a declinar na década de 1980, ou, como afirmou Pinho (2004), “urbanizou-se a miséria”.

Foi a partir de iniciativas dessa população excluída do mercado de trabalho que começou a formar-se a Economia Solidária no Brasil. Ela começou a constituir organizações cooperativas, sob orientação de organizações religiosas, sindicais, universitárias, etc., buscando amenizar suas dificuldades econômicas e sociais. É por isso que a reinvenção dá-se por duas frentes.

Na primeira, aparece como uma alternativa aos movimentos de esquerda com o fim das esperanças de uma mudança social capitaneadas com os ideais do socialismo real, ou seja, como uma alternativa ideológica de afronta aos efeitos excludentes do capitalismo. Na segunda, como uma alternativa de política de emprego, na medida em que as organizações da

sociedade civil e os governos começam a perceber na Economia Solidária uma forma de gerar renda para a população mais pobre, desempregada ou subempregada.

Sendo, no entanto, a Economia Solidária entendida como uma nova forma de política de emprego, como um modo alternativo de organização econômica, como formadora de capital social, ou mesmo como um espaço para o desenvolvimento da democracia, ela levanta grandes esperanças e não pode mais ser considerada como um fato social marginal (LALLEMENT; LAVILLE, 2000).

Para a melhor compreensão desse movimento, recuperamos, ademais, debates dentro da economia, quais sejam, organizações com lógicas políticas e sociais além de meramente mercantis, a relação da economia com a ética, as estruturas sociais da economia e teorias de preço e de escolha do consumidor condizentes com os debates anteriores. Estas alternativas ou ampliações da teoria econômica tradicional são necessárias, pois os empreendimentos de Economia Solidária inserem-se tanto na lógica econômica quanto social e política, ou seja, nestes empreendimentos, os indivíduos participam não somente como agentes econômicos, senão também como cidadãos, membros da comunidade, dentre outros papéis.

2. A Economia Solidária

Apesar das transformações das últimas três décadas, mencionadas anteriormente, o trabalho continua sendo importante na organização da sociedade, pois é uma experiência social (CATTANI, 1996). Essa constatação nos leva a nos perguntarmos o que acontece, então, com aqueles que não têm trabalho, porque nunca foram incluídos ou porque foram excluídos. Cattani agrega que ao invés da dicotomia entre empregados e desempregados, pode-se falar também de “[...] uma nebulosa de pessoas que transitam pelas empresas sejam elas do setor formal ou do setor informal [...]” (1996, p. 56). Offe (1989), entretanto, coloca em dúvida a continuidade da centralidade do trabalho para a compreensão da sociedade, pois ele está se tornando não apenas “objetivamente amorfo”, mas também “subjetivamente periférico” (p. 194). De qualquer modo, as pessoas precisam ter recursos para sobreviver, seja por meio do trabalho ou não. É esta a questão central que a Economia Solidária tenta resolver e daí a pluralidade de formas que assumem seus empreendimentos.

O termo Economia Solidária possui diversas definições. Todas elas, no entanto, têm em comum a idéia de solidariedade. Esta ocorre em dois sentidos: para com os membros da organização, seja ela de produção, de consumo, de crédito ou de outros objetivos, por meio da autogestão; para com os trabalhadores, por meio da ajuda aos mais desfavorecidos (SINGER, 2003). Quanto à autogestão, ela significa que todos os associados têm direito a participar da gestão da empresa, direito adquirido independentemente do cargo ocupado. A partir da metade do século XIX, na Europa e, mais recentemente, no Brasil, a autogestão passou a ser conhecida também como gestão coletiva e democrática do empreendimento por todos os associados, pela participação com um voto cada (PINHO, 2004).

Segundo Albuquerque (2003), a autogestão assume duas conotações na Economia Solidária. Uma conotação econômica, no sentido de ser uma solução a empresas em falência ou na organização econômica de pessoas desempregadas, e uma conotação ideológica, no sentido de um ideal de transformação da sociedade. No entanto, a idéia de autogestão não pode ser confundida, adverte Albuquerque, com técnicas gerenciais de empresas capitalistas, com o intuito de ampliar ou integrar as fábricas.

Embora compreenda também outros tipos de associações, a Economia Solidária está bastante relacionada à organização na forma de cooperativa, que pode ser definida como “[...] sociedades de pessoas organizadas em bases democráticas, que visam não só a suprir seus

membros de bens e serviços, como também a realizar determinados programas educativos e sociais.” (PINHO, 2004, p. 124). Não há mais um número mínimo de associados, embora sua quantidade deva possibilitar a viabilidade econômica do empreendimento. De acordo com o estabelecido no Congresso Mundial da Aliança Cooperativa Internacional de 1995, os princípios da cooperativa são: adesão livre e voluntária; controle democrático pelos sócios; participação econômica do sócio; autonomia e independência; educação, treinamento e informação; cooperação entre cooperativas e preocupação com a comunidade. (SCHIMDT; PERIUS, 2003).

A Economia Solidária não pode tampouco ser identificada diretamente com qualquer tipo de cooperativa. No Brasil, inicialmente, estas estiveram associadas quase que exclusivamente ao setor primário. As cooperativas agrícolas tradicionais, entretanto, não estão, necessariamente, ligadas à Economia Solidária, pois os participantes estão juntos para obterem uma economia de custos ou para poderem ter melhor poder de barganha no momento de comercializarem seus produtos. A Economia Solidária, por outro lado, está ligada à geração de renda para os participantes, ao aprofundamento da democracia – pois as cooperativas de Economia Solidária têm uma estrutura administrativa de autogestão –, e a um modelo que busca a inclusão, e não a exclusão, por meio da adoção de tecnologias que diminuem a necessidade de trabalhadores, dentre outros.

Ao invés da valorização do capital, ou seja, do lucro, a finalidade primeira da cooperativa é o atendimento das necessidades econômicas dos associados. Pelo novo Código Civil Brasileiro, suas principais diferenças com relação às demais sociedades são “[...] a prestação de serviços sem fins lucrativos, a eliminação do assalariado pelo associado-cooperativista, a substituição da competição pela cooperação e a eliminação do lucro capitalista.” (PINHO, 2004, p. 122).

As iniciativas ligadas à Economia Solidária podem surgir espontaneamente e receber apoio de organizações ligadas a ONG’s ou a universidades (diversas universidades no Brasil têm incubadoras para empreendimentos deste tipo), que fornecem treinamento tanto sobre os produtos que um grupo de pessoas decide produzir quanto sobre a organização de uma cooperativa e administração de um empreendimento (como, por exemplo, um curso de custos e formação de preços). Mais recentemente, observa-se que empreendimentos solidários também podem surgir apoiadas pelos governos municipais, estaduais ou federal.

Em junho de 2003, foi criada a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) vinculada ao Ministério do Trabalho, com o objetivo de que se elaborassem programas ligados às políticas de geração de emprego, de combate à pobreza e de inclusão social.

Segundo o primeiro plano de ação elaborado pela secretaria, para 2004, reconhece-se que o movimento da Economia Solidária iniciou-se na década de 1980, mas que o espaço para a sua discussão no nível nacional começou a formar-se durante o I Fórum Social Mundial, ocorrido em 2001. Neste fórum, as entidades relacionadas permaneciam ainda bastante desarticuladas, mas já no terceiro fórum, em 2003, a articulação foi maior, e se organizou um pedido ao governo brasileiro de incorporação da discussão no âmbito nacional, canal de discussão que foi aberto com a criação da referida secretaria. Segundo o plano de ação,

O aumento da informalidade e a precarização das relações formais de trabalho afirmaram-se como tendência em uma conjuntura de desemprego em massa. [...] De outro lado, o aprofundamento dessa crise abriu espaço para o surgimento e avanço de outras formas de organização do trabalho, conseqüência, em grande parte, da necessidade dos trabalhadores encontrarem alternativas de geração de renda. Na Economia Solidária encontramos milhares de trabalhadores e trabalhadoras organizados de forma coletiva gerindo seu próprio trabalho e lutando pela sua emancipação. (BRASIL, 2004a, p.6)

Depreende-se também a justificativa para a criação da SENAES dentro da estrutura do Ministério do Trabalho dada a relação estabelecida entre Economia Solidária e geração de emprego e renda, além do reconhecimento de formas de trabalho diferentes daquelas do assalariamento tradicional. Este passo marcou a identificação da Economia Solidária com política de emprego, para a inclusão da população marginalizada pelo desemprego ou pelo subemprego.

Segundo a SENAES (BRASIL, 2004b), considera-se Economia Solidária o conjunto de atividades econômicas – de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito – com as seguintes características:

- Cooperação: interesses e objetivos comuns, união de esforços e capacidades, propriedade coletiva parcial ou total de bens, partilha dos resultados e responsabilidade solidária sobre os possíveis ônus.
- Autogestão: práticas participativas de autogestão dos processos de trabalho, das definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, de direção e coordenação das ações nos seus diversos graus e interesses, etc.
- Atuação econômica: agregação de esforços e recursos pessoais e de outras organizações para produção, beneficiamento, crédito, comercialização e consumo.
- Solidariedade: justa distribuição dos resultados alcançados, oportunidades de melhoria das condições de vida dos participantes, compromisso com o meio ambiente, participação nos processos de desenvolvimento territorial ou local, relações com

movimentos sociais e populares independentes e bem-estar de trabalhadores e consumidores.

Em um movimento relacionado à Economia Solidária podemos situar o Comércio Justo. Enquanto na Economia Solidária a solidariedade estabelece-se entre trabalhadores, no Comércio Justo a solidariedade ocorre entre consumidores e produtores. Surge, portanto, uma relação de compromisso entre os agentes. Enquanto os produtores comprometem-se com uma série de princípios, como organização democrática da produção, igualdade de gêneros, não exploração do trabalho infantil, sustentabilidade ambiental, dentre outros, os consumidores comprometem-se em buscar informações quanto à produção e à qualidade dos produtos, garantindo o cumprimento destes princípios, e em pagar um preço mais justo pelos produtos, no sentido de um preço que seja suficiente para a reprodução material do produtor. O conceito de Comércio Justo, o qual, inicialmente, referia-se ao comércio Norte-Sul, acabou sendo expandido e hoje em dia engloba outros tipos de relação, inclusive o comércio interno. Existem, entretanto, diversos termos similares ao Comércio Justo, como consumo solidário e comércio ético; no entanto, escolhemos utilizar o termo Comércio Justo por este ser mais abrangente.

Dentre os princípios e objetivos do Comércio Justo podemos destacar: o desenvolvimento de formas alternativas de comércio baseadas na solidariedade, com a finalidade de desenvolvimento sustentável e justo dos produtores e de sua comunidade, por meio da incorporação de custos sociais e ambientais e da conscientização dos indivíduos (FRETELL; ROCA, 2003). Deste modo, busca-se maior equidade e sustentabilidade nas transações comerciais, o desenvolvimento econômico e social local, com a valorização da cultura e dos valores locais, a humanização do comércio, colocando em contato produtores e consumidores, e a conscientização dos consumidores em relação ao poder que possuem ao realizarem suas decisões de consumo.

Esse último objetivo ressalta a necessidade de que o Comércio Justo seja acompanhado do “consumidor consciente”, ou solidário. De acordo com Mance (2003, p. 45), “[...] o consumo solidário é aquele praticado em função não apenas do próprio bem-viver pessoal, mas também do bem-viver coletivo, em favor dos trabalhadores que produziram aquele bem ou serviço e de manutenção do equilíbrio dos ecossistemas.” Em outros termos: um consumidor não tomaria suas decisões de consumo baseado somente em suas necessidades imediatas, nos anúncios publicitários, em seu próprio bem-estar ou nas decisões tomadas por outros consumidores, mas refletiria sobre os efeitos causados por estas decisões

no bem-estar de outras pessoas. Deste modo, este tipo de comércio estaria melhorando a qualidade de vida do produtor e de sua comunidade ao mesmo tempo em que geraria um “consumidor consciente”.

2.1 Através da História: Economia Solidária e cooperativismo

De acordo com Singer (2002a), a Economia Solidária nasceu aproximadamente ao mesmo tempo em que surgia o capitalismo industrial. No início do século XIX, os trabalhadores cumpriam longas jornadas de trabalho nas fábricas britânicas, chegando a ponto de ficarem debilitados. Começaram a surgir, então, idéias e iniciativas que se compunham como alternativas a essa realidade do capitalismo. Estas idéias incipientes de Economia Solidária são atribuídas aos socialistas utópicos¹. As iniciativas, dentre as quais algumas apoiadas por um dos socialistas utópicos, Robert Owen, passaram pela formação de cooperativas de compra, para suprir deficiências do mercado, pois o mercado varejista ainda era pouco desenvolvido nesta época, além de cooperativas de produção que acompanhavam as greves de operários, aumentando sua pressão sobre os patrões.

Devido à estreita relação entre Economia Solidária e cooperativismo, a história destes dois movimentos confunde-se em alguns momentos, tentando manter em mente que as cooperativas podem tanto seguir a lógica da Economia Solidária quanto serem apenas uma associação que busca maximizar seus resultados como uma empresa capitalista. As cooperativas que acompanharam o início do capitalismo surgiram como uma alternativa, mas algumas acabaram se associando à lógica dele, ou simplesmente surgiram dentro dele mesmo. Isso ocorreu não só pela expansão do capitalismo, mas pela própria mudança de foco dos insatisfeitos com este sistema que se expandia.

Com a difusão do Manifesto do Partido Comunista (MARX; ENGELS, 1984) e, principalmente, depois com a Revolução Bolchevique (1917), a luta pelo socialismo real foi abraçada com muito mais força que o tipo ou a magnitude de emancipação do trabalhador conseguida por meio da Economia Solidária. Por conseguinte, a queda da URSS foi importante para a retomada das idéias de transformação endógena, ou seja, por meio de

¹ Os socialistas utópicos “[...] foram os primeiros pensadores a demonstrar que a principal fonte de todos os males sociais estava na estrutura do sistema econômico baseado na propriedade privada.” (BERTUCCI, 2005, p. 10).

empreendimentos solidários. Inclusive, Gramsci n’*A questão meridional* (1987), comenta um caso ocorrido no início do século XX na Itália, quando a direção da FIAT, que estava em más condições administrativas, propôs aos funcionários que assumissem a empresa em forma de uma cooperativa. No entanto, os comunistas intervieram, afirmando que deste modo os operários estariam entrando em um sistema burguês. A cooperativa foi abandonada numa época em que havia perspectivas do socialismo real, pois não levava a uma mudança na sociedade como um todo, apenas aos trabalhadores que participavam da cooperativa, segundo os argumentos utilizados à época. A preocupação da Economia Solidária não é a substituição da economia capitalista, mas a inserção² de formas de produção não capitalistas dentro deste sistema.

Durante os “anos dourados³”, décadas de 1950 a 1970, com o forte crescimento econômico em quase todo o mundo e o desenvolvimento do Estado de bem-estar social na Europa ocidental, a Economia Solidária foi renegada a um segundo plano. Ela, entretanto, foi sendo retomada na década de 1990, com o desaceleramento do crescimento econômico e o aumento da exclusão social. Segundo Singer (2002a), não foi simplesmente uma retomada da Economia Solidária, ela foi reinventada. Isso porque o contexto histórico-constitucional mostrava-se diferente. Duas foram as principais transformações que levaram à mudança do foco da esquerda da tomada do poder para a sociedade civil. O primeiro foi o fracasso dos Estados do socialismo real, e o segundo, o semifracasso das idéias da social-democracia, tanto na Europa quanto na América Latina.

Quanto ao cooperativismo no Brasil, segundo Pinho (2004), as cooperativas não estavam, desde seu início, aliadas à idéia de Economia Solidária, pois várias cooperativas foram criadas como associações que buscavam a maximização de seus resultados no mercado. As cooperativas brasileiras começaram a surgir por idéia de alguns idealistas, sobretudo entre imigrantes alemães e italianos no começo do século XX, e constituíam-se principalmente de cooperativas agrícolas e de crédito agrícola. A primeira cooperativa, datada de 1889, foi a Sociedade Cooperativa dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, que seguiu os princípios dos Pioneiros de Rochdale⁴. Esta cooperativa, segundo Pinho (2004, p. 13), “[...] nunca passou de um grande ideal.” A Constituição de 1891, não obstante, trouxe liberdade de associação, e,

² O que não significa que formas não capitalistas não tivessem se desenvolvido ou sobrevivido desde o início do capitalismo.

³ Período compreendido entre o final da Segunda Guerra Mundial (1945) e as crises do petróleo (1973 e 1979), também conhecido como os “os trinta gloriosos”. Período de grande crescimento econômico e, não raro, de desenvolvimento, na maioria dos países industrializados.

⁴ Rochdale foi a primeira cooperativa formada em 1844 na Inglaterra.

com isso, abriu caminho para a formação de cooperativas, já que a constituição anterior, de 1824, proibia qualquer tentativa associacionista.

Foi somente em 1932, que se promulgou a primeira lei de cooperativas no Brasil, que descrevia as principais cooperativas e lhe dava margem de constituição e funcionamento. O cooperativismo acabou, porém, sofrendo um revés entre 1965 e 1970, o qual promoveu o controle estatal das cooperativas e reduziu seus incentivos fiscais. Este revés, no entanto, levou à unificação do movimento. Em 1971, constituiu-se uma política nacional de cooperativismo e, com a constituição de 1988, ficou proibida a interferência do Estado em associações.

Nesse mesmo ano, de acordo com Pinho (2004), dois problemas impuseram-se: o enfraquecimento e a descapitalização, advinda com a recessão econômica da chamada “década perdida”; e a “crise de identidade” do movimento internacional causada pelo fim do socialismo real e pelas falhas sociais do capitalismo. Recuperando-se alguns anos depois, o movimento cooperativista brasileiro aumentou sua participação internacional; fortaleceram-se, também, as confederações de cooperativas. Foram criados dois bancos cooperativos, além do SESCOOP (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo) para a formação profissional de trabalhadores e de cooperados. Ademais, no período entre 1996 e 2002, emergiu a “vertente cooperativista da Economia Solidária”. A formação desta vertente deveu-se a que populações mais pobres com apoio de organizações religiosas, sindicais e outras, começassem a criar formas de cooperação. Estas, diferentemente das cooperativas tradicionais que buscam maximizar seus resultados no mercado, tentavam melhorar suas condições de vida das pessoas envolvidas. A partir daí, passou-se a diferenciar dois tipos de cooperativas.

Até então, a representação das cooperativas era feita pela OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), criada em 1971 e atuante no âmbito do Ministério da Agricultura. Entretanto, esta nova vertente do movimento não aceitava a representação da OCB, pois se julgavam diferentes. Com isso, em 2003, foi criada a Secretaria Nacional de Economia Solidária, ligada ao Ministério do Trabalho.

Além das cooperativas, mencionadas acima, que seguem a lógica do modelo capitalista, há outro tipo de cooperativa que não deve ser confundido com as cooperativas de Economia Solidária. No mesmo momento em que se reinventava a Economia Solidária, a chamada “organização flexível” do trabalho levou à formação das *pseudo-cooperativas* ou *falsas cooperativas* (LIMA, 2002). Essas cooperativas funcionam como setores de empresas, mas com alguma autonomia, e criam empregos sem vincular os trabalhadores ao movimento cooperativista, nem ao empresário que contrata seus serviços. A partir da década de 1980,

aumentou-se a intensidade da subcontratação por meio de empresas prestadoras de serviços, representando uma redução dos gastos das empresas com o pagamento dos direitos trabalhistas e a flexibilidade no número de trabalhadores empregados na produção em cada período.

No Brasil, segundo Lima (2002), essa flexibilização do emprego teve conseqüências reduzidas, em relação à Europa Ocidental e aos Estados Unidos, pois a parcela da força de trabalho empregada no setor formal sempre foi menor. No entanto, mesmo que a flexibilização do emprego tenha tido menor impacto na população brasileira, continua claro que uma grande parcela desta população encontra-se em situação precária, seja porque passou a estar agora, em decorrência destas mudanças, seja porque já estava antes, ou seja, sempre esteve em situação de vulnerabilidade social.

2.2 Os diversos termos para um mesmo conceito, ou vários conceitos?

Relacionadas a essa reinvenção da Economia Solidária identificamos três principais correntes teóricas de pensamento. Elas partem de embasamentos teóricos distintos, chegando, portanto, a diferentes concepções de formação, de motivos para a reinvenção e de perspectivas. É este o motivo para a seleção das três correntes enquanto principais. As diferenças também estão relacionadas aos distintos contextos enfrentados pelos principais autores em seus países de origem. A fim de evitar conflitos entre pensamentos de autores distintos dentro de cada corrente, optou-se por discutir o encadeamento de idéias do principal autor de cada uma, ou seja, de seus “fundadores”.

2.2.1 Paul Singer

Na primeira corrente, o principal autor é Paul Singer, professor titular da Universidade de São Paulo (USP), coordenador acadêmico da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da mesma universidade e secretário nacional de Economia Solidária entre 2003 e 2007. Esta corrente é bastante importante no Brasil, sendo referência para a maioria dos trabalhos sobre Economia Solidária no país.

Segundo o autor, o capitalismo perpetua e aumenta as desigualdades, pois “[...] os ganhadores acumulam vantagens e os perdedores acumulam desvantagens na competição futura.” (SINGER, 2002a, p. 8). Portanto, para ter-se uma sociedade com mais igualdade, segundo Singer, deveria predominar a cooperação ao invés da competição entre as pessoas nas atividades econômicas. Para que haja cooperação é necessário que a organização seja igualitária, resultando em uma “associação entre iguais” ao invés do “contrato entre desiguais”. Os princípios da Economia Solidária partem destas idéias, que já haviam sido apresentadas e postas em prática anteriormente, pelo menos em parte, há dois séculos, pelos socialistas utópicos.

Para o autor, portanto, a Economia Solidária está associada ao socialismo utópico, em seu início. Segundo Singer, este dominou o início do movimento operário europeu, concebendo a possibilidade da cooperação e da solidariedade existirem como formas racionais de comportamento, com igualdade de direitos e de poder de decisão, assim como na distribuição das perdas e dos ganhos do empreendimento entre os trabalhadores. “A Economia Solidária foi concebida pelos ‘utópicos’ como uma nova sociedade que unisse a forma industrial de produção com a organização comunitária da vida social.” (SINGER, 2000, p. 115).

A denominação “socialismo”, com o significado ainda pouco claro, representava a oposição ao individualismo (TEIXEIRA, 2002), que se afirmava na mesma época. Definido assim por Engels (1977), o socialismo utópico compreende os autores Saint-Simon, Fourier e Owen. O que os três apresentavam em comum era a defesa da humanidade como um todo, e não apenas da classe operária. Ademais, estes autores acreditavam ser representantes da razão e da justiça verdadeiras. Estas, a seu ver, o mundo, até então, desconhecia por mero acaso e não pelas condições do desenvolvimento histórico. Por outro lado, Engels salienta que suas teorias socialistas eram ainda pouco desenvolvidas porque o capitalismo ainda não havia mostrado todas as suas contradições.

Saint-Simon tinha uma fé inabalável na ciência e no progresso humano e era crítico, principalmente, em relação à classe ociosa. Segundo Engels (1977), ele era “[...] filho da grande Revolução Francesa [...]”, transferindo os antagonismos da revolução para o seu pensamento. Por isso, Saint-Simon dividia a sociedade em classe dos trabalhadores, que incluía operários assalariados, fabricantes, comerciantes e banqueiros, e classe ociosa, formada pelo clero, pela nobreza e por todos aqueles que viviam de rendas. Para Engels, a revolução havia demonstrado que nem a classe ociosa nem as massas despossuídas tinham

capacidade de governar, levando a que Saint-Simon baseasse sua sociedade utópica no governo da ciência e da indústria.

Este utópico apresentava um grande ressentimento pelo não adequado reconhecimento dos principais cientistas e artistas. Era a classe ociosa, facilmente substituível, a que desfrutava de riqueza e de poder, ao invés das pessoas que realmente contribuía para o progresso de seu país e dos outros, também.

Fourier, de acordo com Teixeira (2002), teve uma influência menor que Saint-Simon e Owen. Sua crítica ao capitalismo refletia “[...] as aspirações de uma classe média urbana, prejudicada pelo desenvolvimento capitalista.” (p. 63). Enquanto Saint-Simon pertencia a uma família aristocrática, Fourier provinha de uma família de comerciantes, embora ambos coincidisse em sua vontade de fazer justiça aos sábios e artistas, em especial a Isaac Newton. Fourier criou um princípio de atração universal que funcionaria no mundo físico⁵ e no mundo social. No mundo físico, o princípio funcionava bem, pois os astros obedeciam-no. Fourier apontava que, no entanto, o problema era que os homens estariam se afastando deste princípio, fazendo uma crítica ao individualismo. Segundo o autor, a associação era possível e natural, pois era desejada por Deus e estava de acordo com o princípio da atração.

O seu princípio de atração universal transformaria o trabalho em prazer⁶, não havendo mais desordem ou tendência à ociosidade. A partir desse princípio, e de seu método societário natural, Fourier propôs que haveria um grande aumento da riqueza, que seria, não obstante, condicionado à distribuição proporcional deste aumento e ao controle do aumento populacional. Formar-se-ia, portanto, um regime societário, em que a verdade e a justiça seriam meios de enriquecimento, mas no qual grande parte dos vícios considerados degradantes também seriam importantes para o desenvolvimento industrial. Um pensamento condizente com o de sua época, que transformava o interesse em um vício desejável, como será discutido mais adiante.

Em seu regime societário, a riqueza seria aumentada, pois, com a associação dos indivíduos para os trabalhos domésticos e agrícolas, seriam economizados recursos e um número menor de pessoas conseguiria uma produção maior. Os produtos e serviços seriam produzidos para diversas classes de riqueza, dado que “[...] o estado societário não admite igualdade [...]” (FOURIER, 2002, p. 72). Ele via a desigualdade como essencial a seu sistema,

⁵ Exaltação a Newton, o descobridor do princípio de atração para o mundo físico. Como as ciências exatas estavam em grande avanço na época, por isso, tenta aproximar a organização da sociedade destas ciências.

⁶ O trabalho não foi exatamente transformado em prazer, mas com a Reforma protestante, o trabalho foi transformado em dignificante. (WEBER, 2001) A idéia de que o trabalho dignifica o homem tornou-se tão enraizada que “ultrapassa” o capitalismo.

embora não concordasse com o enriquecimento de uma só classe, como ficou claro em suas condições para o aumento da riqueza, pois desigualdade é desejável enquanto pobreza e ignorância não o são.

Como Fourier escreveu numa França ainda não modificada pela Grande Indústria, sua preocupação estava relacionada à agricultura francesa. Esta era caracterizada, segundo o autor, pela propriedade fragmentada e por regime familiar, razão pelas quais sugeriu a associação neste setor e tentou “vender” seu projeto a alguns ricos que pudessem se interessar.

Uma realidade diferente era a enfrentada por Owen na Inglaterra na mesma época, o qual buscava aplicar ele mesmo suas teorias, tentando pôr ordem ao caos gerado pela divisão cada vez mais acentuada entre capitalistas e trabalhadores. Inicialmente, aplicou-as em Manchester em uma fábrica com cerca de 500 operários e, depois, em New Lanark, com até 2.500 pessoas, em uma colônia modelo que conseguiu aumentar a produtividade do trabalho por meio das melhores condições garantidas a essas pessoas (ENGELS, 1977). No entanto, quando começou a divulgar suas idéias comunistas, acabou sendo isolado de sua sociedade devido aos dogmas da propriedade privada, da religião e da forma de casamento. Tentou também aplicar suas idéias na América, mas acabou gastando toda sua fortuna e voltou à Inglaterra, atuando ao lado da classe operária.

Engels, também aponta o papel de Owen na formação do cooperativismo, pois foi ele quem “[...] criou, como medidas de transição, para que a sociedade pudesse organizar-se de maneira integralmente comunista [...] as cooperativas de consumo e produção.” (1977, p. 36-37). Entretanto, fica claro, que Engels via as cooperativas como uma forma apenas de transição para o comunismo, não sendo o comunismo em si.

Não somente as experiências realizadas por Owen foram importantes, mas também a sua concepção do indivíduo como constituído, de um lado, por características que possui desde que nasceu e, de outro, pela interação destas características com o meio em que está inserido. Portanto, cada indivíduo é único. Diferentemente de Fourier, para quem as paixões humanas eram escolhidas por Deus e tinham sua função na sociedade, as paixões humanas de Owen advinham da natureza e da influência do meio. Entretanto, para ambos, elas não eram reprimíveis, pois independiam da vontade das pessoas.

Quando estes fatos e leis forem ensinados a todos desde a infância, saber-se-á que o clima, a cor, a língua, as opiniões e os sentimentos são efeitos naturais de causas em relação às quais os indivíduos, submetidos a sua ação, não têm nenhum poder, e não haverá mais motivo para se ficar indisposto contra seus semelhantes porque eles sofrem influências inevitáveis (OWEN, 2002, p. 109).

Owen criticava as religiões por basearem-se na idéia de que o homem pode controlar suas convicções e sentimentos. Uma “religião racional”, no entanto, que considerasse que isso não é verdade, uniria homens e nações ao invés de dividi-los. Sua consideração da natureza humana também reconhece a capacidade de adaptação dos homens a partir da educação desde a infância, embora não seja possível formar dois indivíduos exatamente iguais. Ele destacava, então, que uma pessoa cercada pelas circunstâncias certas desde o berço, possivelmente, sentirá caridade e afeição pelos seus semelhantes, que neste caso seriam todos os homens.

Em seu sistema social racional, Owen acreditava que algumas instituições existentes em sua época deveriam ser abolidas ou modificadas. Dentre estas estão os governos, os sistemas monetários, a prática de comprar e vender, o modo atual de produção e distribuição de riquezas, os interesses e as famílias isolados, a desigualdade de educação, de emprego e de condições e a opressão do fraco pelo forte⁷. São estas mudanças que influenciaram os seus empreendimentos, com o que ele denomina a “segunda verdade anunciada ao mundo”, verdade esta anunciada por ele mesmo, em oposição à primeira verdade que é a de amar aos outros como a si próprios para que os homens sejam sábios e felizes.

[...] a segunda verdade anunciada ao mundo é: *para produzir o aperfeiçoamento constante e a felicidade permanente da humanidade, é preciso uma reorganização da sociedade segundo um sistema que dê a todos uma educação e ocupações racionais, e ao homem uma nova existência, cercado-o de circunstâncias superiores. Eis o único meio de eliminar as causas do mal e de assegurar a criação de tudo o que é bom para o homem* (OWEN, 2002, p. 146, grifo do autor).

Aliadas ou não a essas idéias utópicas formavam-se cooperativas de consumo, produção e crédito por operários, tanto para suprir falhas do mercado quanto como resistência à Revolução Industrial. Cooperativas de consumo surgiram, pois o setor de distribuição de alimentos e de outros produtos básicos aos operários ainda estava mal formado. Algumas destas cooperativas de consumo passaram também à produção. As cooperativas de produção estavam não apenas ligadas às cooperativas de consumo, como também representavam uma forma de resistência durante greves dos operários, que não só paravam de trabalhar como passavam a produzir, aumentando o prejuízo aos proprietários das fábricas em que trabalhavam.

⁷ As outras instituições são: as religiões; as profissões; o modo atual de educação; as lutas; as fraudes e a violência; a maneira de educar as mulheres como escravas domésticas; os casamentos de conveniência e indissolúveis; os impostos desiguais e aplicados em medidas que não produzem o bem; a produção de bens de qualidade inferior.

Para Singer (2002a), no período pós-Segunda Guerra Mundial⁸, os movimentos operários europeus foram conquistando direitos aos assalariados formais, tornando-se o principal interesse dos assalariados a conservação do emprego. Esta mudança levou a um crescente desinteresse com relação à Economia Solidária. Na segunda metade da década de 1970, entretanto, a volta de altas taxas de desemprego, causadas pela transferência de boa parte da produção industrial para países com direitos trabalhistas laxistas, debilitou os sindicatos e aumentou a competição entre os trabalhadores.

Com isso, a Economia Solidária foi sendo reinventada com a retomada dos princípios de democracia, igualdade, autogestão e não-assalariamento e em consonância com movimentos emancipatórios para a sociedade civil. Muitos dos empreendimentos de Economia Solidária surgiram, e continuam surgindo, como uma resposta à falência de firmas, à redistribuição de terras subutilizadas e das altas taxas de desemprego e subemprego, ou seja,

O programa da Economia Solidária se fundamenta na tese de que as contradições do capitalismo criam oportunidades de desenvolvimento de organizações econômicas cuja lógica é oposta à do modo de produção dominante (SINGER, 2002a, p. 112).

A reinvenção da Economia Solidária ocorreu por iniciativas de desempregados e marginalizados, com o apoio de entidades ligadas a igrejas, sindicatos e universidades que difundem os princípios e conhecimentos básicos e dão treinamento e assistência. Para Singer, a Economia Solidária pode ser uma “alternativa superior ao capitalismo” no sentido de proporcionar às pessoas uma vida melhor, ao invés de ser apenas uma resposta econômica às contradições do capitalismo, pois, neste caso, ela poderia desacelerar-se com a retomada do crescimento econômico ou não passar de um complemento deste sistema.

O empreendimento solidário não faz parte do capitalismo porque não partilha da separação entre os trabalhadores e a posse dos meios de produção, já que é explorado pelos que nele trabalham. Como os trabalhadores são, em primeiro lugar, trabalhadores e apenas secundariamente, proprietários, a finalidade destes empreendimentos não é a de maximizar o lucro, e sim gerar condições de trabalho melhores e para um número maior de pessoas (SINGER, 2002b).

A Economia Solidária, de acordo com Singer, para poder expandir-se deveria gerar sua própria dinâmica, pois, assim, não dependeria das crises do capitalismo para sua expansão. Com a expansão da Economia Solidária, dois resultados poderiam ocorrer:

⁸ Ver sobre este período a nota de rodapé 3, em que se explica “os anos dourados”.

- Tornar-se-ia uma economia isolada da concorrência com as empresas capitalistas, protegida pelo consumo solidário, que, no entanto, ofereceria apenas uma margem limitada, pois as diferenças de preço e qualidade teriam que ser pequenas ou apenas uma parcela muito pequena da população poderia, ou estaria disposta, a consumir estes produtos;
- Competiria com as empresas capitalistas e com outros modos de produção, alcançando níveis de eficiência comparáveis a estes com o “[...] apoio de serviços financeiros e científico-tecnológicos solidários [...]” (SINGER, 2002a, p. 121).

Para Singer, essa segunda situação seria preferível, apesar de não deixar de ter seus próprios riscos, como uma certa tendência à deterioração dos valores solidários dentro de seus empreendimentos. A idéia é que a Economia Solidária não pode nem depender nem priorizar só a dimensão econômica ou apenas a dimensão social. Ambas as dimensões são necessárias para que ela consiga ter sua própria dinâmica e não se “contamine” pelas formas capitalistas.

2.2.2 Jean-Louis Laville

A segunda corrente que discutiremos é a proposta por Jean-Louis Laville, sociólogo francês que coordena o Centro de Pesquisa e de Informação sobre a Democracia e a Autonomia (CRIDA), dedicando-se ao estudo da Economia Solidária em seu país e no restante da Europa. Obviamente, por tampouco ser realmente seu objetivo, nem todas as suas análises e sugestões aplicam-se ao Brasil, sem que sejam feitas adaptações para uma realidade diferente.

Laville aborda a Economia Solidária de um ponto de vista “antropológico e sociológico” (SINGER, 2004, p. 5). O autor embasa sua análise nos princípios do comportamento econômico de Karl Polanyi, isto é, mercado, redistribuição, reciprocidade e domesticidade, e numa crítica ao utilitarismo.

Dois foram os principais elementos, segundo Laville (2000), que levaram ao surgimento ou ao ressurgimento do debate sobre a economia social e solidária nos países desenvolvidos, principalmente na Europa Ocidental. O primeiro relaciona-se com a sinergia entre Estado e mercado, e o segundo, com as transformações sócio-econômicas que afetaram a estrutura de emprego nestes países. Nas décadas de 1960 e 1970, a sinergia entre Estado e

mercado atingiu seu pico, mas depois este consenso sobre o qual se baseou o crescimento no período foi desestabilizado. Com isso, a partir do fim da década de 1970, os países desenvolvidos começaram a perceber que o crescimento não se traduzia mais automaticamente em um fenômeno de desenvolvimento. Ademais, as mudanças tecnológicas introduzidas foram acompanhadas de um mercado mais “livre” e mais extenso. Mais livre porque há cada vez menos intervenção dos governos. Mais extenso porque a lógica do mercado atingiu áreas que, até então, haviam escapado de seu domínio. Como consequência, por um lado, a estrutura de emprego foi abalada, e, por outro, uma parte maior da vida cotidiana, principalmente nesses países, passou a ser “comprada no mercado”, fenômeno denominado “terceirização”, ou mercantilização da vida cotidiana.

O autor faz uma diferenciação entre Economia Solidária e economia social, sendo que ambas encontram-se dentro do conceito apresentado até este momento no presente trabalho. A Economia Solidária ressurgiu contra a mercantilização da vida cotidiana, propondo, ao contrário, uma democratização da economia. A Economia Solidária divide-se em três eixos: a) o Comércio Justo, que são transações comerciais que levam em consideração regras sociais e ambientais; b) as redes de troca, com trocas não monetárias ou com outras formas de moeda, estimulando a troca de conhecimentos ou a localidade da troca; c) os serviços de proximidade, que prevêem uma forte interação entre os prestadores dos serviços e seus usuários e que não são regidos pela abordagem concorrencial e lucrativa da capacidade de pagar por eles adotada nas formas tradicionais de serviços.

Para Laville, a Economia Solidária tem sua origem em relações advindas, muitas vezes, da economia tradicional, isto é, do setor em que os empreendimentos são pequenos e familiares e buscam ou conseguem apenas, ou pouco mais do que, a mera subsistência.

Entretanto, ela [a Economia Solidária] não se confunde com a economia tradicional, pois vai além do domínio privado, exprimindo no espaço público a reivindicação de um poder-agir na economia, isto é, a demanda de uma legitimação da iniciativa independente da detenção de um capital. Ela funda, assim, um empreendedorismo que não é movido pela rentabilidade do capital investido e que não distingue o que é da ordem da produção e da distribuição, combinando associação para exercer uma profissão em comum e ajuda mútua (FRANÇA FILHO; LAVILLE, 2004, p. 47).

A economia social, por outro lado, agrupa cooperativas, associações e o terceiro setor, este último entendido como as associações sem fins lucrativos, isto é, atividades que estão fora da esfera do mercado e do Estado.

No entanto, essa diferença nos conceitos não tem grande efeito, pois, muitas vezes, o autor refere-se conjuntamente à economia social e solidária e, para ele, apesar das diferenças

existentes entre as diversas iniciativas de economia social e solidária, há dois traços comuns a elas: (i) a relação entre atividade econômica e laços sociais entre atores, que está baseada no comportamento econômico da reciprocidade; (ii) as estruturas da atividade econômica, que são reguladas pela solidariedade.

Eme, Laville e Marechal (2006) não postulam que a Economia Solidária seja um setor à parte, ou que substituiria o setor público, que seja uma economia de caridade ou reservada somente aos excluídos, e muito menos que esteja condenada a ser absorvida pelo setor público ou privado. Pelo contrário, propõe-se uma economia plural, não somente no sentido de princípios de comportamento dos agentes, mas considerando três pólos:

- Um pólo do mercado, organizado pelo princípio da troca;
- Um pólo monetário e não mercantil, organizado pelo princípio da redistribuição, representado, principalmente, pelo Estado;
- Um pólo não monetário e não mercantil, organizado pelo princípio da reciprocidade, representado, sobretudo, pela economia social e solidária.

Nesta visão, a economia que Laville denomina de “economia plural”, é redefinida para além do mercado, ou seja, o mercado não pode ser a única instituição responsável pela organização das atividades econômicas de uma sociedade. Portanto, o pólo não monetário e não mercantil da economia também aparece como gerador de riqueza, como recursos simbólicos e culturais, relações familiares e de vizinhança, integração e participação democrática. Cada pólo é organizado a partir da predominância de um princípio, mas a partir destes pólos estruturam-se combinações historicamente variáveis, pois para Laville, o fato de serem três pólos, e não setores, permite a constituição de formas híbridas. Além do mais, assim como esses princípios têm uma participação diferente ao longo da história, cada um dos pólos também tem importância diferenciada.

Os pólos relacionam-se entre si e podem encontrar-se dentro de uma mesma organização que não dissocia os campos econômico, social e político (LAVILLE, 2002). Uma organização sem fins lucrativos pode criar relações de confiança entre as pessoas que talvez não fossem estabelecidas em uma organização de lógica mercantil. Por outro lado, esta mesma organização pode também contribuir para a integração social e a participação democrática, dado que se relaciona com o espaço público, permitindo a confrontação de indivíduos dentro de uma democracia.

Para que o “projeto de Economia Solidária” seja possível, França Filho e Laville (2004) propõem duas dimensões que devem ser consideradas. Primeiramente, deve-se

considerar a associação entre os princípios de mercado e reciprocidade, ampliando a Economia Solidária para incluir também relações monetárias, passando, portanto, a aumentar o campo de ação e público atingido. Isso deixaria a Economia Solidária mais próxima da economia social. Em segundo lugar, os empreendimentos de Economia Solidária também devem ser “espaços públicos de proximidade”, para que se estabeleçam laços entre os participantes, ao contrário das interações impessoais do mercado e, inclusive, do Estado. Mesmo nessa articulação, a Economia Solidária não é uma panacéia, embora possa “[..] situar-se como um elemento numa estratégia de repartição do emprego articulada a uma estratégia de não-diferenciação das formas de emprego e a uma estratégia da multiplicação das formas de trabalho.” (FRANÇA FILHO; LAVILLE, 2004, p. 93).

2.2.3 José Luis Coraggio

Chegamos à terceira corrente, que é a de José Luis Coraggio, economista argentino, pesquisador e docente da Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), que atua nas áreas de economia popular urbana, desenvolvimento regional, economia do trabalho e políticas sociais. O autor utiliza, ao invés do termo Economia Solidária, os termos “economia popular” e “economia do trabalho”, que são como dois estágios no desenvolvimento das atividades econômicas que estão fora do mercado e do Estado, quando as atividades que eram desenvolvidas sem nenhuma relação entre si passam por um processo de articulação. Este processo permite que a economia do trabalho possa garantir uma sobrevivência mais digna aos seus participantes.

Para Coraggio (2000), a economia popular emerge das mudanças contínuas da economia capitalista e da reação dos trabalhadores a estas mudanças, buscando assegurar a reprodução de suas vidas. Trata-se de superar os comportamentos reativos e potencializar a capacidade dos trabalhadores. O autor concebe a economia como uma ciência relacionada à satisfação de todas as necessidades mesmo que não mercantilizadas ou monetarizadas, sejam as necessidades culturais, simbólicas ou de acesso aos serviços de saúde, à educação e à moradia.

A unidade de análise, para Coraggio, é a unidade doméstica. Em grande parte destas, a produção e a reprodução estão conjugadas, e não se deve tentar separá-las, pois poderia levar

ao fracasso do empreendimento. O principal recurso destas unidades domésticas é seu fundo de trabalho:

Quer dizer, o conjunto das capacidades dos membros de cada unidade doméstica, pelo que estes são capazes seja de obter os produtos que satisfaçam as suas necessidades seja de trabalhar para consegui-los, quer diretamente, quer através do intercâmbio com outros trabalhos ou produtos (CORAGGIO, 2000, p. 95).

Esse fundo de trabalho pode ser constituído por trabalho assalariado, microempreendimentos, trabalho para autoconsumo e trabalho de formação. A capacidade das unidades domésticas de mudarem suas condições depende da composição e da qualidade de suas capacidades de trabalho objetivas, da avaliação das capacidades pela sociedade, do conhecimento das normas jurídicas e morais e dos direitos e deveres, da disposição a tomar iniciativa, da capacidade de obter e interpretar informações.

A reprodução simples da vida é o mínimo necessário para a sobrevivência da unidade doméstica no nível da época e da cultura, enquanto a reprodução ampliada é a melhoria estrutural da qualidade de vida. As propostas de Coraggio buscam a passagem da reprodução simples para a ampliada.

O autor define as unidades domésticas dos setores populares, ou seja, aquelas que compõem a economia popular, como as que não são rentistas, ou seja, que dependem de seu trabalho para sobreviver. Com isso, a economia popular é formada pelo conjunto das unidades domésticas dos trabalhadores. No entanto, o nível de renda também é importante para esta determinação dos setores populares.

Esse setor, para Coraggio, não é idealizável, não pode ser visto como a alternativa para os expulsos do trabalho assalariado. É um setor muito heterogêneo e não “um mundo de valores positivos”, pois está inserido na sociedade capitalista. Por outro lado, a economia popular deve ser transformada em uma economia do trabalho, capaz de confrontar-se, com melhores chances de sucesso, com a economia capitalista e a economia pública. A posição de Coraggio, portanto, é diferente de Laville, que vê uma articulação entre os três pólos, e de Singer, que vê uma independência, embora não um isolamento, da Economia Solidária em relação aos outros dois setores. A economia do trabalho diferencia-se da economia capitalista porque enquanto nesta última a lógica é a do capital, na primeira a lógica é a do trabalho, prevalecendo os interesses dos trabalhadores, enquanto sua reprodução ampliada da vida (CORAGGIO, 2003).

Para Coraggio (2005), os desafios de competitividade e as transformações tecnológicas pelas quais estão passando as empresas capitalistas nas últimas duas ou três décadas levam a uma incapacidade estrutural de absorção de toda a população no mercado de trabalho formal enquanto assalariados. As soluções para esta situação não permitem modelos universais, senão que os caminhos dependem da trajetória histórica e dos recursos de cada região. No entanto, lhe parece claro que é necessário que se tomem medidas para a criação de empregos ao invés de manter políticas assistencialistas para com os excluídos. Para isso, tem-se formado em muitos países um setor de economia social ou solidária. Este setor, que Coraggio define como um setor “[...] a partir da ação do Estado e/ou sociedade civil, que se propõe a gerar emprego autônomo e se baseia em atividades de trabalho associativo, sem fins lucrativos.” (p.115), estaria incluído dentro de sua economia do trabalho. Dado que se constitui de associações voluntárias e redes de cooperação, a Economia Solidária auxilia no processo de articulação entre as unidades domésticas.

A economia do trabalho seria centrada no trabalho com uma lógica própria e não a subordinação ao capital, isto é, a acumulação do capital humano, a reprodução ampliada da vida.

Essa possível economia alternativa, economia do trabalho, seria um sistema que se desenvolveria a partir da economia dos setores populares, fortalecendo suas vinculações e capacidades, potencializando seus recursos, sua produtividade, sua qualidade, assumindo novas tarefas, incorporando e autogerindo os recursos das políticas sociais de modo a fortalecer os laços sociais entre seus membros, seus segmentos, suas microrregiões; uma economia que estruturalmente distribua com mais igualdade, que supere essas tendências à exploração ou à violência, que seja um setor da sociedade mais harmônico e integrado, com outros valores de solidariedade, com maiores recursos voltados para a cooperação (CORAGGIO, 2000, p. 116).

Para Coraggio, a economia popular foi sendo inchada pelas “[...] tendências excludentes, empobrecedoras e precarizantes do capital [...]” (CORAGGIO, 2005, p. 116), mais por adaptação e sobrevivência do que articulada entre si. A mudança para a economia do trabalho seria exatamente a construção dessa articulação para que as unidades domésticas não ficassem isoladas, mas constituíssem uma rede que se auto-sustentasse.

Para viabilizar essa transformação da economia dos setores populares em economia do trabalho, Coraggio sugere o redirecionamento dos recursos públicos de medidas assistencialistas para medidas de promoção deste sistema, além de ser necessário conseguir outras fontes de recursos, que poderiam passar por medidas de redistribuição da renda. Esta economia do trabalho deve ter grande escala, ser formada por uma variedade de

empreendimentos e ser constituída por redes não só de informação, mas também de intercâmbio entre as unidades.

Na página seguinte, apresentamos um quadro resumo com as principais diferenças entre os três autores discutidos nesta seção do trabalho, a fim de ilustrar a discussão. Coraggio e Singer escrevem da perspectiva de países subdesenvolvidos, nos quais o sistema de proteção social é menos abrangente. Para estes dois autores, portanto, a ênfase é dada à Economia Solidária enquanto alternativa de sobrevivência e contestação do modelo capitalista no sentido de que este não exclui parte da população da obtenção desta sobrevivência. Por outro lado, em Laville, a ênfase da Economia Solidária é de contestação dos efeitos, ou seja, de pessoas incluídas no capitalismo e que estão insatisfeitas com seus resultados, dado que a sobrevivência estaria assegurada pela rede de proteção social do Estado.

Quadro 1: Diferenças entre os três principais pensadores da Economia Solidária

	Jean-Louis Laville	Paul Singer	José Luis Coraggio
País/ formação	França/sociólogo	Brasil/economista	Argentina/economista
Termo(s) utilizado(s)	Economia social e Economia Solidária	Economia Solidária	Economia popular e economia do trabalho
Origem histórica	De relações advindas da economia tradicional (empreendimentos pequenos, familiares e de subsistência).	Das lutas dos trabalhadores na Europa do século XIX, formando cooperativas, e do socialismo utópico.	Das mudanças contínuas da economia capitalista e da reação dos trabalhadores para manter sua reprodução material.
Mudanças que levaram à reinvenção	<ul style="list-style-type: none"> • Desestabilização do consenso entre Estado e mercado sobre o qual se assentou o crescimento nas décadas de 1960 e 1970; • Mudanças tecnológicas e mercado mais livre e extenso → mudança na estrutura de emprego e mercantilização da vida cotidiana. 	<p>Altas taxas de desemprego + redução (ou pressão para a redução) dos direitos trabalhistas + aumentos da competição entre os trabalhadores.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Democracia, igualdade, autogestão e não assalariamento.</p>	<p>Mudança da economia popular para a economia do trabalho</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Superação dos comportamentos reativos e potencialização da capacidade dos trabalhadores.</p>
Diferença entre os termos	<ul style="list-style-type: none"> • Economia Solidária: Comércio Justo, serviços de proximidade e redes de troca → contra mercantilização da vida cotidiana. • Economia social: cooperativas e terceiro setor → contra mudanças na estrutura de emprego e exclusão no mercado. 	-	<ul style="list-style-type: none"> • São dois estágios no desenvolvimento das atividades fora do mercado e do Estado. • A economia popular garante a reprodução simples da vida, e a do trabalho, a reprodução ampliada (melhoria da qualidade de vida).
Relação com mercado e Estado	Há articulação entre os três pólos: monetário e mercantil (mercado); monetário e não mercantil (Estado); não monetário e não mercantil (economia social e solidária).	Há independência, mas não isolamento da Economia Solidária em relação à economia capitalista e ao Estado.	Transformação da economia popular em economia do trabalho → maiores chances de confronto com os outros dois setores (economias capitalista e pública).
Perspecti- vas	Reconhecimento de uma economia plural, não organizada somente pelo mercado, mas não alheia a ele, para que possa expandir-se e estabelecer laços.	Expansão, ao gerar sua própria dinâmica → pode isolar-se ou competir com outras formas de organização econômica → a segunda é preferível, mas tem riscos.	<ul style="list-style-type: none"> • Articulação das unidades domésticas, construindo uma rede que se auto-sustente. • Redirecionamento dos recursos públicos de medidas assistencialistas + outras fontes de recursos.

Fonte: Elaborado pela autora.

2.3 As bases da reinvenção da Economia Solidária no Brasil

Para os três pensadores discutidos acima, a Economia Solidária foi reinventada pela reação dos trabalhadores para que pudessem manter sua reprodução material, frente às mudanças do capitalismo que levaram ao desemprego, à precarização do emprego e à desestabilização da relação entre Estado e mercado. No entanto, apenas a discussão das teorias que explicam a Economia Solidária e que dão base para o seu desenvolvimento não é suficiente para uma compreensão do setor ou do movimento. Segundo Singer (2000, p. 13), o mais influente destes teóricos no Brasil, “A Economia Solidária não é a criação intelectual de alguém, [...] [ela] é uma criação em processo contínuo de trabalhadores em luta contra o capitalismo.”, desenvolvendo-se de formas diferenciadas dentro de cada país ou entre países. Sendo assim, discutiremos, nesta seção, as três principais frentes em que a Economia Solidária foi reinventada, desde a década de 1980, no Brasil:

- Nas empresas em processo de falência que foram assumidas por trabalhadores e a partir da Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão e Participação Acionária (Anteag), da União e Solidariedade das Cooperativas do Estado de São Paulo (Unisol) e dos sindicatos;
- No meio rural, a partir do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST);
- Contra a pobreza, a partir da Cáritas, Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida (ACCMV) e das incubadoras universitárias de cooperativas.

No início da década de 1980, várias empresas entram em falência, sendo que algumas foram assumidas por cooperativas formadas por seus trabalhadores, por intervenção dos sindicatos. Do processo que levou a que os trabalhadores de uma grande fábrica de sapatos em Franca, no interior de São Paulo, assumissem a empresa em 1991 surgiu uma metodologia de transferência de empresas capitalistas em processo de falência a seus empregados. No primeiro Encontro dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão, realizado em 1994, foi decidida a criação da Anteag, a fim de assessorar as novas empresas solidárias, preservando empregos.

De acordo com Singer (2002b), essas transformações de empresas capitalistas falidas em empresas autogestionárias tem tido sucesso, devido a que os cooperados aceitaram sacrificar-se para conquistar este objetivo, aos aumentos de produtividade, explicados pela compreensão de que agora trabalham para si mesmos, e, também, a que os novos

administradores tenham aprendido bem seus ofícios enquanto administradores de um empreendimento e enquanto tecedores de relações solidárias. Com este sucesso, a Anteag foi crescendo e, a partir de 2000, passou a ser contratada por alguns governos estaduais e municipais que queriam assistência para desenvolver a Economia Solidária em seus Estados ou municípios.

Do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, região metropolitana de São Paulo, surgiu, em 1999, a Unisol, que conta com uma incubadora de cooperativas e tende a expandir-se pelos mesmos motivos que a Anteag (SINGER, 2002b).

No meio rural, a partir de 1986, começa-se a discutir como organizar os assentados da reforma agrária para que possam conseguir sobreviver e manter a terra. Inicialmente, teve-se que vencer a resistência pela visão negativa que se tinha do cooperativismo agrícola, não identificado com a Economia Solidária. A política do MST constitui-se de desenvolver diversas formas de cooperação, desde a produção em cooperativas até a produção individual com cooperativas de comercialização para compra e venda em comum.

Contra a pobreza, a Cáritas Brasileira, organização ligada à Igreja Católica, começou a mudar seu modo de ação de apenas assistencial para a promoção de organizações comunitárias alternativas a partir de 1984. No campo, participou do desenvolvimento de projetos em assentamento do MST e, na cidade, apoiou cooperativas e grupos de produção para inserir pessoas pobres e socialmente excluídas. Em 1994, a ACCMV também resolveu mudar da assistência para a geração de trabalho e renda.

No final de 1994, a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), no Rio de Janeiro, estava localizada ao lado do Complexo Manguinhos¹⁰, dentro do qual o desenvolvimento do narcotráfico ameaçava, principalmente, os alunos e professores da Escola Nacional de Saúde Pública. Estes se mobilizaram em parceria com a ACCMV e implementaram a COOTRAM, uma cooperativa de trabalho, que gerava emprego para a população do Complexo Manguinhos, e que foi contratada pela Fiocruz, substituindo as empresas que contratavam para diversos serviços, além da formação de uma oficina de costureiras.

A partir desta iniciativa, começaram a se formar incubadoras de cooperativas populares em diversas universidades por todo o país. Em 1999, estas incubadoras decidiram constituir uma rede e participar da Fundação Unitrabalho, incentivando e dando assistência à criação de empreendimentos solidários.

¹⁰ O Complexo de Manguinhos é constituído por 11 comunidades de baixa renda, na zona norte do município do Rio de Janeiro.

Além destas, há também a criação de “formas híbridas” de organização. Um exemplo de forma híbrida é a Unimed, que foi criada como uma cooperativa de saúde em 1967, sendo seguida, depois, por outras cooperativas no mesmo modelo. O complexo é formado por várias cooperativas e por outras empresas não cooperativas, com fins lucrativos e uma fundação. Dentre as cooperativas, há tanto as de trabalho médico, como a primeira cooperativa, quanto de crédito e de consumo.

Outra forma de organização da Economia Solidária é a formação de clubes dentro dos quais são realizadas trocas de produtos e serviços por seus próprios produtores, sem moeda ou com uma moeda específica do clube. Segundo Castro *et al.* (2000), este tipo de organização passou por duas etapas. A primeira baseou-se no modelo francês de trocas de saber, iniciando-se em 1991, e a segunda teve como base o modelo argentino de trocas de saber, produtos e serviços, a partir de 1998.

Ademais, como salientado por Pedrini, Prim e Santos (2004), um passo essencial para a consolidação da Economia Solidária é a formação de redes, interligando empreendimentos em ações conjuntas. As ações passariam tanto da troca de produtos, serviços ou conhecimentos, como para a integração da cadeia. O exemplo citado pelas autoras é o da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI), criada em 2000 pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau (ITCP/FURB), com a intenção de integrar os empreendimentos solidários e entidades de apoio desta região.

Dentre toda esta diversidade de formas da Economia Solidária no Brasil, Gaiger (2004) aponta cinco fatores em torno dos quais seria possível montar uma tipologia de empreendimentos solidários, com fins analíticos. Primeiramente, saber se o empreendimento tem papel essencial ou complementar, intensivo ou extensivo e permanente ou sazonal para o bem-estar material dos participantes. Segundo, saber se a ênfase do empreendimento é em aspectos sociais ou econômicos. Em terceiro, conhecer o grau de complexidade do processo de trabalho no empreendimento, determinando se a divisão do trabalho terá predominância técnica (processos complexos) ou social (processos simples). Quarto, a independência dos participantes com relação a agentes externos. Por último, o grau de cooperação, ou seja, quais etapas do processo econômico passam por formas cooperativas. A partir desta tipologia, a idéia é entender como formas tão diferentes podem ser agregadas dentro do conceito de Economia Solidária.

2.4 As experiências internacionais em Economia Solidária

Mesmo que este trabalho situe-se principalmente no Brasil, a apreensão de experiências internacionais pode servir de base para: (i) uma comparação, entendendo-se os motivos pelos quais um modelo funcionou em um país ou período e, possivelmente, não funcionou em outro; (ii) ou para o aprendizado, desde o que seria recomendado até o que deveria ser evitado. Para tanto, a primeira das ilustrações apresentadas nesta seção compreende, em um período de forte depressão, as medidas utilizadas pelo governo norte-americano para que pudessem ser amenizados os seus efeitos sobre a população. A segunda e a terceira ilustrações correspondem à reinvenção da Economia Solidária em dois países latino-americanos, cujas trajetórias tiveram origens distintas. Em seguida, é apresentado o caso da Corporação Cooperativa Mondragón, exemplo de referência em grande parte dos trabalhos sobre Economia Solidária. Finalmente, discutem-se as organizações internacionais de Comércio Justo.

2.4.1 Programas de amenização dos efeitos da Grande Depressão nos Estados Unidos

A organização de atividades econômicas pelo governo, com a finalidade de gerar emprego e renda à população afetada pela Grande Depressão (1929) nos Estados Unidos, pode servir, e serve, de exemplo para o desenvolvimento de políticas públicas de fomento da Economia Solidária hoje em dia. Na década de 1930, a novidade estava em que o governo Roosevelt, ao invés de criar programas de trabalho compulsório, que humilhavam e estigmatizavam aqueles que dele participavam, desenvolveu programas de criação massiva de emprego (ROSE, 1994). Por ser uma nova abordagem, diversos programas foram testados e corrigidos ao longo da década. Entre 1933 e 1935 coexistiram a Administração Federal de Alívio Emergencial (FERA) e a Administração de Trabalhos Cívicos (CWA). Estes dois programas foram substituídos pela Administração de Progresso do Trabalho (WPA), o programa mais conhecido dentre os desta década, que durou até 1943. Ao invés do trabalho compulsório aos beneficiários de ajudas financeiras, a idéia era criar empregos voluntários, com salários baseados nos do setor privado, para a realização de diversos tipos de trabalho socialmente útil.

Dentre os limites destes programas, ressaltados por Rose (1994), estava a marginalização de mulheres e negros. A autora destaca que, por outro lado, os programas eram muitas vezes criticados, sendo apontados como “trabalhos inúteis”¹¹ (*boondoggles*), ou como competição injusta com o setor privado. Os programas foram “tolerados” por um tempo devido ao receio de que a população estivesse à beira de movimentos de revolta. Devido às altas taxas de desemprego, as pessoas foram percebendo que o desemprego não era, neste caso, uma falha pessoal e, sim, um problema que estava além de seu controle individual. Elas começaram, então, a demandar ajuda do governo.

A assistência começou pelos governos locais e estaduais, mas a pressão da população e destes governos, levou a que o governo central interviesse criando os três programas mencionados. Para participar deles, cada família ou indivíduo tinha que se inscrever e passar por um teste de necessidade pela investigação de um assistente social.

Na FERA, foram criadas cooperativas de auto-ajuda, nas quais eram produzidos bens e serviços, distribuídos por outros canais que não o mercado. A criação de cooperativas, no entanto, acabou sendo suspensa porque as empresas reclamavam que esta produção competia com o setor privado. Outros projetos incluíam o funcionamento de escolas em áreas rurais, trabalho em agências e instituições do governo, em bibliotecas, museus e programas recreacionais, trabalhos de saúde e de pesquisa, dentre outros. No inverno entre 1933 e 1934, a FERA foi complementada com a CWA, em caráter de urgência.

Quando os projetos envolviam trabalhos que não interferiam diretamente com o setor privado, eles eram considerados “trabalhos inúteis”, e quando os trabalhos eram os de produção para uso, eram considerados como competidores com o setor privado. Não que realmente fossem competidores na amplitude em que foram aplicados, mas os empresários, como explica a revista *Business Week*¹² (*apud* ROSE, 1994), temiam que se abrissem precedentes para a expansão do setor de produção comandado pelo Estado. Para evitar estas críticas, que, entretanto, nunca cessaram, o WPA incluiu a preocupação em não competir com o setor privado, dando prioridade à construção e à reforma de prédios, principalmente de escolas.

Os programas aqui apresentados, segundo Rose (1994), não foram responsáveis por que os Estados Unidos saíssem da depressão, mas, pelo menos, garantiram alívio a uma parte da população empobrecida, enquanto o início da Segunda Guerra Mundial não fizesse com que a economia norte-americana crescesse novamente.

¹¹ No sentido de que eram pagos salários muito altos para a realização de trabalhos ineficientes e desnecessários.

¹² A Revista *Business Week*, em um artigo intitulado “FERA factories” de 28 de julho de 1934.

2.4.2 A Economia Solidária enquanto política de governo na Venezuela

O governo venezuelano, durante várias gestões, desde o final da década de 1980, buscou, mediante políticas de fomento à Economia Solidária gerar empregos formais e garantir o abastecimento da população mais vulnerável. Embora nem todos os programas tenham tido resultados efetivos, esta preocupação começa no país depois que políticas de promoção a cooperativas, pequenas empresas familiares e organizações não governamentais tivessem tido, até o final da década de 1980, importância marginal entre as políticas de governo. Nesta época, no entanto, o quadro começou a inverter-se. Em 1987, foi criado o Fundo de Cooperação e Financiamento de Empresas Associativas (FONCOFIN), que passou por diversas reestruturações, mudando sua função em acordo com os outros programas desenvolvidos (BARRANTES, 1998). Em 1989, foi criado o Programa de Promoção e Apoio à Economia Popular, que durou até 1994, quando foi substituído.

Esse enfoque adotado pela Venezuela foi acompanhado de um programa de reestruturação das estratégias de desenvolvimento, dando fim ao modelo de substituição de importações, pertencente a um período conhecido como *Pacto de Punto Fijo*. O período de quarenta anos em que foi aplicado este modelo pode ser caracterizado, segundo Barrantes (2003), pela queda da qualidade de vida da população, aumento da pobreza, protestos populares, deslegitimação do sistema político, estagflação, insegurança social, alimentar e jurídica, corrupção e impunidade.

Quando o período do *Pacto de Punto Fijo* começou a dar sinais de esgotamento, a Economia Solidária estava prevista dentro do Plano Nacional de Enfrentamento da Pobreza, mas o foco ainda eram as unidades de produção individual, ou seja, mais no sentido da economia popular de Coraggio, discutido anteriormente. Este tipo de abordagem demonstra que a solução era mais imediatista, ou seja, ela amenizava a pobreza, mas não criava um setor com dinâmica própria, capaz de se auto-sustentar. Ademais, o princípio da descentralização adotado no país a partir de 1989, também foi repassado ao Programa de Promoção e Apoio à Economia Popular e aos programas seguintes, podendo representar um certo obstáculo quando há tensões entre o governo central e os regionais (LÓPEZ-CARRASCO; OCHOA-HENRÍQUEZ, 2002).

Em 1994, o presidente Caldera criou três grandes “programas solidários” de fonte de emprego: Fomento ao setor da Economia Solidária; Habitações de Interesse Social e Reativação da Pequena e Média Indústria. (BARRANTES, 1997) Ao primeiro estão

integrados: Abastecimento Solidário (feiras, pontos de abastecimento, farmácias sócio-comunitárias); Empresas de Solidariedade (capacitação em gestão e assistência) e Promoção e Supervisão de Organizações Cíveis de Desenvolvimento Social. “Mediante el fomento a la Economía Solidaria se procura desarrollar como política de Estado los mecanismos de abastecimiento alimentario masivo [...]” (BARRANTES, 1997, p. 60), ou seja, utiliza-se o desenvolvimento da Economia Solidária como política de alimentação da população mais pobre.

Na Constituição de 1999, sob a presidência de Hugo Chávez, aprovada por consulta popular, ao apoio estatal às microempresas somou-se o apoio e a prioridade direcionados às cooperativas de Economia Solidária. Dentro do Plano Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social de 2001 a 2007 está previsto o fomento à Economia Solidária, enquanto medida para alcançar o equilíbrio econômico, dado que ela contribui para democratizar o mercado (LÓPEZ-CARRASCO; OCHOA-HENRÍQUEZ, 2002). O plano prevê não somente o fomento a organizações individuais, mas também a sua integração na forma de redes sustentáveis.

2.4.3 Os clubes de troca na Argentina

Segundo Singer (2002a), os clubes de troca foram criados quase simultaneamente no Canadá e na Argentina. Enquanto no Canadá, eles desempenhavam o papel de resolver um problema mais local, na Argentina, eles se espalharam rapidamente, denunciando que o problema era nacional. Para o autor, o aumento rápido do número de clubes de troca na Argentina estava relacionado à paridade da moeda com o dólar – que só permitia a emissão de pesos quando entravam dólares no país – aliada à queda da entrada da moeda estadunidense, resultando na falta de meios de pagamento. Também pode ser incluído entre os fatores que levaram à proliferação dos clubes de troca, o crescimento da pobreza e do desemprego a partir da década de 1980.

Nos clubes de troca, bens, serviços e conhecimentos são trocados utilizando-se, normalmente, uma moeda específica do clube. Este mecanismo pode suprir a falta de moeda oficial quando há pessoas desocupadas com recursos em potencial, que poderiam, portanto, estar produzindo, mas falta o dinheiro para comprar bens que são necessários a estas pessoas.

“Em outras palavras, a falta de dinheiro inibe a divisão social do trabalho.” (SINGER, 2002a, p. 106). Fora dos clubes de troca, não é possível comprar sem antes se ter vendido algo.

O primeiro clube de troca na Argentina foi criado em 1995, na cidade de Benal, próxima à Buenos Aires, por um grupo de vizinhos. Foi uma resposta dos que se chamam “novos pobres”, buscando sua sobrevivência (PRIMAVERA, 1999). Nos anos seguintes, com a grande divulgação da experiência pelos meios de comunicação, clubes de troca começaram a ser criados por todo o país, até que foi formada uma rede de clubes que garantia a autonomia de cada um, mas que permitia intercâmbios entre eles (PRIMAVERA, 2003). Percebendo o êxito desta iniciativa da sociedade civil, o Estado decide participar, e, em 2000, é firmado um acordo entre a Secretaria da Pequena e Média Empresa, que durou apenas seis meses, mas que presenciou uma proliferação ainda maior de clubes de troca pelo país.

Essa proliferação, no entanto, foi acompanhada de uma corrupção da rede: a formação de uma hierarquia centralizadas, tirando a autonomia dos clubes; a falsificação de suas “moedas” e a sobre-emissão da “moeda” pelo grupo fundador. Dentre os motivos do desmanche da rede, Primavera (2003), aponta a sobre-emissão como o principal.

2.4.4 A Mondragón Corporación Cooperativa

A primeira cooperativa que deu início a esta corporação foi fundada em 1956 na cidade de Mondragón, no nordeste da Espanha, com o apoio do padre José Maria Arizmendi, professor em uma escola técnica. Cinco técnicos formados por esta escola, com sua ajuda, arrecadaram dinheiro na cidade para a aquisição de uma empresa falida, formando a primeira cooperativa.

Tentando manter o ideal cooperativista numa época de grande expansão industrial, os insumos da cooperativa inicial passaram a ser produzidos por outras cooperativas independentes, criadas com este intuito. Estas novas cooperativas, junto com a primeira, formaram um grupo cooperativo. Para que este grupo não fosse apenas um conjunto de cooperativas e, sim, uma cooperativa de segundo grau, a criação da reconversão de resultados, que distribuía entre as cooperativas do grupo tanto os excedentes quanto os resultados negativos, e a absorção dos excedentes de trabalhadores foram medidas importantes, assim como salientado por Bakaikoa-Azurmendi (1996).

Em 1959, foi criado um banco cooperativo, a Caja Laboral Popular, que passou a controlar todas as cooperativas do grupo e a incubar novas cooperativas. Em 1967, parte da Caja Laboral formou uma cooperativa, a Lagun-Aro, responsável por prestar serviços de assistência social: saúde, pensões e realocação interna de trabalhadores desligados de alguma das cooperativas.

Também a educação e a pesquisa não foram esquecidas pelo padre Arizmendiarreta, sendo criados, dentro da escola técnica, em 1968, um departamento de pesquisa e, em 1972, um laboratório de automação. Em 1998, a escola técnica tornou-se a Universidade de Mondragón. Ademais, uma cooperativa foi criada para dedicar-se exclusivamente à pesquisa industrial, a partir de um centro de pesquisa criado em 1974. De acordo com Singer (2002a), esta preocupação com ensino e pesquisa desde o início da corporação seria um dos fatores que explica não somente a competitividade das cooperativas, como também a não degeneração do caráter solidário, já que o quadro gerencial recebeu formação dentro deste modelo na escola técnica ou na universidade que faz parte do grupo.

Apesar dos êxitos alcançados até então, o passo seguinte da corporação foi a sua expansão internacional a partir de 2000. Para Forcadell-Martinez (2005), esta expansão levou à formação de uma corporação dual, chegando a 40% ou 50% dos trabalhadores não sendo sócios. A transformação ocorreu, como destaca o autor, devido à preocupação com sua competitividade, caso não estivesse presente no resto do mundo, e à dificuldade de adaptar seu modelo aos outros países, pelas diferenças e pelo medo de que a corporação acabasse perdendo sua identidade.

2.4.5 As organizações internacionais de Comércio Justo

O movimento do Comércio Justo surgiu como um contraponto aos efeitos negativos do livre comércio, considerando seus preços injustos para os países em desenvolvimento, com a deterioração dos termos de intercâmbio (LECLAIR, 2002). Ele se iniciou nos Estados Unidos no final da década de 1940, e na Europa no final da década de 1950. A diferença entre os dois movimentos foi o desenvolvimento posterior europeu que levou à formação de redes de importadores, que certificam, oferecem crédito e eliminam intermediários na importação dos produtos para as lojas solidárias.

Na Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) de 1964, representantes do Sul manifestaram seu desejo de autodeenvolvimento por meio da frase “Trade, not aid”, isto é, não queriam mais simplesmente recursos por meio de cooperação ao desenvolvimento, mas também abertura para seus produtos no mercado do Norte, a fim de desenvolverem-se através de seu próprio trabalho. O Comércio Justo se inspira neste pleito (BUCOLO, 1999), permitindo a abertura dos mercados do Norte para os produtos certificados e se preocupando com o resultado dos preços justos em relação ao desenvolvimento local no Sul.

Segundo Socías-Salvá e Doblás (2005), quatro organizações coordenavam o Comércio Justo em nível internacional: a Associação Internacional de Comércio Justo (International Fair Trade Association - IFAT), formada por cooperativas e associações do Sul e importadoras e distribuidoras do Norte; a Associação Européia de Comércio Justo (European Fair Trade Association - EFTA), composta por importadoras de países europeus; a Rede de Lojas Solidárias Européias (Network of European World Shop - NEWS!), formada por associações nacionais de lojas solidárias da Europa; a Organização de Rotulagem de Comércio Justo (Fair Trade Labelling Organisation - FLO), que regula a rotulagem dos produtos, a partir de padrões estabelecidos pela organização. A tarefa da FLO é verificar se os produtores estão conforme os padrões de Comércio Justo estabelecidos, assegurar que os prêmios (diferença entre o preço do Comércio Justo e os custos de produção e sobrevivência dos produtores) sejam utilizados para o desenvolvimento da localidade dos produtores, verificar se os preços do Comércio Justo chegam aos produtores e assegurar que somente os produtores certificados utilizarão o rótulo de Comércio Justo.

Essas organizações são muito importantes no comércio Norte-Sul, já que são as responsáveis por estabelecer o contato entre o produtor e o consumidor. Entretanto, como salientado em Herth (2005), é preciso ter cuidado para que a identificação do consumidor com as organizações não ofusque a relação entre consumidor e produtos, um dos objetivos deste sistema.

Depois da discussão do conceito, ou dos conceitos, de Economia Solidária, sua história, seu desenvolvimento no Brasil e em alguns casos internacionais, torna-se necessário discutir a abordagem teórica, dentro da Economia e em relação com outras áreas disciplinares, que caberia ao estudo deste tema. Como a teoria econômica tradicional pressupõe modelos solidários, são discutidos, no capítulo seguinte, as modificações necessária à esta teoria para que o tema possa ser abordado.

3. O econômico e o social

As associações envolvidas na Economia Solidária e no Comércio Justo relacionam-se tanto ao campo econômico quanto aos campos social e político. Neste sentido, mesmo que o homem econômico seja egoísta e maximizador (segundo a economia tradicional), nestas associações, os indivíduos participam não somente como agentes econômicos, mas também como cidadãos, membros da comunidade. Assim, para se estudar a Economia Solidária e o Comércio Justo faz-se necessário:

- 1) Entender o surgimento e a sobrevivência de associações que encerram concomitantemente as lógicas econômica, política e social;
- 2) Considerar a relação entre ética e economia e entender esta relação tanto na busca de princípios alternativos de comportamento econômico quanto no entendimento dos juízos de valores feitos pelas pessoas ao adjetivarem um Comércio Justo. Esta aproximação começa com o entendimento da separação entre ética e economia e com a tomada do interesse como o princípio econômico;
- 3) Entender o mercado como uma forma de alocação, dentre outras, que se tornou predominante apenas com o desenvolvimento do capitalismo, e que as outras formas de alocação permanecem, além de entender o mercado como uma formação social.
- 4) Entender como se formam os preços “justos” e porque um consumidor escolheria um produto de Economia Solidária/Comércio Justo, mesmo tendo que pagar um preço mais elevado.

Esses quatro tópicos, no entanto, não são independentes. Muito pelo contrário, como será possível perceber ao longo deste capítulo, essas quatro divisões são propostas meramente para facilitar a exposição, pois há uma justaposição entre elas.

Com o abandono do interesse individual como único princípio motivador do comportamento econômico, com a compreensão da estrutura social das relações econômicas e com a pluralidade dos campos em que a Economia Solidária atua, torna-se possível a existência da solidariedade como princípio motivador da ação humana e a justificação do funcionamento do Comércio Justo.

3.1 A coexistência das lógicas econômica, política e social em uma associação

Nas associações de Economia Solidária os indivíduos participam ao mesmo tempo como agentes econômicos, como cidadãos e membros da comunidade. Nesse sentido, elas encerram três lógicas, quais sejam, política, econômica e social, dentro de uma mesma associação (GAIGER, 2004). Veremos, então, como essas associações formam-se, tomando-se para tanto, democracia, sociedade civil, movimentos sociais e capital social como conceitos fundamentais.

Quanto à democracia, o conceito evoluiu, primeiramente, de sua forma direta na Grécia Antiga para a democracia representativa de Tocqueville (1969). Depois, na sociedade contemporânea, quando grande parte dos países possuem algum grau de democracia representativa como forma de governo, a discussão passou para um entendimento mais extenso do termo, atingindo também a sociedade civil, “da escola à fábrica” (BOBBIO, 1987).

Normalmente, o termo sociedade civil é empregado dentro da dicotomia sociedade civil/Estado, como as relações sociais fora da esfera deste último, não sendo possível, portanto, delimitar sociedade civil sem delimitar Estado (BOBBIO, 1987). Esta oposição entre sociedade civil e Estado, que nem sempre existiu, iniciou-se principalmente com Hegel e Marx. A definição negativa de sociedade civil, ou seja, a de que ela é o que o Estado não é, pode ser interpretada de três maneiras distintas: como pré-estatal, como anti-estatal e como pós-estatal. Como nos explica Bobbio (1987), a primeira, situa a sociedade civil como a infraestrutura em oposição à superestrutura, o Estado. Por outro lado, como anti-estatal, ela adquire a conotação de lugar onde se formam as lutas de emancipação em relação ao poder estatal. Por último, a sociedade civil adquire um sentido cronológico do ideal de uma sociedade sem Estado.

O uso tradicional do termo sociedade civil compreendia três sentidos: a sociedade civil como sinônimo de Estado, variando a sociedade a que se opunha, podendo esta ser doméstica (no esquema aristotélico), natural (para os jusnaturalistas, como Hobbes e Kant) ou religiosa; como uma evolução do estado natural, com a instituição da propriedade privada, levando a um estado de corrupção do qual se sairia com a instituição da república por um contrato social, em Rousseau; por último, como sinônimo de sociedade civilizada, após passar pelas sociedades selvagem e bárbara, tal como postula Ferguson.

A partir de Hegel, a sociedade civil tomou uma nova conotação, a de um momento no processo de evolução do Estado. Em seu esquema, a oposição ocorre entre família, sociedade

civil e Estado, sendo que a sociedade civil apresentava-se como uma forma incompleta deste último. Em Marx, o conceito assumiu o sentido das relações materiais ou econômicas, tornando clara a oposição entre sociedade civil e Estado. Esta oposição continuou existindo em Gramsci, mas a sociedade civil passa a fazer parte da superestrutura, sendo o campo do poder ideológico, em oposição ao poder político do Estado.

Do uso tradicional de sociedade civil, identificando o Estado com uma forma de sociedade, não somente o uso do termo, mas também o sistema social e as instituições políticas através dos quais se exerce o domínio, foram evoluindo. Na Idade Moderna, com o desenvolvimento das relações econômicas para além do governo da casa e do aparato dos poderes públicos, Estado e sociedade civil foram tomando papéis distintos (BOBBIO, 1987).

Para Boaventura de Souza Santos (1999), a sociedade civil é o campo social em que as divergências geradas pelo contrato social¹, divergências que são entre regulação e emancipação social, entre vontade individual e geral e entre interesse particular e bem comum, são resolvidas continuamente de forma pacífica e democrática por meio do Estado nacional, do direito e da educação cívica. As divergências resultantes do contrato social decorrem de disputas por definições alternativas do bem comum, sendo que este, no entanto, só pode ser formado se existirem mecanismos de convergência de: valores, não no sentido econômico; medidas, não só de peso, de comprimento, etc., mas também de liberdade e de igualdade; de interesses, que transformem valores, medidas e interesses individuais em comuns.

Para o autor, o paradigma do contrato civil está, atualmente, em crise e com ele este conceito de sociedade civil, pois a dificuldade da transformação de valores, medidas e interesses individuais em comuns está aumentando. Ademais, com o aumento da exclusão e com o trabalho perdendo seu caráter inclusivo, de transformar trabalhadores em cidadãos, reduz-se a parcela da população que participa do contrato, tornando necessária a constituição de uma nova contratação. Estando o atual contrato em crise, “A questão é de saber se contém algumas oportunidades para a substituição virtuosa do velho contrato social da modernidade por um outro, menos vulnerável à proliferação da lógica de exclusão.” (SANTOS, 1999, p. 102).

Possivelmente, no caminho da formação de um novo contrato social que incluísse ao invés de excluir, existem os movimentos sociais, que se proliferaram, mormente, a partir do final da década de 1960, com interesses e identidade comuns, buscando mudar uma situação

¹ Contrato social no sentido jusnaturalista de pessoas livres fazendo um contrato para aumentar sua liberdade.

ou defender alguma causa ou grupo de pessoas. Estes movimentos podem ter objetivos dos mais diversos, mas dentre eles pode estar o da inclusão de populações marginalizadas. Além do mais, eles podem ter um papel importante na ampliação da democracia, gerando a discussão sobre a situação destas pessoas.

Castells, analisado os movimentos sociais urbanos do final da década de 1970 e início de 1980, apontou que estes movimentos “[...] estavam se tornando as principais fontes de resistência à lógica unilateral do capitalismo, estatismo e informacionalismo.” (1999, p.80). Na década de 1990, segundo o autor, estes movimentos tomaram trajetórias diferentes, sendo que as quatro principais são: sua integração direta ou indireta nos governos locais; movimentos que se preocupam somente com os problemas relacionados ao ambiente imediato; redes de solidariedade e reciprocidade sustentadas por igrejas, organizações não governamentais e intelectuais de esquerda, garantindo a sobrevivência de uma população excluída; por último, a formação de “gângues” com a “cultura da recompensa imediata”, pois “não existe amanhã”.

Ou seja, dentre estas quatro trajetórias está incluída a Economia Solidária. Seria interessante, portanto, o incentivo a que os movimentos sociais de resistência seguissem a trajetória da Economia Solidária ao invés da trajetória da violência (quarta trajetória). Para Castells (1999), estes movimentos de resistência passam pelo que ele chama de formação de identidade de resistência, pois são pessoas marginalizadas que encontram na constituição desta identidade uma forma de sobrevivência, opondo-se às instituições da sociedade. Entretanto, há também outro tipo de identidade, a de projeto, quando as pessoas “[...] constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social.” (p.24). Não só a trajetória da violência, mas também a da Economia Solidária, só poderá transformar a estrutura social, para que os excluídos possam ser reinseridos, caso a identidade que a trajetória forme deixe de ser de resistência e passe a ser de projeto.

Para que seja formada uma identidade de projeto pode ser necessária a articulação destes movimentos entre si e com outros grupos da sociedade, por meio dos laços fracos de que fala Granovetter (1973), discutidos posteriormente neste trabalho, criando uma “ponte” para o novo. Dupas (2003), ao analisar as conseqüências da polarização da sociedade, apresenta dois caminhos possíveis. A diferença entre grupos pode ser vista por eles como uma ameaça ao sistema de referência do grupo e, neste caso, gerar-se-iam violência e racismo. Mas ela também pode ser vista como uma ponte para novas experiências, estabelecendo-se, então, relações de solidariedade. Portanto, a trajetória de solidariedade, com a formação de um

projeto de transformação, passaria pela interpretação da diferença como uma ponte para o novo e pelo estabelecimento desta ponte, levando à solidariedade entre grupos de uma sociedade.

Abramovay *et al.* (2006), avaliando em conjunto os resultados de trabalhos realizados no ambiente de um programa de pesquisa sobre movimentos sociais, governança ambiental e desenvolvimento territorial, puderam concluir que, nestes trabalhos, os movimentos sociais são importantes para criar o ambiente institucional capaz de reduzir a pobreza e a exclusão social, pois, principalmente: aumentam a parte da vida social que participa numa esfera pública; apresentam assuntos que não faziam parte da vida das pessoas afetadas; permitem democratizar-se o processo de tomada de decisões; transformam reivindicações em direitos que aumentam o sentimento de respeito destas pessoas e transformam populações excluídas em protagonistas da sociedade a que pertencem.

Entretanto, os mesmos trabalhos destacaram que a mudança do ambiente institucional era necessária, mas não suficiente para promover a inserção social. Segundo Abramovay *et al.*, são cinco os possíveis motivos para esta falha. Em primeiro lugar, em alguns casos, seria necessária a reconstrução da identidade comunitária para que fosse possível a ação dos movimentos, mas o reforço demasiado desta identidade poderia levar ao isolamento e criar barreiras a mudanças. Em segundo lugar, os movimentos sociais precisariam abrir-se para permitir o acesso de grupos que não faziam parte de seu círculo social inicial, mas que pertenciam ao mesmo território, para que pudessem conseguir a cooperação destes grupos, e este seria um desafio às identidades que se participam do movimento desde seu início.

Em terceiro lugar encontravam-se dois problemas: as dificuldades das populações pobres de lidarem com incerteza e risco e a distribuição desigual dos benefícios gerados, sendo possível, portanto, que as mudanças trazidas pelos movimentos sociais acabassem deixando as populações excluídas, que pretendiam ajudar, em uma situação ainda pior que a inicial. O quarto motivo possível era a contradição entre a tentativa de inclusão da população por meio da construção de mercados e as relações de impessoalidade, criticadas na instituição mercado, que resultava numa questão concernente à capacidade destes movimentos de manterem a solidariedade que os caracteriza. Por fim, a dificuldade de manter-se o equilíbrio entre os seus objetivos enquanto movimentos sociais e a necessidade que tinham esses movimentos de preocuparem-se também com sua própria reprodução funcional.

Apesar de todos esses problemas dos movimentos sociais com relação à concretização de seus objetivos de mudança, sobretudo no sentido de inclusão social, não é possível descartar sua importância para a ampliação da democracia. Dupas (2003), entretanto, talvez

tenha uma visão um pouco mais cautelosa do papel dos movimentos sociais com relação à ampliação da democracia, visão esta que não diz respeito às falhas destes movimentos, como apontadas por Abramovay *et al.*, mas aos resultados, possivelmente não intencionais, de seus objetivos. Para Dupas, eles podem tornar-se uma ameaça à construção coletiva das liberdades, algo que é fundamental para a construção da democracia, ao levarem as discussões para o espaço privado, ao invés do público.

Esse autor compreende a dificuldade de formação de valores, medidas e interesses individuais em comuns, discutida anteriormente a partir de Santos (1999), como um resultado do enfraquecimento do Estado no final do século XX. Com o fim dos governos socialistas no leste europeu, a sociedade civil, entendida por Dupas no sentido gramsciano de espaço de disputa entre ideologias que legitimam o Estado, passou a aparecer como uma esfera autônoma em relação ao mercado e à burocracia do Estado. As instituições públicas eram afrontadas ao mesmo tempo em que era promovida a sociedade civil, causando a perda do espaço público enquanto promoção do bem coletivo e, com isso, a destruição das solidariedades sociais e a percepção das desigualdades como algo natural. Para tornar a situação ainda mais complicada, no final da década de 1990, a sociedade civil foi absorvida pelo mercado, passando a cidadania a definir-se enquanto escolha privada do consumidor em vez de participação cívica.

As lacunas deixadas pelo Estado em atividades econômicas, políticas e sociais, argumenta Dupas, foram ocupadas, em parte, por ONG's, e por novas formas de associativismo. Esses movimentos, em tese, não aspiram a sua incorporação ao Estado, mas a uma ação coletiva ligada a territórios e temas específicos. Ademais, com o Estado enfraquecido, os serviços privados impõem-se sobre o que até então era espaço público, e se esvai o espaço de igualdade entre os cidadãos, ou seja, transformam-se os espaços públicos de conflito em espaços privados de consumo. Não há, portanto, mais conflito porque cada opinião divergente dentro da sociedade civil expressa-se por meio de suas organizações, não sendo, por conseguinte, decidido, através do conflito, um objetivo comum a ser perseguido pelas diretrizes do Estado.

Depreende-se daí que os movimentos sociais e organizações da sociedade civil, apesar de muitas vezes serem associados com o aumento da democracia, por permitirem um espaço de participação e por “darem voz” a indivíduos que, de outra forma, não seriam ouvidos, podem ter uma relação negativa com a democracia em um sentido nacional quando buscam reduzir o conflito, ao invés de abastecê-lo com novos argumentos.

O que Dupas argumenta, na verdade, é que há perigo na proliferação de ONG's e do associativismo no sentido de que lutam por objetivos individuais sem tentar torná-los coletivos. Isso porque numa sociedade democrática, a liberdade individual deve ser construída coletivamente para que tanto o Estado, quanto os indivíduos e corporações, tenham limites a fim de que a satisfação pessoal não substitua o bem público.

O fato da liberdade individual ser construída coletivamente significa que ela não pode ser identificada com individualismo ou com o impessoalismo do mercado. Sen (1993) considera que a palavra liberdade tem pelo menos dois aspectos significativos. O primeiro, que ele chama de “aspecto do processo”, é a autonomia da escolha e está ligada à idéia de imunidade contra interferências em nossas vidas. Este aspecto permite proteger os direitos de realizar trocas e transações livremente, dado que “Os mercados são, então, defensáveis com base nos direitos que as pessoas têm, de seus efeitos de geração de bem-estar.”² (p. 526). O segundo aspecto da liberdade é chamado “aspecto da oportunidade”. Neste caso, as pessoas são livres porque têm a oportunidade de atingir seus objetivos, ou seja, este aspecto depende da existência de um conjunto de situações alternativas dentre as quais ela pode escolher qualquer uma. Assim, numa sociedade democrática são esses dois aspectos que devem existir e ser definidos coletivamente.

Tocqueville (1969), observando a sociedade norte-americana na primeira metade do século XIX, ficou maravilhado com a democracia deste país quando comparado à sua França natal, pois era um país livre de laços feudais que reduzem a autonomia de escolha das pessoas, e onde, segundo ele, a democracia “funcionava”. Apesar de encontrar liberdades importantes nos Estados Unidos, Tocqueville também encontrou a necessidade de associação neste tipo de sociedade, mas uma associação diferente da que encontrava na sua França, pois estava presente numa sociedade em que os laços sociais em relação a status foram enfraquecidos pela igualdade legal de seus cidadãos.

Nas sociedades aristocráticas, estes homens não precisam se reunir a fim de atuarem, porque estão fortemente ligados uns aos outros. Cada cidadão rico e poderoso constitui uma associação permanente e compulsória composta de todos os que dele dependem ou dos que submete para a execução de seus desígnios. Nas nações democráticas, pelo contrário, todos os cidadãos são independentes e fracos; mal podem fazer seja o que for, por si próprios, e nenhum pode obrigar seus concidadãos a prestar-lhe ajuda. Todos, portanto, se tornam impotentes, se não aprenderem, voluntariamente, a ajudarem-se uns aos outros (TOCQUEVILLE, 1969, p. 230).

² “Markets are then defensible on grounds of the rights that people have, rather than because of their welfare-generating effects”. A tradução apresentada no corpo do texto é nossa.

No entanto, a cooperação entre pessoas não é algo evidente e, inclusive, segundo Putnam (1993), não cooperar para benefício mútuo não é necessariamente ignorância ou irracionalidade. Isso fica evidente com os estudos de teoria dos jogos, segundo os quais, para que os agentes cooperem é necessário um comprometimento confiável entre eles, conseguido, por exemplo, com a repetição do jogo indefinidas vezes ou com a disponibilidade de informação confiável sobre os jogadores. Por outro lado, segundo o autor, a cooperação é mais abundante que o previsto pela teoria, sendo necessário observar o contexto social em que o jogo ocorre, pois a cooperação voluntária é mais fácil em uma comunidade com alto estoque de capital social, formado por normas de reciprocidade e redes de engajamento cívico.

Para Putnam, o capital social facilitaria a coordenação de ações por cooperação espontânea, dado que as redes sociais permitem que o conhecimento torne-se transitivo e abrangente. O capital social é um bem público e, portanto, tende a ser subavaliado e subofertado por agentes privados, precisando surgir como um subproduto de outras atividades sociais, como da Economia Solidária. Fukuyama (2002), por exemplo, não concorda com a caracterização do capital social como bem público, pois, para ele, o capital social “[...] é um bem privado que produz externalidades positivas e negativas extensivamente.”³ (p.30). Isso decorre de uma definição diferenciada do capital social.

O conceito de capital social, então, não é um conceito único, existem variações entre os seus diversos pensadores, que muitas vezes refletem sua formação. Enquanto Putnam entende o capital social como as conexões entre os indivíduos, isto é, suas redes sociais e normas de reciprocidade, Fukuyama entende o capital social como a utilização dos valores e normas da vida em sociedade, que compõem a cultura, para promover a cooperação social. Para Bourdieu (1980), por outro lado, capital social são os recursos ligados à posse de uma rede de relações entre indivíduos de um grupo. Para ele, este tipo de capital, entretanto, não pode ser considerado como dado, ele não se forma espontaneamente por condições naturais ou sociais, ele se forma e se mantém por um processo de realimentação das relações sociais entre os indivíduos de uma mesma sociedade.

Devido a essa caracterização do capital social enquanto atributos individuais por Fukuyama e por Bourdieu, eles tornam-se, como afirmou o primeiro, em bens privados e não públicos, embora produzam externalidades. Apesar de o capital social ser um bem privado nestas duas caracterizações, as externalidades produzidas por ele levam a que este seja, do mesmo modo, subavaliado e subofertado, além de não ser facilmente produzido.

³ No original: “[...] *it is a private good that produces extensive positive and negative externalities*”.

As cooperativas pertencem ao que Putnam denomina redes de engajamento cívico. Estas redes aumentam o custo potencial da não cooperação e formam fortes normas de reciprocidade. A vantagem da Economia Solidária, em relação a uma empresa capitalista, seria sua organização horizontal de auto-gestão. Com esta organização, todos os trabalhadores têm o mesmo status dentro da cooperativa, podendo haver confiança e cooperação. Numa organização vertical, no entanto, isto não ocorre. “Uma rede vertical, não importando o quão densa seja nem o quão importante seja para seus participantes, não pode sustentar confiança social e cooperação.”⁴ (PUTNAM, 1993, p. 174). A impossibilidade de se estabelecerem relações de confiança e cooperação decorre, principalmente, da dificuldade de punição de um superior, por seu comportamento *free rider*.

Embora o modo de produção capitalista e a democracia tenham, possivelmente, tido vantagens, em relação ao feudalismo e à autocracia, por sua organização mais horizontal da sociedade, como proposto por Putnam, essa organização não foi transposta à empresa capitalista, no sentido de empresa que tem por finalidade a valorização de seu capital. Aparentemente, esta seria uma vantagem do empreendimento solidário ao apresentar uma organização interna também horizontal. Devemos lembrar, assim mesmo, que as associações da Economia Solidária e do Comércio Justo, mesmo não tendo a realização do lucro como objetivo, atuam dentro de um ambiente capitalista e se relacionam a ele, sofrendo as mesmas pressões de competitividade que as empresas capitalistas, dentro da lógica deste sistema.

Segundo estudo realizado por Saxton e Benson (2005), há uma relação estreita entre o capital social e as organizações sem fins lucrativos. Estes pesquisadores, percebendo que a distribuição e o crescimento do setor sem fins lucrativos não eram distribuídos igualmente pelos Estados Unidos, descobriram que seu crescimento estava positivamente relacionado a diversos fatores, mas, principalmente ao capital social. Dentre os fatores que afetaram positivamente o crescimento do setor estão a concentração inicial de empreendimentos, a renda média, a taxa de emprego, à idade da população, os gastos do governo e, mais do que os anteriores, a diversidade de amizades e o engajamento político convencional, duas facetas do capital social. Apesar das conclusões de Saxton e Benson estabelecerem a relação entre os dois, é difícil dizer que o capital social levou ao crescimento do setor sem fins lucrativos, pois trata-se de um processo que se auto-alimenta.

Quanto à questão do tamanho das organizações, Putnam (2003) argumenta que organizações menores têm mais facilidade em estabelecer e manter a conexão entre os

⁴ No original: “A vertical network, no matter how dense and no matter how important to its participants, cannot sustain social trust and cooperation”.

membros, ao mesmo tempo em que grupos maiores têm maior diversidade. Uma solução, então, para unir as vantagens dos dois é a formação de grupos pequenos que participam de grupos maiores, assim, estar-se-iam formando tanto o capital social do tipo “*bonding*”, nos grupos pequenos, quanto o “*bridging*”, nos grupos maiores. Estes dois tipos de capital social podem ser comparados ao que Granovetter (1973, 2005) chama de laços fracos e laços fortes, embora a relação não seja direta, pois embora toda ponte (*bridge*) seja um laço fraco, nem todo laço fraco é uma ponte, pois ele pode não oferecer este contato com o novo. Esta ponte para o novo ocorrerá somente quando o laço fraco ocorrer entre dois indivíduos que não possuem laços fortes com um outro mesmo indivíduo, ou seja, quando o laço fraco estabelecido entre os indivíduos A e B não for causado por um laço forte que os dois possuem com indivíduo C, sendo então a única ligação entre dois grupos.

Para Granovetter (1973), a organização comunitária em uma comunidade formada por grupos fechados, isto é, dentro dos quais pessoas são ligadas por laços fortes, seria prejudicial, dado que resulta em uma comunidade fragmentada. Do mesmo modo, uma comunidade seria fragmentada mesmo que existissem laços fracos, caso eles não fossem pontes. Ainda assim, o que Granovetter quer demonstrar é que os laços fracos são importantes para a organização das comunidades, pois podem ser pontes, ao ponto que os laços fortes, quando existem por si só, causam apenas fragmentação nesta comunidade.

O capital social também se relaciona com o conceito de *embeddedness*, originalmente concebido por Polanyi, e, posteriormente, desenvolvido por Granovetter (1985), pois áreas com grande estoque de capital social têm um alto grau de *embeddedness* de sua economia (CARROLL; STANFIELD, 2003)⁵. Segundo Carroll e Stanfield, em áreas com maiores estoques de capital social, as relações por meio do mercado podem ser menos importantes. Isso porque tanto relações de reciprocidade, informais, quanto de redistribuição, formalizadas no aparelho estatal, dependem da solidariedade que é uma parte do que se chama de capital social.

⁵ Discussões sobre este conceito serão desenvolvidas mais adiante.

3.2 Ética e economia

A modernidade⁶ tinha necessidade de uma autocertificação, por meio da ruptura com as normativas do passado. O primeiro a tomar essa questão como problema filosófico foi Hegel, sendo a subjetividade o princípio da modernidade. Este princípio da subjetividade foi estabelecido através de três eventos: a Reforma protestante, o Iluminismo e a Revolução Francesa. Este princípio passou a dominar todas as esferas da sociedade, desde o Estado e a economia até a cultura e os conceitos morais. O indivíduo começou a ser visto como sujeito de si mesmo, sendo seu bem-estar de sua responsabilidade, a ser perseguido “em consonância com o bem-estar de todos os outros” (HABERMAS, 2002).

Caillé (1988) faz uma constatação similar, apesar de utilizar o termo utilitarismo ao invés de subjetivismo. Aponta como os três eventos que levaram ao estabelecimento do princípio do utilitarismo: (i) a Reforma protestante, (ii) o desenvolvimento da ciência e (iii) o desenvolvimento do mercado e o triunfo das classes médias. Por este último, o autor entende o aparecimento em cena das classes médias, que tiveram um papel importante nas revoluções democráticas, garantindo a participação de seus interesses na política, e econômica, ressaltando a supremacia da lógica do mercado na organização da sociedade. Os três eventos responsáveis pela determinação do princípio da sociedade moderna apontados por Caillé são bastante similares aos que Hegel já havia apontado anteriormente. Caillé, no entanto, enfatiza o desenvolvimento do mercado, o que permite o estabelecimento da relação entre utilitarismo e escassez.

Com a modernidade, então, o indivíduo torna-se responsável por seu bem-estar, e, portanto, por estar (des)empregado. O desemprego passa a ser visto como uma escolha ou culpa do indivíduo e não, exatamente, como um problema social ou sistêmico. No entanto, como o indivíduo pode ser responsável por seu desemprego quando não é seu próprio empregador? Ele poderia ser responsável em um empreendimento de auto-gestão, em que cada trabalhador é proprietário e responsável pelas principais decisões do empreendimento, no caso da Economia Solidária.

⁶ Entende-se por modernidade as mudanças ocorridas nas ciências, nas artes, na filosofia, nas teorias morais e jurídicas que ocorreram durante os séculos XVIII e XIX principalmente na Europa ocidental, mas com repercussões em outras regiões do mundo. Estas mudanças nas idéias foram acompanhadas por mudanças sociais (precedidas ou decorridas). Representavam uma ruptura constante com o passado e, portanto, precisavam buscar uma nova justificativa filosófica. Evidentemente, estas são mudanças concomitantes ao desenvolvimento do capitalismo.

No início do capitalismo, as liberdades conquistadas eram percebidas como bastante positivas em relação aos privilégios do feudalismo medieval, como Marx destaca no capítulo 24 d’*O capital*, em que fala da acumulação primitiva de capital. O homem, com o capitalismo, tornava-se livre, no sentido de livre dos meios de produção e livre dos privilégios da Igreja e da nobreza.

Ademais, neste período, “[...] uma ética de fins toma o lugar de uma ética de valores [...]” (BIANCHI, 1987, p. 131) e, com ela, o individualismo e a economia política. Esta última surgiu com três compromissos, dentre os quais o de estar “[...] eticamente embasada na possibilidade de reconciliar egoísmo, altruísmo e bem-estar.” (BIANCHI, 1987, p. 134).

Esse destaque do interesse como “paixão razoável” foi resultado de um debate iniciado no século XVII contra a repressão das paixões humanas reinante até então. Um argumento bastante interessante para a não repressão das paixões humanas é o de Fourier, que não excluiu o embasamento religioso também utilizado por Santo Agostinho para a repressão. Segundo Fourier (2002), por que Deus daria as paixões aos homens se elas são recrimináveis? Portanto, “[...] trata-se de decidir quem está errado, se Deus ou a moral.” (p. 92). E se Deus deu a sede de riqueza aos homens é porque ela é desejável e tem papel importante no desenvolvimento da sociedade, fazendo-a passar da ordem bárbara, para a civilizada, isto é, para a sociedade burguesa, e, finalmente, para a ordem societária⁷.

Bianchi (1987) afirma que o embasamento da economia política sobre o interesse garantia constância e previsibilidade ao mundo, ao invés do contrário que ocorreria em um mundo com multiplicidade de paixões comandando a ação humana. Essa ênfase no interesse acabou tornando-se um atalho que excluía as discussões em torno das motivações humanas, afastando a economia da ética.

Segundo Dupas (2003), Gramsci destacava a importância da ideologia enquanto força formadora e não apenas justificadora da história, do qual conclui que uma ideologia passa a ser hegemônica quando há soldagem entre as condições objetivas e a política, cultura e as outras instituições da sociedade, ou seja, quando ela passa da superestrutura para a infraestrutura da sociedade. Portanto, podemos entender que apesar de não ter sido de todo verdadeira, em seu início, a definição de que o interesse era o princípio motivador da ação humana, esta definição tornou-se cada vez mais verossímil⁸ com o passar do tempo. Assim,

⁷ Estágio de desenvolvimento da sociedade idealizado por Fourier e descrito anteriormente na discussão sobre o socialismo utópico.

⁸ Nesta frase queremos dizer que, com a dispersão do capitalismo e o aumento das relações impessoais, a realidade aproximou-se mais da teoria, ou seja, o interesse próprio passou a ter, cada vez mais, um papel importante nas relações humanas.

no capitalismo, o aumento das relações impessoais e da fragmentação das relações pessoais levaram a um processo de independência da esfera econômica em relação à esfera social. Concomitantemente à formação da economia de mercado, formou-se uma sociedade de mercado (POLANYI, 2000), portanto, o interesse passou a ser a principal motivação em um número cada vez maior de atividades da vida das pessoas.

Quanto à possível absorção da Economia Solidária pelo modelo capitalista, há a preocupação de suas práticas serem “contaminadas” pelas práticas capitalistas, com cooperativas perdendo seu caráter de auto-gestão. Parece, à primeira vista dos movimentos de economia alternativa, que eles devem ser protegidos do capitalismo, não somente para não serem arrebatados por sua força, mas também para não serem “contaminados” por práticas capitalistas que “desvirtuariam” as idéias originais. A primeira idéia que vem à mente é: como essas práticas podem ser melhores se elas não despontam naturalmente? No entanto, após dois séculos de capitalismo, a mentalidade ocidental está condicionada a suas práticas, que parecem naturais, pois já foram justificadas filosoficamente⁹ e cristalizadas na prática. Assim como os trabalhadores tiveram que ser condicionados ao trabalho capitalista e à mentalidade de nobreza perpassada pela burguesa, nossas mentes, hoje em dia, teriam que ser condicionadas a essas formas alternativas de organizar a economia e a sociedade¹⁰, não para que passemos a considerá-las “boas”, mas para que pudessem nos parecer “naturais” e não arrisçassem “contaminar-se pelo capitalismo”.

Apesar da expansão da economia de mercado, continuaram a existir atividades e ocasiões em que o interesse não era o único motivador da ação humana. É por isso que Bianchi (1987) e Sen (1999) criticam o afastamento da economia em relação à ética, no seu sentido descritivo de “como as pessoas comportam-se”. Sen (1999) julga que este afastamento é prejudicial à economia, pois se desconsidera a multiplicidade de interesses. Multiplicidade esta que é necessária para estudar a Economia Solidária e o Comércio Justo.

O liberalismo clássico buscava a liberdade e aceitava desigualdades por mérito (VERGARA, 2002), o que era muito importante na época, dado que as desigualdades da sociedade aristocrática decorriam do status social. O problema é que muitas desigualdades acabaram se perpetuando e os filhos dos que se saíram bem passaram a ter mais chances que os filhos dos que se saíram mal, mesmo que o segundo grupo tivesse mais mérito. O mesmo vale para empresas e países, perpetuando a marginalização de um segmento da sociedade.

⁹ Ver nota número 6 deste capítulo.

¹⁰ No entanto, nem todas as questões que foram estabelecidas com a modernidade são abandonadas pela Economia Solidária. A idéia da dignificação da pessoa pelo trabalho permanece, apesar de, no caso da Economia Solidária, o trabalhador trabalhar para si mesmo e não para um capitalista.

Retomamos a discussão sobre as desigualdades aceitas pelo liberalismo clássico, ou seja, aquelas geradas por mérito, e o posterior aprofundamento destas desigualdades, gerando uma situação de pontos de partida bastante diferentes para os indivíduos. É contra estas últimas desigualdades que luta o Comércio Justo. Na sua versão em inglês, *fair trade*, ou em francês, *commerce équitable*, o sentido do adjetivo justo remete a uma redução das desigualdades, pois estas, no estágio em que chegaram, não seriam mais vistas como justas pela sociedade, ou pelo menos por parte dela, dois séculos após terem sido defendidas.

Segundo Vergara (2002), a ética pode ser entendida em três principais sentidos. O primeiro é o estudo do comportamento humano, de seus hábitos e condutas, como se manifestam, também conhecida como moral descritiva. O segundo é o estudo dos julgamentos de valores que os homens formam sobre a conduta humana, sendo também descritivo. O terceiro sentido é a reflexão sobre a natureza humana e sobre o que se entende por bem e mal e por certo e errado, deixando de ser descritiva para ser prescritiva.

O terceiro sentido da ética passa pela compreensão prévia dos dois anteriores. Assim, Rawls (1981) apresenta as duas etapas da constituição de uma teoria da justiça, ou seja, primeiro a descoberta de qual é a situação inicial e quais os princípios de justiça dentre os quais se pode escolher, enquanto, em um segundo momento, decidi-se quais princípios devem ser escolhidos. Estando, assim, relacionadas as afirmações de que o homem comporta-se interessadamente e de que o homem *deve* comportar-se interessadamente.

Segundo Dumont (1977 *apud* BIANCHI, 1987), a ciência econômica emancipou-se por meio de uma transformação em três momentos, sendo o último deles a separação da economia em relação à moral, por meio da *Fábula das abelhas* de Mandeville (1987). Esta separação, no entanto, não é vista como positiva, nem por Bianchi (1987), nem por Sen (1999). Ademais, para se entender um comércio definido como “justo” é preciso retomar a origem da ciência econômica como um ramo das ciências morais, pois não seria possível se pensar a avaliação do comércio apenas pelo caráter de eficiência econômica definida pelo ótimo de Pareto, numa perspectiva do segundo sentido da palavra ética.

Tanto o Comércio Justo quanto a Economia Solidária demandam a integração de conceitos como equidade, democracia, justiça e liberdade na avaliação do desenvolvimento econômico. O comércio, neste caso, não é determinado apenas pelas forças auto-reguladoras do mercado, mas também pelas noções de justiça da sociedade, numa perspectiva do terceiro sentido da ética, isto é, o prescritivo.

Sen (1999) aponta duas origens para a ciência econômica, uma ligada à engenharia e outra, à ética. Estas duas origens permearam os primeiros economistas, em proporções

diferentes. Na economia moderna, a primeira origem acabou prevalecendo e a economia, distanciando-se da questão ética¹¹. O autor enfatiza que as duas abordagens são importantes, mas cada uma tem uma importância maior dependendo do que se estuda. No caso da Economia Solidária e do Comércio Justo, faz-se muito necessária a ênfase na questão da ética, pois estes não podem ser entendidos somente por meio de uma análise logística e de coordenação, diferentemente de trocas mercantis, que passam pela alocação e por relações impessoais em um mercado auto-regulado e socialmente desenraizado.

A retomada de alguma forma de ética pela economia passaria, segundo o autor, pelo refutamento da racionalidade homogênea, ou seja, perceber os indivíduos de modo mais amplo, admitindo comportamentos outros que a racionalidade, enquanto maximização de utilidade e consistência interna, além de abordar as instituições sociais de maneira menos simplista.

Sen, em um trabalho de 1977 (e reeditado em 1997), faz um balanço de como o conceito do homem egoísta que busca seu auto-interesse tornou-se parte dos modelos até hoje. Chega, então, à conclusão de que “[...] a natureza do homem nestes modelos econômicos correntes continua, então, a refletir uma formulação específica de algumas questões filosóficas gerais postas no passado. O realismo do conceito de homem escolhido simplesmente não é parte desta indagação.”¹² (p.88). Isso significa que não foram questionadas outra vez, no decorrer dois séculos que nos separam dos fundadores da ciência econômica, nem as motivações dos comportamentos humanos, nem o realismo dos conceitos apresentados no passado. Se estas questões foram postas, elas não foram ouvidas.

No referido trabalho, Sen aponta que há, possivelmente, outra razão para que se aceite o conceito do homem egoísta nos modelos econômicos. Nestes modelos, se um indivíduo mantém a consistência de suas “preferências reveladas”, sempre irá parecer que este indivíduo é egoísta por estar maximizando sua própria utilidade, independente de ele ser realmente, como exemplifica Sen, um “egoísta tapado”, um “altruísta entusiasta” ou um “militante com consciência de classe”.

Um outro conceito sugerido por Sen (1997), que seria responsável por descrever o comportamento humano, e que, assim como o auto-interesse, não seria excludente de outros conceitos, é o compromisso (*commitment*), que está ligado à moral. Segundo o autor, a

¹¹ Acabaram sobressaindo-se questões logísticas de coordenação do sistema econômico ao invés da questão de “como devemos viver”.

¹² No original: “*The nature of man in these current economic models continues, then, to reflect the particular formulation of certain general philosophical questions posed in the past. The realism of the chosen conception of man is simply not a part of this inquiry*”.

inclusão deste conceito alteraria os modelos econômicos tradicionais, pois a escolha não é, necessariamente, da melhor alternativa ou da alternativa tão boa quanto as outras. Portanto, seria possível traçar uma linha divisória entre a escolha de uma pessoa e o seu bem-estar. Sen ressalta, também, que o conceito de compromisso pode ser importante, sobretudo, no comportamento dos consumidores com relação aos bens públicos. Este conceito de comprometimento está rodeado de relações sociais, pois é determinado pela ética, que, por sua vez, é parte da cultura de uma sociedade. Além do mais, o compromisso também pode ser causado pelo hábito.

A importância do compromisso é explicitada em outro trabalho. Sen (2005) apresenta duas razões por que é importante considerar o compromisso como um dos princípios de racionalidade. Primeiro porque amplia o conceito de racionalidade, tornando o *homo aeconomicus* menos robótico, pois além da satisfação de suas necessidades, este agente teria a “[...] liberdade de decidir o que valoriza e como perseguir o que valoriza [...]”¹³ (p.10). Segundo porque permite uma melhor compreensão do comportamento humano, motivo este relacionado à explicação que o compromisso pode dar quanto às variações de comportamento entre sociedades e ao longo do tempo, dado que incorpora a sociedade no indivíduo.

Assim também, estudos mais recentes apresentam Adam Smith, considerado como o defensor do *laissez-faire*, de que a combinação de indivíduos movidos pelo auto-interesse com as novas liberdades econômicas de sua época gerava riqueza e prosperidade às nações, este embasamento da economia política sobre o interesse, como consciente da relação existente entre suas duas obras, a *Riqueza das nações* e a *Teoria dos sentimentos morais* (CERQUEIRA, 2003). Sobrepondo as duas, então, “[...] a liberdade de perseguir os interesses próprios que é a característica das sociedades comerciais está vinculada a uma ordem moral que liga cada indivíduo à sociedade.” (CERQUEIRA, 2003, p.12).

Portanto, tanto a consideração do conceito duplo de homem econômico, que age guiado por seu próprio interesse individual e por seu comprometimento social, quanto a existência de um vínculo entre as duas ordens, a dos interesses próprios e a da moral, estabelecem uma ligação entre a economia e a sociedade, assim como será discutido na seção seguinte.

Outro modo de estabelecer esta relação entre economia e sociedade é por meio da consideração de que os agentes não têm informação completa sobre as decisões que têm que

¹³ No original: “[...] *freedom to decide what to value and how to pursue what we value*”.

tomar, nem capacidade mental para interpretá-las de modo completo¹⁴. Como consequência, ideologias, dogmas, mitos e preconceitos são formados pelos agentes para realizar suas escolhas, e a racionalidade instrumental da teoria econômica tradicional, que considera que os agentes têm informação e capacidade de interpretá-la completas, não é válida para a maioria destas situações em que os agentes têm que fazer escolhas (NORTH, 1993). A relação entre economia e sociedade decorre de que decisões econômicas têm que ser tomadas não só com base nas informações econômicas que o agente possui, mas também por meio de instituições (regras formais ou as ideologias, dogmas, etc.), que são formadas na sociedade.

As situações em que as escolhas são feitas sob informação e racionalidade imperfeitas decorrem, principalmente, de mercados em que as propriedades de bens e serviços são difíceis de serem medidas, podendo, portanto, serem incluídos os casos em que uma relevante característica dos bens é a justiça (*fairness*), como no Comércio Justo.

3.3 O Mercado: uma forma de alocação dentre outras

O abandono da idéia do homem econômico egoísta e propenso à troca também é necessário para a compreensão do mercado como uma construção social e do comportamento econômico como enraizado (*embedded*) nas relações sociais. Isso porque tanto a Economia Solidária quanto o Comércio Justo surgem como uma alternativa à lógica da produção e do comércio capitalistas. Ademais, a lógica utilitarista não pressupõe as práticas econômicas que não se dissociaram do social (BOURDIEU, 2000), ou, do mesmo modo, as que retomaram e tentam retomar esta relação entre o econômico e o social, como é o caso das práticas analisadas neste estudo.

É necessário pensar o mercado como formação social/histórica e a economia com suas estruturas sociais para entender a Economia Solidária como algo além de uma resposta à crise¹⁵. Ou como resposta às crises momentâneas, mas que deixa raízes por tratar-se de uma resposta às falhas do capitalismo, por meio de soluções alternativas ou não-capitalistas, mas

¹⁴ De acordo com o conceito de *bounded rationality*, introduzido por Herbert Simon, e que será discutido na última seção deste capítulo.

¹⁵ Defensores da Economia Solidária afirmam que, apesar do início ter sido para atender vítimas da crise econômica nas décadas de 1980 e 1990, esse já não é o motivo principal de sua prosperidade. Essas iniciativas começaram a se integrar e receber apoio de instituições especializadas (Singer, 2002a). A idéia é a de libertação pela solidariedade. Essa idéia chega até a se difundir para órgãos mais conservadores como o Banco Mundial, que acrescentam em suas análises sobre a pobreza, questões como a vulnerabilidade como uma vertente da pobreza e a questão do empoderamento dos indivíduos para que possam sair da pobreza e se manterem fora dela.

inseridas dentro dele. Portanto, apesar de constituir-se de formas não-capitalistas de produção, a Economia Solidária não têm intenção de revolução. Isso fica claro ao se perceber que sua reinvenção ocorre concomitantemente ao fim do socialismo real como alternativa aos descontentes com o sistema atual, quando muitos mudam de estratégia, abraçando outra forma ou magnitude de mudança e emancipação, aliada à plasticidade do sistema capitalista, ou seja, sua capacidade de absorver a contra-cultura e, muitas vezes, transformá-la em capitalismo¹⁶.

Ao pensar-se no mercado como uma construção histórica, como uma forma de alocação dentre outras, abre-se a oportunidade de serem discutidas as influências de variáveis tanto econômicas quanto não econômicas nas relações econômicas, ou seja, aquelas que concernem à produção e à alocação de bens e serviços.

A teoria econômica tradicional insiste na construção de uma economia de mercado atemporal e associal, com o “homem econômico” caracterizado por uma propensão à troca, concebida como natural. A principal contribuição de Karl Polanyi (2000) pode ser a crítica a este caráter “natural do mercado” e, com ele, da “propensão natural à troca” dos indivíduos, colocando, em seu lugar, uma economia inserida em um contexto social em que a economia controlada pelo mercado representa apenas um período histórico em uma sociedade específica.

A descoberta mais importante nas recentes pesquisas históricas e antropológicas é que a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais. Ele não age desta forma para salvaguardar seu interesse individual na posse de bens materiais, ele age assim para salvaguardar sua situação social, suas exigências sociais, seu patrimônio social (POLANYI, 2000, p. 65).

Para que a economia de mercado possa ser bem entendida como específica e transitória, é necessário entender a economia como a forma de (sobre)vivência (*livelihood*) dos homens, enquanto a economia de mercado é apenas uma das tecnologias que permitem a sua (sobre)vivência (POLANYI, 1977).

Polanyi (2000) diferencia quatro princípios de comportamento econômico que estão relacionados ou que são facilitados por quatro diferentes maneiras de organização da sociedade: a reciprocidade com o padrão simétrico de organização; a redistribuição com alguma centralização; a domesticidade com a autarquia; a permuta ou troca com o mercado. Cada um destes princípios de comportamento econômico pode ocupar tanto um lugar principal quanto um subordinado numa sociedade.

¹⁶ Como a escravidão nas Américas, que apesar de não ser capitalista num sentido marxiano de trabalhadores livres, estava inserida, pelo menos nos séculos XVIII e XIX, ou seja, com o surgimento do capitalismo nas metrópoles, num sistema capitalista e articulava-se a ele.

O padrão de mercado, no entanto, é mais específico que os outros três, dado que cria uma instituição com uma função específica única, ou seja, relacionada apenas a ele. Esta instituição é o mercado. Atitudes pessoais individuais, muitas vezes, falham em ter efeitos na sociedade quando estão ausentes as condições sociais necessárias. Portanto, somente quando existe esta instituição que é o mercado e quando a maioria das relações econômicas passa a ser determinada por ele, é que podemos falar de uma economia de mercado e de uma sociedade de mercado (POLANYI, 1977). Além da economia de mercado, forma-se uma sociedade de mercado, pois, quando o sistema econômico é controlado pelo mercado, toda a estrutura social é afetada e a sociedade aproxima-se de um mero auxiliar seu, com o social passando a estar contido no econômico e não o contrário.

A maioria das relações econômicas serem determinadas pelo mercado significa que trabalho, moeda e terra têm que se tornar mercadorias (POLANYI, 2000). Já que não são produzidas para a venda, são mercadorias fictícias. A formação destas mercadorias, ou seja, a criação de um mercado de trabalho, a criação de dinheiro sujeita a um mecanismo automático e o livre comércio, foi um processo lento e “doloroso”, como apresenta Polanyi.

O problema está em que uma sociedade não é capaz de suportar essas ficções sem desenvolver mecanismos de proteção contra este “*moinho satânico*” que transforma tudo em mercadoria e que destrói as estruturas sociais que davam sustentação às pessoas, levando à desintegração do ambiente cultural. “Quanto mais compreensivo tornava-se o sistema de Mercado, mais ele revelava sua incapacidade de satisfazer os requerimentos para uma sociedade estável.”¹⁷ (POLANYI, 1977, p. 1). Neste sentido, tanto o homem quanto a natureza e as transações mercantis necessitam de proteção contra as forças devastadoras do mercado auto-regulável.

Para Polanyi, portanto, as sociedades anteriores à sociedade de mercado possuíam economias bastante enraizadas em suas relações sociais. Esta situação mudou com a formação do mercado auto-regulável no século XIX e início do XX, mas a mudança acabou sendo revertida devido à necessidade de proteção da sociedade. Mesmo que a independência da economia em relação à sociedade não tenha sido tão profunda como apresenta Polanyi, não é possível negar que os pensamentos liberal e neoliberal tentaram alcançar este objetivo.

A idéia do “moinho satânico” de Polanyi não é uma crítica ao mercado em si e sim à economia de mercado com mercados auto-regulados, a qual levou, como ressalta Stanfield (1980) ao analisar a obra de Polanyi, à crise de 1929, exatamente por causa desta ênfase em

¹⁷ No original: “*The more comprehensive the market system became, the more it revealed its incapacity to satisfy the requirements of a stable society*”.

ser “auto-regulado”. O mercado em si não merece uma crítica generalizada, pois foi a restrição a seu acesso que gerou mais pobreza do que a sua existência (ABRAMOVAY, 2004). Para tanto, a crítica à “devastação” gerada por uma economia desenraizada, não implica na sugestão de voltar ao passado, pois parte da liberdade conquistada pelas pessoas nessa passagem foi importante¹⁸, e os mercados podem favorecer a melhora de vida da população pobre, desde que elas possam participar deles em uma situação menos desigual. Com a destruição dos “laços feudais”, as associações entre os indivíduos deixaram de ser compulsórias para serem espontâneas¹⁹. No entanto, estas liberdades conquistadas foram demasiadas e se não fosse a sociedade rearticular-se, ela poderia ter sido destruída. Mas esta recomposição começou a ser destruída novamente no final do século XX.

Castel (1998) faz uma distinção entre individualismo “positivo” e individualismo “negativo”, ou, melhor dizendo, entre os efeitos positivos e os negativos do individualismo. No fim do século XVIII, segundo o autor, um individualismo “positivo” substituiu o que Aléxis de Tocqueville (*apud* CASTEL, 1998, p. 595) havia apresentado como um “individualismo coletivo” e que caracterizava a França do antigo regime, em que “cada um dos milhares de pequenos grupos [...] não pensava senão em si mesmo.”

O individualismo “positivo” buscava substituir esta sociedade de grupos fechados por uma sociedade baseada em contratos estabelecidos, a princípio, entre indivíduos independentes por sua própria vontade. Entretanto, para que esta sociedade se impusesse era necessária a destruição dos “pertencimentos coletivos”, sem que fossem criados novos laços. Este processo acentuou o individualismo “negativo”, bastante próximo do “moinho satânico” de Polanyi (2000 [1944]). Assim, também Dumont (2000) comenta a passagem para o individualismo moderno: “Com o predomínio do individualismo contra o holismo, o social nesse sentido foi substituído pelo jurídico, o político e, mais tarde, o econômico.” (p.91), formando indivíduos a-sociais.

O individualismo que Castel (1998) observa que se está formando hoje em dia é uma “metamorfose” do lado negativo do individualismo, mas que contém apenas este lado, já que “[...] um individualismo por falta de referências, e não por excesso de investimentos subjetivos, não é necessariamente o valor dos indivíduos que é prioritariamente motor num processo de individualização.” (p. 603). Seria, portanto, necessária a constituição de proteções, e, para tal, Castel considera apenas o poder público como capaz de fazê-lo. Quanto

¹⁸ Retomar as discussões da seção 3.2 sobre as liberdades conquistadas com a destruição dos privilégios da sociedade feudal.

¹⁹ Pelo menos do ponto de vista social, pois podem não ser tão espontâneas quando se considera que a vida destas pessoas pode depender desta associação

à solidariedade, para ele, as antigas estão “*esgotadas demais*” e as novas são apenas medidas de desespero que podem aliviar, mas que não podem resolver o problema.

Dumont (2000), de modo similar, aponta que a sociedade moderna, ao pretender ser “racional”, em um sentido próximo a autônoma, tentou aniquilar os valores intrínsecos, relacionados aos fins, permitindo apenas os valores instrumentais, relacionados aos meios. Seria necessário, então, introduzir valores nas sociedades individualistas, por meio da introdução de um certo grau de holismo, deixando aberto o caminho pelo qual isso seria feito: “[...] como podemos construir uma passagem entre a nossa ideologia moderna que separa valores e ‘fatos’ e as outras ideologias onde os valores estão ‘imbricados’ na concepção do mundo?” (p. 253).

Apesar de todo o esforço desempenhado pelo pensamento liberal e pelas transformações ocorridas nos últimos dois séculos, o individualismo não tomou conta de toda a sociedade nem de toda economia, seja considerado pela teoria econômica tradicional como se a tarefa tivesse sido cumprida, ou, pior, como se tivesse sido sempre deste modo. Ao criticar o tratamento do mercado e da concorrência pela teoria do equilíbrio geral como “fenômenos a-sociais”, Abramovay (2004, p. 44) afirma que:

A sociologia econômica contemporânea tem justamente essa característica de conceber os mercados como resultados de formas específicas, enraizadas, socialmente determinadas de interação social, e não como premissas cujo estudo pode ser feito de maneira estritamente dedutiva.

Apesar da abordagem da sociologia econômica ser um meio importante para a compreensão de uma economia que não se desprendeu totalmente da esfera social e do mercado ser apenas uma forma de alocação entre outras, a nova sociologia econômica parece concentrar-se mais nele. Ainda assim, o entendimento do enraizamento do mercado na sociedade é importante para os objetivos propostos neste trabalho. Além da nova sociologia econômica ou sociologia econômica contemporânea, a sociologia econômica antiga, aquela que surge no século XIX, conforme Raud (2003), também nos é útil.

Na nova sociologia econômica, não há um consenso quanto à forma em que o mercado está enraizado na sociedade. Concordando com Steiner (2005), as três principais formas em que a sociedade influencia o mercado são as seguintes:

- Por meio das relações e das redes pessoais;
- Por meio das estruturas de poder e das instituições formais, resultantes ou não destas estruturas;
- Por meio da cultura e do hábito.

A importância das relações e das redes pessoais aparece em Granovetter (1985) por meio do conceito de *embeddedness*²⁰. O autor não diferencia a economia de mercado com mercados auto-reguláveis do mercado em si, como o faz Polanyi, que considera, portanto, que é a primeira que tentou separar-se das amarras da sociedade no século XIX e início do XX, e não que o mercado possa existir ou funcionar independente da sociedade. Granovetter, no entanto, considera que o nível de *embeddedness* nas sociedades anteriores à sociedade de mercado era menor do que, segundo ele, considera a escola substantivista da antropologia, a qual deu origem o trabalho de Polanyi, e que o nível da sociedade atual é maior do que considera a mesma escola..

Esta crítica é, provavelmente, decorrente da visão de Granovetter da sociedade influenciando a economia. No entanto, a economia também influencia a sociedade (WEBER, 1978 *apud* BOETTKE; STORR, 2002) e as mudanças econômicas causadas pelo surgimento do capitalismo influenciaram, sim, a sociedade, tanto que se esta influência não tivesse surgido, ele não teria conseguido criar as condições para sua existência e expansão. Ademais, a economia, no século XIX e início do XX, não passou a estar “flutuando”. A questão, como ressalta Stanfield (1980), é que, para Polanyi, antes a economia estava enraizada na sociedade e, neste período, passou a subordiná-la, invertendo a situação, ou seja, era a sociedade que estava enraizada na economia, daí a formação da sociedade de mercado para acompanhar a economia de mercado.

Ademais, em confronto com a relação que a nova economia institucional estabelece entre a economia e a sociedade, utilizando-se do conceito de instituições como restrições ao comportamento econômico²¹, o conceito de *embeddedness* em Granovetter (1985) não é geral, dado que as pessoas não confiam simplesmente em arranjos institucionais. Assim, o termo passa a ter uma conotação mais individual, das relações e redes estabelecidas por cada pessoa, pois, para ele, “Atores não se comportam ou decidem como átomos fora de um contexto social, nem aderem cegamente a um roteiro escrito para eles pela intersecção particular de categorias sociais que eles, por acaso, ocupam.”²² (p.487). Isto significa que a sociedade importa, mas que as pessoas possuem certo grau de autonomia de decisão. Alguns autores, por exemplo, Zelizer (1988), ao criticarem a visão de mercado da teoria econômica tradicional,

²⁰ Segundo Raud (2003) é um “[...] conceito criado por Karl Polanyi (1944) e vulgarizado por Granovetter (1985).” (nota de rodapé da página 3, grifo nosso).

²¹ A definição “clássica” de instituições na nova economia institucional é a dada por North (1990): “Institutions are the rules of the game in a society or, more formally, are the humanly devised constraints that shape human interaction.” (p.3).

²² No original: “Actors do not behave or decide as atoms outside a social context, nor do they adhere slavishly to a script written for them by the particular intersection of social categories that they happen to occupy”.

acabam deixando de lado a individualidade dos agentes, tornando-os simples seguidores de regras.

Não somente relações por amizade ou parentesco são importantes aqui. A fim de evitar cair numa visão “intimista” do laço social, Durkheim (1995 *apud* RAUD, 2003) ressalta a especificidade do laço mercantil, em que as interdependências decorrem da especialização e da divisão do trabalho, que substitui, em parte, pelo menos, a coesão social das sociedades tradicionais.

A visão de Granovetter (1985) da relação entre as esferas econômica e social começou a ser criticada pela desconsideração – ou pouca consideração, a nosso ver – dada à dimensão estrutural (SWEDBERG, 2004). Um destes críticos é Bourdieu (2000), para quem as restrições estruturais são, sim, importantes, pois os agentes só podem atuar dentro de seus limites. Os agentes têm, portanto, liberdade de “jogo”, mas limitada pelas condições determinadas pela estrutura das relações de poder. Há, neste caso, uma “[...] competição pelo poder sobre o poder do Estado [...]”²³ (p. 250), devido a sua capacidade de estabelecer as restrições estruturais, ou o que poderíamos chamar de instituições formais.

Segundo Fligstein (1996), os agentes procuram a manutenção de certa estabilidade no mercado, reduzindo os efeitos da competição. Para conseguir esta estabilidade, o Estado cria certas condições institucionais, sem as quais as firmas capitalistas não poderiam operar. O sucesso das firmas em conseguir mercados estáveis, de acordo com Fligstein, depende do tamanho das empresas, seus recursos, a existência de uma oportunidade política, atores estatais abertos à negociação e a habilidade de construir uma coalizão política. Concluindo, “Os mercados são construções sociais que refletem a construção político-cultural exclusiva de suas firmas e nações.”²⁴ (FLIGSTEIN, 1996, p. 670).

North (1977), por outro lado, afirma que o fato de algumas atividades econômicas não serem realizadas através do mercado e, sim, através de outros mecanismos alocativos, é decorrência da impossibilidade de uma determinação de direitos de propriedade, a principal dentre as instituições formais necessárias para o funcionamento de um mercado, na concepção do autor. Isto significa que as instituições formais possuem importante papel no mercado, assim como o poder de barganha dos agentes que tentam influenciá-las em seu proveito. Segundo as críticas de Granovetter, a ênfase é somente nas instituições, desconsiderando as relações e redes pessoais, dado que caracteriza o mercado como baseado, principalmente, em

²³ No original: “[...] *compétition pour le pouvoir sur le pouvoir de l’État* [...]”.

²⁴ No original: “*Markets are social constructions that reflect the unique political-cultural construction of their firms and nations*”.

trocas impessoais e, portanto, “Com informação incompleta, soluções cooperativas desfar-se-ão, a não ser que instituições sejam criadas para fornecer informação suficiente para que os indivíduos possam policiar os desvios.”²⁵ (NORTH, 1990, p. 57).

De acordo com o pensamento liberal, deveria haver tanto o rompimento dos laços pessoais entre os indivíduos, para que a relação entre eles se estabelecesse por meio de contratos, quanto a separação entre política e mercado, deixando que os mercados se auto-regulassem. A teoria econômica tradicional, que resultou deste pensamento, desconsidera como realizados os dois rompimentos. Lie (1997), portanto, aponta a necessidade de integração entre a abordagem do *embeddedness*, de Granovetter, com a abordagem que aproxima Estado, poder e mercado.

Entretanto, além das estruturas de poder, das instituições formais e das relações e redes pessoais, falta, ainda, uma última influência sobre o mercado. Bourdieu (2000) introduz à discussão também o conceito de “*habitus*”, que estabelece a ligação entre o individual e o coletivo, tornando o agente que o possui um “indivíduo coletivo”, ao incorporar as estruturas objetivas. O *habitus* não é um princípio de reação, mas ele economiza cálculos e tempo, ao ser uma reação criativa, onde participa a individualidade, e condicionada, onde participam as estruturas da sociedade.

As estruturas da sociedade são formadas tanto pelas instituições formais quanto pela tradição e pela cultura. Segundo Weber (1991 *apud* RAUD, 2003), apesar da racionalização na modernidade, a influência da tradição não desapareceu. Também o costume é visto por Weber como importante fonte de regularidades, onde não há punição formal de um desvio, mas há a reprovação do grupo. Em Durkheim (1983 *apud* RAUD, 2003), as regras morais têm papel importante em garantir que uma sociedade baseada em contratos seja estável.

Ficaram faltando, não obstante, serem discutidas pela nova sociologia econômica as relações econômicas que não passam pelo mercado. Mesmo assim, o entendimento da influência de fatores não econômicos no mercado permite compreender como que formas como a Economia Solidária, que combinam reciprocidade e mercado, podem existir dentro do mercado. Isto porque a reciprocidade é uma troca não monetária, cujos objetos trocados não se dissociam da pessoa que os oferece, sendo, portanto, um comportamento social (SANTOS, 2002) e só podendo existir em um mercado enraizado na sociedade.

A reciprocidade tem influência tanto no processo de produção quanto no de venda. Na produção porque não são produzidos somente produtos ou serviços, mas também relações

²⁵ No original: “*With incomplete information, cooperative solutions will break down unless institutions are created that provide sufficient information for individuals to police deviations*”.

peçoais e laços de solidariedade. Na venda devido ao fato de que se vende junto com o produto, ou serviço, uma idéia de solidariedade. Agora nos falta entender como os empreendimentos e os consumidores incorporam essa reciprocidade no momento em que se encontram no mercado: como os consumidores decidem comprar produtos de Economia Solidária e como os empreendimentos de Economia Solidária decidem os preços “justos” dos seus produtos. Ingham (1996) acredita na capacidade de diálogo entre a sociologia econômica, cujas contribuições acabamos de discutir, e a teoria pós-keynesiana, que discutiremos a seguir.

3.4 Decisões de consumo e de preço

Depois de entender que o mercado é uma construção social e que os preços não são a principal questão dentro dele, como, então, as empresas formam preços e os consumidores tomam suas decisões de consumo em um mercado? Certamente, cultura, hábito e a comparação entre empresas e entre consumidores são fatores importantes a serem considerados. As decisões de consumo e preço não são tomadas simplesmente seguindo curvas de preferências e de custos; elas são tomadas em um mundo com a dimensão temporal e onde há incerteza, pois os agentes são limitadamente racionais (*bounded rational*), onde fatores não econômicos influenciam e onde os indivíduos não são influenciados somente pelo seu auto-interesse, assim como discutido nas seções anteriores.

Tomando-se qualquer manual consagrado de microeconomia, por exemplo, Varian (2000), vemos que, em concorrência perfeita, os preços (de equilíbrio) são determinados pela intersecção das curvas de oferta e de demanda e são tomados como dados pelas formas individuais, sendo que a curva de demanda que cada firma enfrenta é plana. No entanto, quando os produtos das firmas não são substitutos perfeitos entre si, a curva de demanda enfrentada individualmente pelas firmas apresenta-se em algum lugar entre a forma plana da concorrência perfeita e a curva de demanda inclinada do monopólio, dependendo do grau de substituição entre os produtos. Aqui entra um certo grau de subjetividade, pois do mesmo jeito que nem todos os consumidores respondem aos apelos do Comércio Justo, há quem, por exemplo, acredite que, por exemplo, Coca-Cola e Pepsi não são substitutas.

Entretanto, apesar de ser possível justificar o diferencial de preços no Comércio Justo por meio da teoria econômica tradicional, não é possível explicar o diferencial dos produtos e

a importância crescente deste tipo de comércio. Não é possível acreditar que a mesma diferença, que explica a escolha entre Coca-Cola e Pepsi, explique também a escolha entre um produto do Comércio Justo e de outro produto de comércio tradicional. “No Comércio Justo, o “consumidor consciente” adquire não apenas produtos, mas também relações de compromisso com os produtores ao ficar informado da origem do produto (nos aspectos ético e ambiental).” (FRETTELL; ROCA, 2003, p. 34), sendo que a formação deste “consumidor consciente” é um dos objetivos do Comércio Justo.

As escolhas de consumo de um indivíduo podem ter um poder de transformação. Caso realmente a democracia tenha se reduzido a um ato de consumo, como sugerido por Dupas (2003), então significa que, pelo menos por meio de suas escolhas de consumo, os indivíduos podem manifestar suas idéias. Neste sentido, os consumidores poderiam fazer com que produtos que vão contra seus ideais de consumo tenham sua produção reduzida ou eliminada, ou que surjam novos produtos que atendam às suas necessidades, ou que priorizem determinadas empresas em detrimento de outras.

Portanto, estaríamos diante de um consumidor que pode escolher entre simplesmente aceitar novos produtos, sem refletir sobre as conseqüências destas decisões de consumo, ou ser um “consumidor consciente”, um agente de transformação. É claro, no entanto, que para que a transformação ocorra, este “consumidor consciente” não pode estar sozinho. Mesmo que agindo isoladamente, a transformação dependeria de que um certo número de consumidores escolhesse o consumo consciente ao invés do passivo.

A partir do momento em que os avanços tecnológicos tornaram necessárias estratégias que estimulassem e aumentassem o consumo, a criação deste mercado passou a ser a tarefa do empresário schumpeteriano, pois os novos produtos colocados no mercado não têm um mercado consumidor espontaneamente. O lucro extraordinário deste empresário é uma compensação pelo esforço de colocar o novo produto no mercado e pelo tempo de adaptação do consumidor ao produto.

Produtos que causassem menores impactos ambientais ou que fossem produzidos por empreendimentos de Economia Solidária, também seriam inovações e teriam que passar por essa fase de aceitação no mercado, ou seja, também teriam que passar pela divulgação de suas qualidades “diferenciadas”. Organizações não governamentais e movimentos sociais têm contribuído para a divulgação destas qualidades e, em alguns casos, para a certificação de produtos e processos, o que daria mais conhecimento e confiança aos consumidores com relação a produtos que se dizem melhorados social e ecologicamente. Falta, talvez, que também seja divulgada a capacidade de transformação pelo consumo.

Em um mercado em que as propriedades dos bens não são fáceis de serem medidas, altos custos de transação podem ser o resultado. Os custos de transação são “[...] aqueles custos envolvidos na mensuração do que está sendo trocado e na imposição dos acordos.”²⁶ (NORTH, 1993, p. 160). No caso do Comércio Justo, os produtos possuem uma propriedade importante que é difícil de ser medida: a justiça (*fairness*) da relação que está sendo estabelecida entre produtor e consumidor e que reflete no preço dos produtos. Ora, em um mercado como este, altos custos de transação são esperados.

O conceito de racionalidade utilizado na teoria econômica tradicional é a racionalidade instrumental ou substantiva e “[...] é vista em termos de escolhas que ela produz.”²⁷ (SIMON, 1986, p. S210). Neste modelo de racionalidade, não há objetivos, além da maximização da utilidade ou do lucro, nem valores, e o comportamento dos indivíduos é consistente, não tendo influência de fatores externos a ele. Com estes pressupostos é possível determinar apenas uma escolha ótima, dando maior ênfase às escolhas que são produzidas do que ao próprio processo de decisão. A racionalidade instrumental, entretanto, pode ser um instrumento útil quando são considerados mercados com transações de baixo custo (NORTH, 1993); caso contrário, torna-se necessária a busca de outro instrumento de decisão do consumidor e das firmas.

Segundo Raud (2003), Weber faz distinção entre dois tipos de racionalidade, que, em princípio, não coincidem. O primeiro envolve o grau de cálculo que é possível e aplicado nas decisões, chamada de racionalidade formal. O segundo tipo, a racionalidade material, depende das exigências éticas, políticas, igualitárias, dentre outras, que são utilizadas para avaliar as atividades econômicas.

Uma possível candidata para a tarefa de encontrar um instrumento de decisão do consumidor e das firmas é a teoria pós-keynesiana, tanto no que se refere ao preço quanto à escolha do consumidor. Como sugere Lavoie (1994), estas teorias combinam idéias de diversas correntes heterodoxas, como, por exemplo, a economia institucional, os evolucionistas e a economia social. Nesta seção, portanto, buscaremos entender estas teorias e sugerir como elas poderiam contribuir para a compreensão da Economia Solidária e do Comércio Justo.

Quanto à teoria da escolha do consumidor pós-keynesiana, ela parte de seis princípios (LAVOIE, 1994; 2004). São eles: a racionalidade procedimental (*procedural*) ou limitada; as

²⁶ No original: “[...] are those costs involved in measuring what is being exchanged and in enforcing agreements”.

²⁷ No original: “[...] is viewed in terms of choices it produces”.

necessidades saciáveis; a separabilidade de necessidades; a subordinação de necessidades; o crescimento de necessidades e a não-independência.

A racionalidade procedimental ou limitada foi proposta por Simon (1986). Ela parte do princípio de que os agentes têm motivos para suas ações e que estes motivos levam em consideração que a informação disponível é incompleta e imperfeita. Deste modo, os agentes desenvolvem procedimentos para tomar decisões, que não resultam necessariamente em maximização, mas em satisfação (*satisficing*) de seu objetivo, que tampouco é sempre sua utilidade. Os procedimentos incluem “[...] regras de bolso, a aceitação de convenções sociais e a confiança na opinião de outros que se espera que seja mais bem informada.”²⁸ (LAVOIE, 2004, p. 643). Segundo Lavoie (1994), o “indivíduo pós-keynesiano” é tão racional quanto o *homo œconomicus*, mas o ambiente é diferente, e, portanto, a racionalidade é a que este ambiente permite.

As necessidades saciáveis ocorrem nesta teoria mesmo com preços positivos e com renda finita, pois há patamares de consumo de bens, ou de suas características, a partir dos quais o bem não será mais comprado, dado que já não traz mais satisfação ao consumidor. Os consumidores estabelecem uma hierarquia de necessidades, segundo Roy (1943), de acordo com o grau de urgência com que devem ser satisfeitas. Dentro de cada nível de necessidade, há um conjunto de bens dentre os quais o consumidor escolherá qual consumir. Destas constatações também participa o princípio da separabilidade de necessidades. Segundo ele, o grau de substituição entre bens em diferentes patamares é bastante reduzido, sendo significativo apenas dentro do mesmo patamar (LAVOIE, 2004).

A subordinação das necessidades está associada à hierarquia, ou seja, o trade-off entre dois bens não é sempre possível, principalmente se eles estão em patamares de necessidade diferentes (LAVOIE, 2004). Embora as variações de preço dos bens de primeira necessidade tenham influência sobre a demanda dos bens de luxo, isto é, dos patamares mais elevados, a variação dos preços dos bens de luxo não têm nenhuma influência sobre a demanda dos bens de primeira necessidade (ROY, 1943). A passagem de um patamar a outro é explicada pelo princípio do crescimento das necessidades. Esta passagem ocorre por efeitos da renda. Isto é, com o crescimento da renda, patamares superiores de necessidade serão alcançados, assim como o contrário também é válido.

Por fim, o princípio da não-independência acrescenta o ambiente social no processo de escolha dos indivíduos. Apesar da individualidade de cada agente participar do processo de

²⁸ No original: “[...] *rules of thumb, the acceptance of social conventions, and reliance on the hopefully better informed opinion of others*”.

hierarquização das necessidades, ele também é influenciado por hábitos, por convenções e pelas escolhas de outros agentes (LAVOIE, 1994). Os consumidores, e também as firmas, não redefinem suas decisões de consumo, e de preço, o tempo todo, havendo influência do hábito. Os agentes são limitadamente racionais e, portanto, baseiam suas decisões em convenções. Também, a estrutura de consumo de uma unidade familiar é influenciada pela estrutura de outra unidade familiar num patamar igual ou superior na escala sócio-econômica.

Esta teoria permite que sejam incluídas preferências morais nas escolhas dos consumidores, tanto quando permite que os objetivos perseguidos pelos consumidores não sejam somente a maximização de sua própria utilidade, quanto permite a incorporação de motivos morais na ordenação das preferências. Portanto, a escolha de consumo de um produto de Comércio Justo pode ser justificada por razões de compromisso (o *commitment* de Sen), em que o indivíduo escolhe dentro de um mesmo patamar os produtos de Comércio Justo por sentir-se responsável pela qualidade de vida do produtor. Também pode ser justificada pela ordenação das preferências do consumidor que, por motivos próprios ou da sociedade em que vive, inclui a necessidade moral relacionada ao consumo destes bens enquanto um patamar em si. Caso os produtos do Comércio Justo não sejam considerados bens de luxo, não haveria porque os preços de seus similares não de Comércio Justo terem grande influência sobre sua demanda.

Na teoria dos preços pós-keynesiana, considerações bastante similares são feitas quanto ao ambiente, à capacidade de tomar decisões e às soluções encontradas para enfrentar esta capacidade. Para Downward (2000), as análises de preço de Kalecki, de Hall e Hitch, de Andrews e de Means servem de base para a construção de uma teoria de preço pós-keynesiana. Esta teoria está de acordo com o reconhecimento de que os agentes utilizam regras e hábitos para tomarem decisões “racionais” em um ambiente incerto (DOWNWARD, 2004). Apesar destes autores de base não terem utilizado explicitamente o conceito de racionalidade limitada, que foi criado posteriormente aos seus trabalhos aqui discutidos, estão implícitos em suas análises agentes com esta característica.

A partir de pesquisas feitas com empresários sobre a forma com que formam seus preços e séries temporais de preços, Means (1936; 1972), Hall e Hitch (1939) e Andrews (1949) tecem considerações sobre as regularidades encontradas neste procedimento. Means analisa a evolução dos preços na grande depressão e na recuperação, criando a idéia de preços administrados, ou inflexíveis, que, em diferentes graus, decrescem menos que os de outros em depressões e sobem menos em recuperações, tornando impossível o ajuste automático da

economia via preços e tornando a teoria econômica tradicional pouco útil para políticas públicas.

Uma forma de entender como os preços são menos flexíveis do que o que prega a teoria econômica tradicional é o princípio do custo total (*full cost*) de Hall e Hitch. Este princípio explica as decisões de preços dos empresários, funcionando como uma “regra de bolso”, dado que eles não possuem informação completa ou precisa sobre o comportamento dos concorrentes e da demanda dos consumidores. Segundo este princípio, os preços basear-se-iam no custo total médio, dentro do qual está incluído o lucro. A competição entre as empresas afetaria o estabelecimento das margens de lucro, que podem variar de firma para firma ou, dentro da mesma firma, entre produtos diferentes.

De maneira bastante similar, Andrews denomina teoria da política do preço normal a forma como os empresários decidem os preços de seus produtos. O preço seria formado pelo custo direto médio de produção mais o que ele chama de margem de lucro bruto médio (*average gross profit-margin*), dentro da qual estariam contidos os custos indiretos e os lucros. Apesar do lucro estar contido no cálculo da margem de lucro bruto médio, seu valor real dependerá das vendas realizadas, algo que o empresário não pode prever com certeza. Mesmo que o empresário saiba que seu produto não é exatamente igual ao produzido por outro empresário, o que significaria que preços mais baixos não aumentariam as vendas tão significativamente no curto prazo, ele teme os efeitos da concorrência no longo prazo, que tornariam esta redução de preço não tão atrativa. Portanto, neste cenário, os preços variarão apenas quando ocorrerem mudanças de custos.

De maneira distinta, Kalecki (1983) distingue entre as variações de preços, no curto prazo, para bens acabados e para bens primários. Para os bens acabados, como as empresas mantêm capacidade produtiva ociosa e não atuam em concorrência perfeita, os preços dependem dos custos. Para os bens primários, como o aumento da produção depende de mais tempo, por não possuir capacidade ociosa, como os produtores de bens acabados possuem, os seus preços dependem da demanda. Para Kalecki, as firmas, ao decidirem seus preços, não supõem a maximização do lucro porque há incerteza, mas consideram seus custos médios e os preços das outras firmas. O preço de uma firma pode ser maior ou menor, em relação ao preço de outras firmas, dependendo do grau de monopólio da posição da firma.

Nos quatro autores tratados acima, os preços tendem a não variarem muito. Pelo contrário, mantêm certa estabilidade por estarem relacionados aos custos de produção de cada empresa. Também, Downward (2001), ao analisar a formação de preço por meio dos resultados de entrevistas com empresários, chegou a considerações bastante similares: a

consideração da incerteza, a influência das fórmulas de markup e das decisões dos concorrentes.

Apesar de não desconsiderar que as empresas busquem o lucro, esta análise permite compreender o estabelecimento de preços em empreendimentos que não têm esta finalidade. Isto ocorre principalmente quando se trata de pequenos empreendimentos de Economia Solidária que não têm como considerar o custo de salários como o custo de mão-de-obra, pois não recebem salários enquanto cooperados. A remuneração destes cooperados pode ser relacionada à “margem de lucro bruto médio”, portanto, dependendo de suas vendas. Neste sentido, para que sua remuneração seja “digna”, é necessário que o consumidor aceite esta “margem de lucro bruto médio” que talvez torne os produtos mais caros, mas que garanta esta remuneração “digna”, e que forma o “preço justo”.

Além das considerações de custos e preços de outras empresas, há uma preocupação das empresas em demonstrar sua idoneidade ao estabelecer os preços nestas condições, pois seu objetivo não é “travar uma luta” com os consumidores. Neste sentido, aproxima-se de Durkheim, segundo Raud (2003), que denomina de “contratos justos” aqueles que determinam um “preço justo”, no sentido de um preço igual ao valor do produto ou serviço socialmente definido, não prejudicando, deste modo, nenhuma das partes do contrato.

Garrabé (2001) propõe que se considerem três categorias de valor adicionado para as organizações de economia social e solidária: um valor adicionado econômico, a diferença entre a receita da venda do produto e o gasto com matérias-primas; um valor adicionado social, os efeitos sobre as próprias pessoas, como a solidariedade e o respeito; um valor adicionado societal, os efeitos coletivos sobre a comunidade, como o fortalecimento dos laços entre os membros da comunidade e da democracia pela formação de cidadãos. Estes valores adicionados não convencionais são difíceis de serem mensurados e, portanto, de serem incluídos, de modo completo, nos preços das empresas e acabam sendo gerados como externalidades destes empreendimentos.

Segundo Herth (2005), há duas maneiras de formação de um preço justo:

- Pela eficiência: integração dos custos ambientais e sociais, além da redução da incerteza quanto ao preço, os riscos e os custos de crédito e o financiamento de bens coletivos;
- Pela justiça: repasse dos gastos de intermediários aos produtores e redistribuição intra-setorial, quando existem organizações de produtores ou cooperativas.

O preço seria mais alto, portanto, no Comércio Justo Norte-Sul. Será ele também maior no comércio Sul-Sul? Um intermediário a mais pode ser eliminado neste intercâmbio, quando o contato for direto entre produtores e consumidores, não sendo, sempre, necessária a intermediação de uma das organizações internacionais de Comércio Justo. Neste cenário, o preço pode ser reduzido por estar faltando uma entidade que certifique o produto e o preço escolhido para ser cobrado por ele? Ou uma entidade deste tipo não seria necessária quando são estabelecidos laços de confiança entre as duas partes? Tais aspectos são discutidos na parte II do presente trabalho, através da análise de conteúdo das entrevistas.

4. Conclusões parciais – Parte I

Esta parte do trabalho não continha apenas o objetivo de introduzir o referencial teórico a ser utilizado na análise dos dois casos a serem estudados na parte II deste trabalho, mas busca introduzir também uma discussão no sentido de perseguir os objetivos propostos por meio da teoria. Portanto, a preocupação recai sobre se conseguimos ou não introduzir, teoricamente, as discussões propostas nos objetivos. Dentre estas, encontra-se principalmente a proposta de analisar as estruturas, perspectivas e potenciais da Economia Solidária enquanto construção teórica. Mas também existe a intenção de identificar se a Economia Solidária aparece somente como uma resposta à redução do crescimento econômico, se os consumidores são conscientes e como são formados os preços ditos “justos”, enquanto respostas dadas pela literatura sobre Economia Solidária e pela teoria econômica a estas questões.

Para Laville, deve haver o reconhecimento de uma economia plural, não organizada somente pelo mercado, mas não alheia a ele, para que possa expandir-se e estabelecer laços. Isto depende da articulação entre os três pólos: monetário e mercantil (mercado); monetário e não mercantil (Estado); não monetário e não mercantil (economia social e solidária). Para Singer, a Economia Solidária deve expandir-se, gerando sua própria dinâmica e preservando os princípios de democracia, igualdade, autogestão e não assalariamento. Deste modo, poderia torna-se independente, mas não isolada da economia capitalista e do Estado, o que permitiria a expansão sem gerar ineficiências. Para Coraggio, a economia popular deve transformar-se em economia do trabalho, superando os comportamentos reativos e potencializando a capacidade dos trabalhadores. Esta transformação dar-se-ia pela articulação das unidades domésticas, construindo uma rede que se auto-sustente e redirecionando recursos públicos de medidas assistencialistas, além da obtenção de outras fontes de recursos.

No Brasil, a partir da década de 1980, a Economia Solidária foi reinventada em três principais frentes: nas empresas em processo de falência que foram assumidas por trabalhadores e a partir da Anteag, da Unisol e dos sindicatos; no meio rural, a partir do MST; contra a pobreza, a partir da Cáritas, da ACCMV e das incubadoras universitárias de cooperativas. De acordo com Singer (2002a), a transformações de empresas capitalistas falidas em empresas autogestionárias tem tido sucesso, devido ao sacrifício dos trabalhadores, aos aumentos de produtividade, ao desempenho dos novos administradores. No meio rural, a

aceitação do cooperativismo se deu de maneira gradual, com a diversificação das formas de cooperação. Por fim, contra a pobreza, promoveram-se organizações comunitárias alternativas, o desenvolvimento de projetos em assentamento e de cooperativas e grupos de produção, inserindo pessoas pobres e socialmente excluídas. Também se formaram incubadoras de cooperativas populares em diversas universidades por todo o país, incentivando e dando assistência à criação de empreendimentos solidários. Outras formas da Economia Solidária no Brasil foram as híbridas, os clubes de troca e as redes que interligam empreendimentos em ações conjuntas.

Diferentemente do ocorrido durante a Grande Depressão nos Estados Unidos (década de 1930), a população mais afetada pelos problemas atuais no Brasil tem perfis sócio-econômicos específicos, para os quais os programas deveriam estar voltados, gerando uma discriminação positiva. Outra diferença era que aquela foi uma crise temporária e os programas tiveram caráter emergencial, permitindo o desembolso de grandes somas de recursos por um período reduzido de tempo. Os problemas atuais, entretanto, parecem que são perenes. O aprendizado está na criação de empregos, que não apenas gerem emprego e renda, mas também trabalho útil para a comunidade afetada, como, por exemplo, a produção de bens e serviços. Ademais, estes bens e serviços teriam que ser distribuídos por outros canais que não o mercado tradicional, a fim de não gerem críticas de competição com o setor privado. Deste modo, nos programas do governo norte-americano no período da Grande Depressão, deu-se prioridade à construção e à reforma de prédios, principalmente de escolas.

Do mesmo modo, o governo venezuelano, mediante políticas de fomento à Economia Solidária, buscava gerar empregos formais e garantir o abastecimento da população mais vulnerável, a fim de combater a pobreza gerada no período do modelo de substituição de importações. Apesar do governo venezuelano ter começado mais cedo que o brasileiro a aplicar políticas de fomento e apoio à Economia Solidária, foi somente a partir de 2001 que se iniciou a formação de redes, em detrimento de empreendimentos isolados. Os clubes de troca na Argentina, por outro lado, formaram-se independentemente do fomento ou do apoio do governo, mas, também, ao mesmo tempo, resolviam problemas de desemprego e renda e de abastecimento da população afetada pela crise. Seria importante a participação do governo para o controle das emissões de moeda e para a manutenção da organização democrática. Ambos os exemplos são interessantes para o Brasil, onde os dois problemas também estão presentes: geração de emprego e renda e aumento do consumo da população mais pobre. O envolvimento do governo também é importante para evitar o perigo apontado por Dupas (2003) quanto à proliferação dessas organizações não governamentais e do associativismo.

Este envolvimento poderia evitar que fossem perseguidos apenas objetivos individuais sem tentar torná-los coletivos, ou seja, para que a liberdade individual pudesse ser construída coletivamente, a fim de que a satisfação pessoal não substitua o bem público.

A Cooperativa Mondragón, apesar de ter conseguido expandir-se, mantendo os princípios autogestionários, em um período de crescimento econômico, logrando a formação de um complexo, com mecanismos de cooperação entre cooperativas, em 2000, resolveu expandir-se internacionalmente. Esta expansão levou, entretanto, à formação de uma corporação dual, com grande proporção de trabalhadores que não eram sócios.

O movimento do Comércio Justo surgiu como um contraponto aos efeitos negativos do livre comércio, considerando seus preços injustos para os países em desenvolvimento. Seu desenvolvimento na Europa levou à formação de redes de importadores, que certificam, oferecem crédito e eliminam intermediários na importação dos produtos para as lojas solidárias, preocupando-se com o resultado dos preços justos em relação ao desenvolvimento local no Sul. Estas redes permitiram a abertura dos mercados do Norte para os produtos certificados, estabelecendo o contato entre o produtor e o consumidor e desenvolvendo a solidariedade entre eles. Ademais, elas apontam para a necessidade de credenciamento e divulgação dos empreendimentos de Economia Solidária e de seus produtos.

Com o abandono do interesse como único princípio motivador do comportamento econômico, com a compreensão da estrutura social das relações econômicas e com a pluralidade dos campos em que a Economia Solidária atua, torna-se possível a existência da solidariedade como princípio motivador da ação humana e a justificação do funcionamento do Comércio Justo. Nas associações de Economia Solidária os indivíduos participam ao mesmo tempo como agentes econômicos, como cidadãos e membros da comunidade. Nesse sentido, elas encerram três lógicas, quais sejam, política, econômica e social, dentro de uma mesma associação (GAIGER, 2004). Para a compreensão de tais associações, democracia, sociedade civil, movimentos sociais e capital social são conceitos fundamentais.

A necessidade de retomada de alguma forma de ética pela economia possibilita, segundo Sen (1999), a visão dos indivíduos de modo mais amplo, admitindo comportamentos outros que a racionalidade, enquanto maximização de utilidade e consistência interna, além de abordar as instituições sociais de maneira menos simplista. Um conceito sugerido por Sen (1997), que seria também responsável por descrever o comportamento humano, e que, assim como o auto-interesse, não seria excludente de outros conceitos, é o compromisso (*commitment*), que está ligado à moral. Este conceito pode ser importante por estar rodeado de

relações sociais, pois é determinado pela ética, que por sua vez é parte da cultura de uma sociedade. Ademais, o compromisso também pode ser causado pelo hábito.

Outro modo de estabelecer esta relação entre economia e sociedade é por meio da consideração de que os agentes não têm informação completa sobre as decisões que têm que tomar, nem capacidade mental para interpretá-las de modo completo. Esta situação decorre, principalmente, de mercados em que as propriedades de bens e serviços são difíceis de serem medidas, podendo, portanto, serem incluídos os casos em que uma importante propriedade dos bens é a justiça (*fairness*), como no Comércio Justo.

O abandono da idéia do homem econômico egoísta e propenso à troca também é necessário para a compreensão do mercado como uma construção social e do comportamento econômico como enraizado (*embedded*) nas relações sociais. Deste modo, abre-se a oportunidade de serem discutidas as influências de variáveis tanto econômicas quanto não econômicas nas relações econômicas, ou seja, aquelas que concernem à produção e à alocação de bens e serviços. A sociedade influencia os mercados de três principais formas: por meio das relações e das redes pessoais; por meio das estruturas de poder e das instituições formais, resultantes ou não destas estruturas; por meio da cultura e do hábito (STEINER, 2005). Portanto, faz-se necessário pensar o mercado como formação social/histórica e a economia com suas estruturas sociais para entender a Economia Solidária como algo além de uma resposta à crise ou como uma resposta às crises momentâneas que deixa raízes.

Uma possível abordagem, candidata para ser instrumento de decisão do consumidor e das firmas, é a pós-keynesiana tanto com relação à formação dos preços quanto com referência à escolha do consumidor. Nesta abordagem, consumidores e firmas utilizam o hábito, o *satisficing*, “regras de bolso”, observação da concorrência e de outros consumidores como parâmetros de decisão.

Teoricamente, a Economia Solidária poderia ser uma alternativa não apenas de emprego e renda, mas também de estrutura econômica. As organizações envolvidas não funcionam seguindo apenas a lógica econômica, mas também as lógicas social e política. As relações econômicas, de modo geral, possuem estruturas sociais, não sendo considerado apenas o princípio da troca e o próprio interesse, e sim interesses diversos dentro dos empreendimentos e em suas relações com os consumidores. Os exemplos internacionais e a história da Economia Solidária, tanto no Brasil quanto no mundo, indicam seus avanços e potenciais. Resta saber se os empreendimentos estudados demonstram estas constatações teóricas e se condizem com os exemplos apresentados anteriormente, o que propomos nos capítulos seguintes.

Parte II

Sobrevivência ou alternativa?

“[Economia Solidária] É quando a pessoa busca comprar produtos de uma organização onde as pessoas que produzem também são solidárias. Talvez não exigir o preço de mercado, mas pagar aquilo que é justo. Possa pensar: eu vou pagar um pouco mais, mas estou colaborando com a solidariedade. Então acho que se a gente conseguir manter uma solidariedade entre consumidores e produtores, a gente vai ter mercado sempre, não vai estar explorando nem nada. Vai estar vivendo bem e oferecendo uma coisa que é saudável”.

Produtor da feira da Coolméia

Esta parte do trabalho trata de fazer uma comparação entre o averiguado na literatura e o encontrado na prática; entre o ideológico e o que ocorre de verdade. As pessoas que buscam uma forma alternativa de auto-sustentação o fazem por serem marginalizadas, por questão ideológica ou por falta de qualificação necessária para entrada ou reingresso no mercado de trabalho convencional? Todas estas motivações são possíveis, ainda mais quando a Economia Solidária é um conceito em construção. Ela passa por um projeto entre trabalhadores e pensadores há, pelo menos, dois séculos, intensificando-se, atualmente, por motivos discutidos nas seções precedentes. Ademais, tentar-se-á fazer uma reaproximação, contrapondo as questões teóricas discutidas no segundo capítulo com as diversas opiniões encontradas nas entrevistas. Para tanto, realizar-se-á, nesta parte do trabalho, uma pesquisa qualitativa de cunho explanatório, baseada em dois estudos de caso, visando-se verificar o grau de aderência entre a teoria e o encontrado nestes estudos.

Segundo o Mapa da Economia Solidária, elaborado pela SENAES, o Estado do Rio Grande do Sul é o Estado com maior número de empreendimentos solidários (BRASIL, 2005). Gaiger (2004) estimava que cerca de 10% da população deste Estado teria algum tipo de participação ou vínculo com a Economia Solidária. Também o município de Porto Alegre tem algum destaque no tema, com 85 empreendimentos de Economia Solidária identificados pela SENAES em 2005 (BRASIL, 2005). Outro ponto importante com relação a Porto Alegre foi a realização de quatro edições do Fórum Social Mundial¹ no município. Segundo o Fórum Brasileiro de Economia Solidária² (FBES), a Economia Solidária esteve cada vez mais presente neste evento e em 2005, ela participou da infra-estrutura do Fórum, em áreas como alimentação, tablados, segurança e confecção das bolsas dos participantes. Com isso, os empreendimentos estudados não têm importância simplesmente por si sós, mas também por estarem localizados em um município e em um Estado em que a Economia Solidária tem forte presença.

¹ O Fórum Social Mundial foi criado como um espaço de discussão em oposição ao Fórum Econômico Mundial, em que são discutidos não somente os resultados e caminhos da economia, como no fórum econômico, mas também impactos sobre a sociedade como um todo, dando ênfase às populações excluídas e marginalizadas dos benefícios da economia mundial e onde são também discutidas formas alternativas e mais inclusivas de economia.

² O Fórum Brasileiro de Economia Solidária foi criado em 2003 com o objetivo de articular e mobilizar as bases da Economia Solidária pelo país e de fazer a interlocução junto ao governo, em especial junto à SENAES.

5. Método

Como base para a comparação da teoria com a realidade, utilizamos dois estudos de caso de empreendimentos de Economia Solidária. A saber, o das duas feiras da cooperativa ecológica Coolméia, que comercializam produtos agrícolas orgânicos, e o caso das duas lojas da Etiqueta Popular, que comercializam roupas, acessórios e adornos produzidos por grupos de artesões. A escolha deste método deveu-se ao fato de que os objetos tratam-se de eventos contemporâneos, não comportando manipulações experimentais.

O acesso a estes casos foi realizado por meio de entrevistas com produtores e consumidores dos empreendimentos, realizadas por meio de dois roteiros diferentes de entrevista. Também buscou-se informações gerais como a história dos empreendimentos e sua forma de operação junto aos coordenadores, aos produtores e a outros trabalhos que foram realizados sobre estes mesmos empreendimentos, embora com objetivos e abordagens distintos.

A finalidade das entrevistas não é a de “contar opiniões”, ou seja, o objetivo não é o de saber a participação de cada opinião na população, e, sim, a de estudar o leque de opiniões, ou seja, as diferentes visões com relação à produção e à comercialização em um modelo de Economia Solidária. Por tratar-se de uma pesquisa qualitativa, ao invés da formação de uma amostragem, houve uma seleção dos entrevistados.

Para os produtores da feira da Coolméia, foram entrevistados tanto produtores que participaram da fundação da feira quanto associados mais recentes, com o objetivo de se estabelecer diferenças de respostas entre eles. Para os produtores da Etiqueta Popular foram entrevistados, com o mesmo objetivo, tanto os coordenadores de cada loja, quanto participantes mais recentes ou que fazem plantão mais esporadicamente, dado que o plantão dos coordenadores é mais freqüente, pois todos os dias deve haver ao menos um coordenador na loja.

Para as feiras da Coolméia, foram selecionados para serem entrevistados consumidores de diferentes faixas etárias e tanto consumidores que realizavam compras em bastante quantidade, assim como consumidores que pareciam estar passeando e eventualmente adquirindo produtos. No caso da Etiqueta Popular, devido ao menor volume de consumidores em um período específico do tempo, foram entrevistados os consumidores que realizavam compras no momento em que o entrevistador estava presente na loja. Entretanto, foi tomado o

cuidado para que fossem entrevistados tanto consumidores que iam especificamente para adquirir produtos quanto aqueles que entravam na loja porque estavam passando e se interessaram por algo¹. Ademais, devido à proximidade entre a feira da Coolméia e a loja da Etiqueta Popular do bairro Bom Fim, foram entrevistados consumidores da segunda no horário em que ocorria a feira, a fim de identificar se havia consumidores que adquiriam produtos em ambos os estabelecimentos.

5.1 Os casos estudados

Entendendo-se o termo desenvolvimento como uma melhora da qualidade de vida das pessoas, de modo que elas possam viver as vidas que têm motivos para valorizar, ou seja, como sendo mais que uma estratégia de sobrevivência frente a condições adversas, tentamos levantar a possibilidade da Economia Solidária ser uma alternativa de desenvolvimento ao capitalismo, estimulando motivações econômicas diferentes do auto-interesse, como compromisso com os produtores, e o impacto destas motivações nas relações econômicas.

Primeiramente, faremos uma descrição dos dois empreendimentos com base em informações fornecidas pelos produtores e pelos coordenadores, além de trabalhos realizados sobre estes empreendimentos (GIESTA, 2005; SCHERER, 2002; COSTA, 1992; FERRAZ, 2003). Também será justificada a escolha destes dois casos, estabelecendo-se as diferenças entre os dois, que poderia influenciar as respostas, nas entrevistas, dadas tanto por produtores quanto por consumidores.

Nos dois casos, os próprios produtores são responsáveis pela comercialização, sem intermediários, tendo contato direto com o consumidor, embora, de forma distinta: no primeiro caso, cada produtor é responsável por seus produtos, enquanto no segundo, é feito um rodízio entre as associações que devem destacar um responsável para ocupar-se da loja. Além do mais, ambos estão relacionados tanto com a produção quanto com a comercialização, havendo um contato direto entre produtor e consumidor e, portanto, sendo mais provável o estabelecimento de uma relação de compromisso, nos termos do Comércio Justo, entre os dois. A necessidade deste contato direto advém da inexistência, no Brasil, de um organismo de credenciamento destes produtos no modelo da FLO Intenational

¹ A feira da Coolméia e a loja do Coolméia do bairro Bom Fim estão próximas a uma área de lazer, o parque Farroupilha.

(Organizações Internacionais de Rotulagem de Comércio Justo), responsável por criar um padrão e dar respaldo aos certificados de Comércio Justo na Europa.

Ademais, foi escolhido um caso de produtos agrícolas e um caso de produtos de manufatura, o que permite uma comparação entre o funcionamento da Economia Solidária nos dois setores, já que no primeiro, os produtos são de compras semanais, dado que são alimentos, enquanto no segundo, as compras são, normalmente, menos frequentes, pois são compostos de bens duráveis.

As iniciativas ligadas à Economia Solidária podem surgir espontaneamente e receber apoio de organizações ligadas a ONG's ou a universidades, que dão treinamento tanto sobre os produtos que um grupo de pessoas decide produzir quanto sobre a organização de uma cooperativa e a administração de um empreendimento. Mais recentemente, estas iniciativas também podem surgir apoiadas pelos governos (municipais, estaduais ou federal). Neste sentido, um dos empreendimentos estudados, as feiras da Coolméia surgiram a partir da iniciativa da Cooperativa Coolméia, em conjunto com os produtores, que receberam apoio e treinamento da Cooperativa. Por outro lado, a Etiqueta Popular surgiu apoiada pelo governo municipal, através da Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio (SMIC), com o intuito de gerar emprego e renda, principalmente para mulheres acima de 40 anos, mas não exclusivamente.

5.1.1 As Feiras de Agricultores Agroecológicos

A Cooperativa Ecológica Coolméia foi criada em janeiro de 1978 por um grupo de 24 pessoas, associadas da Grande Fraternidade Universal² (GFU). Inicialmente, o trabalho era voluntário, passando, mais adiante, a ser remunerado. A cooperativa mobilizou-se para procurar agricultores interessados em produzir ou, caso já fossem produtores, em ofertar produtos ecológicos para a comercialização por este canal. A partir de então, instalaram-se quitanda, entreposto, lancheria, padaria e confeitaria, cozinha e restaurante na sede da cooperativa.

² A GFU é uma ONG fundada em 1948 por Serge Raynaud de la Ferrière na Venezuela. Ela tem como objetivo aproximar agrupamentos culturais, científicos, filosóficos e humanitários que trabalhem pela paz e que promovam o avanço do gênero humano, sem distinção de raça, crença, gênero e condição social. Desenvolve programas nas áreas social, educativa, cultural e de saúde, e atividades, como cursos para analfabetos, escolas, maternidades, assistência à população carente, colônias para idealistas, dentre outras. Possui unidades em diversos países, sendo que a unidade brasileira situa-se na cidade de Porto Alegre, RS.

Os associados da cooperativa eram divididos em três categorias: associados operacionais, associados produtores e associados consumidores. Dentre os sócios produtores a maioria era composta por agricultores familiares, os quais, até 1989, vendiam seus produtos na cooperativa apenas através da loja. A Coolméia priorizava a integração desses associados, por meio de alimentação natural, agricultura ecológica, defesa do meio ambiente, trabalho cooperativo e autogestão. A cooperativa estava estruturada em quatro linhas de negócios: relações com o mercado, em que são administradas as feiras e a loja na sede; alimentação, com padaria, lancheria, restaurante e confeitaria; ecotecnologias, mais ligada aos associados produtores e à autogestão de tecnologias com preocupação ambiental; e controladoria administrativa e financeira.

Em 1989, abriu-se a possibilidade dos agricultores participantes também venderem, eles mesmos, seus produtos na feira da cooperativa, criada em comemoração ao Dia Mundial da Alimentação e a Semana Mundial de Luta contra os Agrotóxicos (14 de outubro de 1989). Primeiramente, a feira, de periodicidade anual, chamava-se Feira Ecológica Tupambaé, localizada no Parque Farroupilha, em Porto Alegre. Em 1989, a cooperativa montou a “Feira dos Agricultores Ecologistas da Coolméia”, mensal, na Rua José Bonifácio, bairro Bom Fim, do mesmo município. Esta feira passou, então, a ser quinzenal em 1990, e semanal no ano seguinte. Em 1994, foi criada a “Feira da Cultura Ecológica da Coolméia” no bairro Menino Deus. As feiras têm um caráter auto-gestionário e os preços praticados devem ser acessíveis e populares, sendo determinados por pesquisa de preços, gerando uma lista com os preços médios do mercado, seguida pelos feirantes.

Na feira, são vendidos hortifrutigranjeiros, queijos, pães, massas, mel, entre outros alimentos, além de livros relacionados ao movimento ambientalista e à alimentação natural. Os produtos são orgânicos, integrais, com fonte de água confiável e embalagem atóxica. Além disso, o agricultor/feirante, ou sua família, deve ser o produtor, não sendo aceitos intermediários como feirantes. Participam das feiras tanto agricultores que sempre foram ecologistas e outros que antes produziam de forma convencional, além dos que tinham outras profissões antes de se tornarem agroecologistas (SCHERER, 2002).

As feiras foram criadas para incentivar a proximidade entre produtores e consumidores, eliminando a participação de intermediários, o que resulta em melhor remuneração aos produtores e preços mais acessíveis aos consumidores. Ademais, pela venda direta, os consumidores podem coletar informações quanto à origem dos produtos e ao processo de produção, estimulando um estilo de vida condizente com o desenvolvimento sustentável, a Economia Solidária e o consumo ético (GIESTA, 2005).

Os produtores da feira elegem uma comissão executiva que tem atribuições específicas, como a administração do taxa arrecadada entre os produtores para a manutenção da feira, estabelecer metas e deliberar sobre assuntos ligados à feira. Após as feiras, são realizadas reuniões desta comissão para discutir seus resultados, ações e providências executadas ou a serem executadas e supervisionar e atualizar os registros. Também é tarefa da comissão executiva manter constantes e atualizados os preços dos produtos, controlar a pontualidade e a assiduidade dos feirantes, fiscalizar os produtos, zelar pela higiene e segurança do local e acompanhar os novos participantes.

A manutenção da feira é feita com um fundo arrecadado como uma porcentagem dos resultados das vendas dos produtores, usado para cobrir os custos como manutenção, pagamento dos sócios-operacionais, divulgação, dentre outros. Este fundo é independente da Cooperativa Coolméia, o que explica porque, apesar da cooperativa ter fechado em 2006, as feiras continuaram funcionando.

Em um fórum realizado para discutir a viabilidade de reabertura da Cooperativa Coolméia, em uma das salas da Expointer³ no dia 29 de agosto de 2006, os motivos, que levaram à insolvência da cooperativa, apontados pelos sócios, estão relacionados a problemas de gestão e judiciais⁴. Ademais, alguns sócios também apontaram para o fato de que a cooperativa isolou-se, não aproveitando sua própria repercussão nacional e internacional para a formação de redes com outros empreendimentos.

Não obstante a insolvência da Cooperativa que formou a feira, esta continuou funcionando, assim como o sistema de credenciamento, garantindo a manutenção da credibilidade dos produtos vendidos nas feiras. Este sistema, denominado “Rede de Geração de Credibilidade para a Agricultura Ecológica”, é formada por agricultores, técnicos, comerciantes e consumidores, que certificam as propriedades e os processos por que são produzidos os produtos comercializados. Para ilustrar, segue uma série de fotos que mostram as duas feiras da Coolméia, a do bairro Bom Fim, em um sábado, e a do bairro Menino Deus, em uma quarta-feira.

³ A Expointer é uma exposição das novidades e de comercialização voltada à agropecuária e à agroindústria, realizada no município de Esteio, RS.

⁴ Os problemas judiciais significam que a Cooperativa estava envolvida em processos pelo não pagamento das arrecadações de INSS e de PIS/COFINS.



Figura 1: fotos da feira ecológica da Coolméia no bairro Bom Fim

Fonte: Autora.



Figura 2: fotos da feira ecológica da Coolméia no bairro Menino Deus

Fonte: Autora.

5.1.2 As lojas da Etiqueta Popular

A partir de projetos de incubação da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, foi criada a Etiqueta Popular. Nestes projetos eram formados grupos de artesãos, que algumas vezes não tinham onde comercializar seus produtos. A Etiqueta Popular comercializa produtos provenientes dos projetos e recebe acompanhamento do Fórum de Economia Popular Solidária, organismo criado pela SMIC. Inicialmente era apenas uma loja, inaugurada em outubro de 2000, que, além de fornecer um espaço de comercialização, permitia a criação de uma marca comum para os produtos. O espaço foi concedido pela Prefeitura no Mercado do

Bom Fim. Em 2002, foi criada a segunda loja, localizada no Viaduto Otávio Rocha, no Centro da cidade, também com a concessão do espaço pela Prefeitura. Apesar de aberta ao público, esta loja só foi inaugurada oficialmente em 2003. Outras lojas como estas também surgiram destes projetos de incubação⁵.

Em 2003, as lojas foram transformadas em associações, o que lhes dava mais independência e um estatuto próprio. As duas lojas, a do Bom Fim e a do Centro constituíram uma única associação, com o nome de Associação dos Produtores Solidários da Etiqueta Popular e com o nome fantasia de Loja da Etiqueta Popular. A SMIC continua contribuindo para a associação na forma de concessão de uso de espaços públicos, contribuindo para que o pagamento do aluguel não constitua em um custo a mais.

Os produtores que participam da associação são selecionados para evitar uma repetição de produtos, o que geraria concorrência entre os produtores. Não são selecionados produtores isolados; eles devem fazer parte de um grupo, de no mínimo cinco pessoas. Ademais, as pessoas interessadas em participar devem estar em situação de “vulnerabilidade social”, ou seja, sem trabalho ou salário fixo e analfabetos ou com baixo nível escolar, sendo que a maior parte dos participantes são mulheres. Nem todos os participantes de um grupo participam da Etiqueta Popular, pois a seleção é individual e feita por uma comissão formada por funcionários da SMIC, por profissionais com reconhecido conhecimento sobre o tema e por membros da associação, que avaliam se a produção é própria, além da qualidade técnica da produção, a criatividade e a originalidade.

No entanto, quando alguns membros do grupo já participam, outros podem ser indicados pelos primeiros. Cada participante deve expor somente sua própria produção, sendo proibida a exposição de produtos comprados de terceiros. As lojas comercializam produtos feitos por grupos que trabalham na ótica da Economia Solidária e devem seguir os princípios da democracia, autogestão, transparência e participação.

Cada produtor contribui com dez por cento do valor vendido para os gastos da loja e com um valor fixo para a associação. Também cada produtor deve fazer um plantão na loja para que sempre haja pelo menos dois produtores a cada dia na loja, de forma que nenhum seja sobrecarregado e não tenha tempo para produzir suas mercadorias. São realizadas reuniões, tanto de cada loja individualmente, quanto das duas lojas juntas. Cada loja possui

⁵ Outras três lojas como as duas que formaram a associação da Etiqueta Popular surgiram destes projetos de incubação, a loja localizada no Mercado Público de Porto Alegre, com de Porto Alegre Solidária, e a loja localizada no Shopping Total do mesmo município, com os nomes Armazém Gaúcho do Artesão e Casa da Arte. Estas lojas resolveram não constituir uma mesma associação com as outras duas que formaram a Etiqueta Popular.

coordenadores e, para a administração da associação, há assembleias gerais, um conselho administrativo e um conselho fiscal.

A seguir, uma série de fotos que tem por objetivo mostrar as duas lojas da Etiqueta Popular, tanto seu exterior quanto a apresentação de seus produtos.



Figura 3: fotos da loja da Etiqueta Popular no bairro Bom Fim

Fonte: Autora



Figura 4: fotos da loja da Etiqueta Popular no Centro

Fonte: Autora

As feiras da Coolméia e as lojas da Etiqueta Popular foram selecionados por serem empreendimentos solidários de comercialização, dado que nos objetivos deste trabalho estão a relação dos consumidores com os produtores e a formação dos preços. Ademais, elas foram escolhidas devido às suas diferenças, não somente de tipos de produtos, mas todas as outras elencadas no Quadro 2, abaixo, possibilitando uma comparação e um maior material de análise, o que enriqueceu as conclusões desta dissertação.

Quadro 2: Comparação entre os dois empreendimentos estudados

	Feiras da Cooperativa Ecológica Coolméia	Lojas da Etiqueta Popular
Espontaneidade de formação	Decisão da Cooperativa Coolméia com os produtores ecológicos para formar um canal de comercialização específico.	Projeto da prefeitura de Porto Alegre para inclusão de pessoas com dificuldade de se inserirem no mercado de trabalho formal.
Tempo de formação	Desde 1989 no Bom Fim e desde 1994 no Menino Deus.	Desde 2000 no Bom Fim e desde 2002/3 no Centro.
Tipo de produtos	Agrícolas ecológicos ⁶	Manufaturas artesanais
Organização dos cooperados	Cada banca é formada por uma família ou grupo de famílias, sendo que são alternados, ou não, os produtores que estão presentes nas feiras.	Os produtores pertencem a grupos de no mínimo cinco pessoas, mas nem todas as pessoas do grupo participam da Etiqueta Popular.
Frequência de reuniões	Reuniões após as feiras para discutir resultados do dia e decidir questões específicas.	Reuniões nas lojas para resolver questões específicas e reuniões mensais da associação.
Contato entre os participantes	Os participantes encontram-se nos dias de feira, mas como não são sempre os mesmos que estão presentes, o contato entre alguns é bastante limitado.	Como cada produtor tem um dia de plantão, os produtores com plantões em dias diferentes encontram-se apenas durante as reuniões.
Recrutamento dos associados	Os participantes são, normalmente, convidados e devem seguir as normas de produção ecológica e passar pelo sistema de credenciamento.	Os participantes são indicados por outros produtores e passam por triagem em que se determina se não há ainda este produto na loja e se o participante participa das finalidades da associação.
Relação com o público	Nem todos os produtores têm contato com o público, pois em algumas bancas são sempre os mesmos produtores que fazem plantão, ou então é apenas uma das pessoas da família que está presente na feira.	Todos os produtores têm contato com o público, já que todos têm que fazer pelo menos um plantão mensal. Os coordenadores, por outro lado, têm um contato maior, pois seus plantões são mais frequentes.
Frequência de compra	Alimento: compra semanal e regular	Manufatura: compra irregular
Formação dos preços	Coletiva: os preços são formados segundo fórmula comum e decididos em conjunto.	Individual: cada cooperado decide seus preços através de fórmula própria.

Fonte: Elaborado pela autora.

⁶ A denominação ecológica é um estágio mais avançado em termos de concepção da qualidade do alimento. Além de serem produzidos dentro dos princípios da agricultura ecológica, os produtos são originados de um agricultor que tem a consciência de que outros fatores devem ser considerados para ter sua propriedade totalmente ecológica. O agricultor tem a preocupação de reaproveitar todo o material que sobra de suas atividades, destina corretamente aquilo que realmente é lixo, tem noção de desperdício, da parcimônia, das relações coletivistas e da integração efetiva com outras áreas da sociedade para se alcançar, conjuntamente, uma melhor qualidade de vida para os dias de hoje e para os dias do amanhã (SCHERER, 2002).

5.2 As variáveis de análise

A realização das entrevistas buscou identificar as diversas visões dos produtores e dos consumidores quanto: (i) aos motivos e benefícios para sua participação nos empreendimentos estudados; (ii) ao seu entendimento da Economia Solidária; (iii) à relação entre produtores e entre produtores e consumidores. Destes últimos foram entrevistadas pessoas que estavam adquirindo produtos no momento da visita da autora ou que foram indicados, pelos produtores, como consumidores habituais. Como esta é uma pesquisa qualitativa, não se utiliza uma amostragem e, sim, faz-se uma seleção dos entrevistados, o que permite ampliar o leque de visões coletadas.

No caso das feiras da Coolméia foram entrevistados 22 produtores, procurando selecionar tanto produtores fundadores da feira quanto produtores mais recente, tanto homens quanto mulheres e de diversos tipos de produtos comercializados. Deste mesmo empreendimento, foram entrevistados 30 consumidores, isto é, pessoas que estavam realizando compras nas feiras, tanto consumidores com poucas sacolas de compras, quanto consumidores com muitas sacolas, de diferentes faixas etárias e em diferentes horários.

Nas lojas da Etiqueta Popular, foram entrevistados 20 produtores. Na loja do bairro Bom Fim foram entrevistados tanto os coordenadores quanto produtores que faziam plantão apenas uma vez por mês, produtores que participam desde o início da loja até produtores que entraram mais recentemente. Na loja localizada no Centro de Porto Alegre, foram entrevistados quase todos os participantes, devido ao número reduzido de participantes, inclusive uma das produtoras foi entrevistada na segunda semana em que participava da associação. Foram entrevistados 28 consumidores, sendo que 20 dos entrevistados eram consumidores que adquiriram produtos na loja do Bom Fim, pois havia um maior fluxo de pessoas nesta loja. Na loja do centro, as vendas eram menores, sendo que em alguns dias nenhum produto era vendido. Além do mais, o fato dos consumidores do Centro estarem apressados dificultou a obtenção de entrevistas.

Os roteiros de entrevista, um para os produtores e outro para os consumidores (anexos I e II), foram montados de forma a serem curtos e objetivos, facilitando a aceitação dos entrevistados em responderem-nas. Os objetivos de cada um dos roteiros e das perguntas, a cada grupo, serão discutidos a seguir.

5.2.1 Roteiros de Entrevistas a Produtores

Dos produtores, esperava-se determinar, principalmente, como percebiam sua participação no empreendimento e se viam a Economia Solidária enquanto um resposta ao desemprego ou como uma alternativa à forma de organização capitalista. Para tanto, após questões de controle (nome do empreendimento, isto é, nome do grupo, da associação ou da cooperativa através do qual os produtores participavam das feiras da Coolméia ou das lojas da Etiqueta Popular; município e nome do entrevistado), buscava-se saber a quanto tempo estava no empreendimento e se o grupo ou cooperativa foi montado apenas para a participação no mesmo, com o objetivo de comparar as respostas entre os participantes mais novos e os mais antigos. A seguir, perguntava-se qual a forma de organização, a fim de identificar se a produção também era solidária. Mais adiante, questionava-se o produtor se este realizava outras atividades em conjunto com os outros participantes do empreendimento também para identificar se a Economia Solidária no modo de comercialização dos produtos expande-se para outras atividades.

A pergunta seguinte (o número de participantes no grupo) deveria contribuir com a questão da forma de organização, mas acabou indicando o desconhecimento de alguns entrevistados com relação ao grupo a que pertence. A questão com relação aos tipos de bens que produz, contribuiria para uma classificação melhor quanto à formação de preço por tipo de produto, mas não resultou em nenhuma relação entre os tipos de produto e os modelos de formação de preço.

A fim de se saber se a participação foi espontânea ou incentivada, perguntava-se se o produtor recebeu ou recebe ainda algum incentivo, na forma de crédito, informações, subsídios, dentre outros. Ademais, esta pergunta contribuiria para identificar se os produtores estão sendo formados enquanto conhecedores do movimento de que participam. Depois, perguntava-se sobre os motivos para participar, se o produtor não havia encontrado outra forma de emprego ou se já “acreditava” no movimento antes de associar-se.

Além dos motivos iniciais para a participação, era importante saber porque continuavam a participar. Para tanto, perguntava-se quais eram os benefícios que obtinham por participar desse empreendimento. Deste modo seria possível identificar se os produtores percebiam apenas os benefícios monetários ou se percebiam, também, os outros benefícios associados à Economia Solidária, como a formação de laços pessoais, a melhora da qualidade de vida do produtor e da comunidade, o aumento da cidadania. Benefícios que são

identificados por Garrabé (2001) como categorias de valor adicionado pelos empreendimentos de Economia Solidária. Os benefícios, ou valores adicionados, que não estão na categoria econômica (diferença entre a receita da venda do produto e o gasto com matérias-primas), são difíceis de serem mensurados e incluídos e acabam sendo gerados como externalidades. A idéia era saber se os produtores percebiam estas externalidades.

Da pergunta seguinte, “o que entende por Economia Solidária?”, buscava-se saber se os produtores conhecem o movimento da Economia Solidária ou participam apenas por falta de alternativas no mercado tradicional, além de saber o que entendem pelo termo pessoas que participam do movimento, mas que, não necessariamente, têm um conhecimento teórico sobre o assunto.

A idéia da questão sobre a participação em algum outro tipo de associação era o de identificar se a participação em outras associações, ou nesta do estudo, contribuía para o “grau de consciência” do produtor, no sentido do capital social de Putnam (PUTNAM, 1993; PUTNAM; FELDSTEIN, 2003), dado que a formação de redes sociais facilitaria a coordenação de ações por cooperação espontânea. Também se procurava saber se o fato de participar de um empreendimento de Economia Solidária enquanto produtor influenciava sua participação também enquanto consumidor, ou seja, saber se seria formado um consumidor consciente.

Um modo de se identificar a forma de participação dos produtores no movimento da Economia Solidária foi indagar aos entrevistados a respeito de se estes buscavam informações ou se apenas participam do empreendimento estudado. Ademais, é interessante saber como os produtores entram em contato com o movimento, ou seja, se apenas através dos empreendimentos de que fazem parte e de outros empreendimentos (ao realizar compras nestes outros empreendimentos), ou se buscam “um aprofundamento” participando de reuniões e encontros tanto do próprio empreendimento quanto externas (no município, no país, na região, no exterior), lendo revistas especializadas ou informando-se por outros meios (Internet, por exemplo).

Nos interessava, também, saber como os produtores calculam ou decidem os preços que cobram por seus produtos. Como o Comércio Justo pressupõe que sejam pagos preços mais justos pelos produtos, o que, normalmente, significa preços mais elevados ao consumidor, era importante saber se os produtores levavam em consideração este princípio na formação de preços. Ademais, esta resposta, posteriormente, foi relacionada com a visão dos consumidores com relação aos preços dos produtos nestes empreendimentos. Tanto produtores quanto consumidores são entendidos como sendo *boundedly rational*, o que

significa que não têm informação perfeita quanto à qualidade dos produtos, os processos de produção e os preços dos outros estabelecimentos, no caso dos consumidores, e da demanda dos consumidores e a ação de seus concorrentes, no caso dos produtores, portanto, não estarão, *a priori*, maximizando utilidade ou lucro na hora de tomarem suas decisões de preços, produção e consumo. Dentro desta perspectiva, perguntou-se aos produtores e, de forma mais indireta aos consumidores, quais parâmetros são levados em consideração e qual a reação dos consumidores às decisões dos produtores, e vice-versa.

Por último, os produtores eram questionados quanto às suas perspectivas com relação à Economia Solidária e à demanda pelos produtos: se acham que a Economia Solidária vai se desenvolver e continuar sendo o modelo de economia que escolhem para a suas vidas, ou se mudariam para o mercado de trabalho tradicional se tivessem oportunidade; se acham que os consumidores estão se tornando conscientes ou se não há muita esperança de que a Economia Solidária crie um mercado de consumidores conscientes.

5.2.2 Roteiros de Entrevistas a Consumidores

Dos consumidores, esperava-se determinar, principalmente, por quais motivos adquiriam produtos nestes estabelecimentos; como viam a qualidade e o preço dos produtos, além de determinar seu conhecimento com relação à Economia Solidária. Primeiramente, perguntava-se se o consumidor conhecia o estabelecimento, se já havia feito compras nele antes ou se era a primeira vez que o fazia. Também se perguntava há quanto tempo adquiria produtos do estabelecimento em questão, para dar respaldo à primeira pergunta e para saber se é um consumidor antigo. A seguir, para corroborar a idéia de que os consumidores da Etiqueta Popular eram mais esporádicos, enquanto os consumidores das feiras da Coolméia, em sua maioria, realizavam suas compras semanalmente ou, pelo menos, com alguma regularidade, questionava-se quanto à frequência das compras.

A fim de saber se o consumidor conhecia o movimento da Economia Solidária, se está comprando somente porque gostou dos produtos, ou porque está próximo à sua casa, se recebeu indicação de algum amigo, ou outros motivos, perguntavam-se quais as razões para efetuar suas compras neste estabelecimento. Para confirmar os motivos dos consumidores para a compra, caso comprassem por serem partidários de uma forma alternativa de organização da economia, os consumidores eram questionados se compravam também em

outros estabelecimentos diretamente do produtor, ou outros estabelecimento de Economia Solidária. Perguntava-se, também, quais eram os benefícios percebidos pelos consumidores da compra neste estabelecimento para saber se o consumidor acreditava que adquire algo além do próprio produto. Muitas vezes, no entanto, esta questão acabou sendo respondida junto com os motivos para fazer as compras.

Quanto à questão da qualidade e dos preços dos produtos, a idéia era saber se os consumidores consideravam que os produtos que estavam adquirindo eram diferenciados, que possuíam uma qualidade superior. Ademais, buscava-se saber se a qualidade dos produtos era o único motivo para aceitarem preços maiores, além de saber se consideravam que os preços pagos eram maiores e, em caso de resposta positiva, se isso era considerado ruim. O consumidor achava que o preço realmente era maior ou nem se importa com isso? E, principalmente, se o consumidor considerava os preços praticados como justos, e em que sentido eles seriam justos, ou injustos, ou para quem eles seriam justos ou injustos. Como o termo “justo” pode ter diversos significados, pergunta-se os preços eram justo porque eram os preços normalmente cobrados; justos porque eram o que o consumidor podia ou estava disposto a pagar por aquele produto, ou justos porque garantiam um nível de vida “decente” para o produtor. O consumidor já havia parado para pensar se os produtores recebiam uma remuneração justa ou apenas pensavam se estavam pagando um preço justo para eles próprios? A idéia que permeou os questionamentos foi a de saber se os consumidores eram conscientes no sentido de pensar se há algo de errado com as relações econômicas de que participam e de saber se estes têm o poder de mudá-las a partir de suas decisões de consumo, principalmente quando estas decisões são tomadas em um mundo incerto e com informação incompleta.

Se o consumidor adquire produtos neste estabelecimento por motivos outros que a participação no movimento de Economia Solidária, isto se deve a uma escolha ou ao desconhecimento do termo. Além de saber se conhece ou não o termo Economia Solidária, o que entende por ele quem participa, neste caso em um outro papel, mas não é um teórico do assunto? Como entrou em contato com a Economia Solidária? Buscou informações ou apenas ouviu falar? Como entra em contato com o movimento de Economia Solidária, apenas através dos empreendimentos estudados? Participa não apenas como consumidor? Por último, como continuação da questão anterior, perguntava-se se o consumidor participava ou participou de alguma organização ou evento de economia alternativa.

Após a apresentação dos empreendimentos estudados e dos roteiros de entrevistas, no capítulo seguinte, são analisadas as respostas das entrevistas e discutidas a extensão e as limitações dos resultados encontrados.

6. Produção e comercialização em um modelo de Economia Solidária

Neste capítulo busca-se responder às perguntas propostas nos objetivos deste trabalho, a partir dos resultados das entrevistas realizadas com produtores e consumidores das duas feiras da Coolméia e das duas lojas da Etiqueta Popular. Primeiramente, responde-se a cada um dos três objetivos específicos individualmente, base para que o objetivo geral seja discutido ao final do trabalho, como uma forma de conclusão dos três objetivos anteriores. A análise das entrevistas é feita com base nas discussões teóricas realizadas na primeira parte deste trabalho.

Apesar da comercialização ser solidária, a produção não o é. No entanto, falamos de produção e comercialização em um modelo de Economia Solidária no sentido de que a solidariedade que estudamos nestes dois casos não ocorre somente entre produtores e consumidores no momento da venda, o que implicaria em comercialização solidária, mas a solidariedade ocorre também entre os próprios produtores ao se organizarem de forma solidária para a comercialização. Segundo Singer (2002b), a tentativa de empregar o modelo de cooperativa à produção agrícola sofreu, inicialmente, resistência dos agricultores, sendo então adotados também modelos de produção individual com comercialização conjunta para pequenos agricultores. Isto poderia justificar o fato de que somente a comercialização é de forma solidária nas feiras da Coolméia. No caso da Etiqueta Popular, a justificativa para a produção não ser cooperada poderia ser encontrada no fato de que são produzidos produtos de artesanato, em que um não é igual ao outro, ou seja, cada produtor tem uma característica diferenciada aplicada à produção e o produto deve ser todo produzido pela mesma pessoa. Talvez neste caso não fosse vantajoso para os produtores que a produção também fosse organizada de forma solidária, o que não desconsidera eventuais parcerias entre produtores, como, por exemplo, uma produtora fazia a pintura em panos de prato e outra realizava o acabamento em crochê.

As entrevistas demonstraram uma pluralidade de perfis quanto à motivação para a participação dos produtores nos empreendimentos, tais como desemprego, desejo de realizar alguma atividade, depressão, uma vida mais saudável, acreditar que esta é uma forma mais justa de trabalho para si. Houve uma pluralidade de perfis também quanto ao conhecimento dos consumidores com relação ao movimento que dá base para o funcionamento dos empreendimentos em que adquirem produtos, ou seja, a Economia Solidária. Encontrou-se

desde o consumidor que escolheu o empreendimento por acreditar ser uma forma melhor de economia, até o consumidor que não sabe o que é Economia Solidária e adquiriu produtos neste empreendimento porque estavam passando por ele e viu algum que lhe agradasse.

Ademais, a localização de cada empreendimento pode ter tido uma influência em relação aos consumidores. No caso da Etiqueta Popular, os consumidores da loja do bairro Centro normalmente eram pessoas que iam especificamente para comprar e estavam apressadas para ir embora, o que muitas vezes dificultou a realização das entrevistas; por outro lado, os consumidores da loja do bairro Bom Fim, normalmente, estavam passeando e, então, resolveram parar na loja para “dar uma olhada” nos produtos. Portanto, os consumidores da loja do Bom Fim estavam mais dispostos a responder as perguntas. No caso da feira da Coolméia, especificamente na feira do Menino Deus, os consumidores muitas vezes iam de carro, pois há espaço para estacionamento dentro da Secretaria da Agricultura, onde está localizada a feira, e aí se dirigiam para realizar suas compras, principalmente na feira da quarta-feira; na feira do Bom Fim, havia tanto consumidores que iam especificamente para comprar, quanto consumidores que iam para passear e, eventualmente, acabavam adquirindo algum produto.

6.1 Os empreendimentos de Economia Solidária e o aumento do desemprego

É possível que a Economia Solidária não seja apenas uma resposta à redução do crescimento econômico e ao crescimento do desemprego? No caso da Etiqueta Popular, a maioria dos produtores eram mulheres de mais de quarenta anos com dificuldade de encontrar trabalho devido à falta de qualificação, à discriminação pela idade mais avançada ou porque haviam decidido não trabalhar enquanto os filhos eram pequenos e, depois que estes cresceram, não tinham experiência suficiente para conseguir um emprego. No caso da feira da Coolméia, os produtores tinham origens diversas. Alguns eram assentados da reforma agrária; outros já eram produtores agrícolas que perceberam que teriam mais resultados econômicos e de saúde se deixassem de produzir da forma tradicional e vendessem direto ao consumidor; outros ainda eram pessoas que moravam nas cidades com profissões urbanas que se cansaram da vida que viviam e decidiram viver no campo e produzir alimentos de forma ecológica (SCHERER, 2002).

De que maneira a Economia Solidária não seria apenas resposta à redução do crescimento econômico e ao crescimento do desemprego? A literatura sugere que há uma pluralidade de motivos ou motivações para a participação nos movimentos sociais tanto por parte dos produtores quanto dos consumidores, o que parece ter sido corroborado pelas entrevistas realizadas nos empreendimentos deste estudo. A forma como a Economia Solidária foi reinventada pode ser um exemplo desta pluralidade, ou, talvez, até mesmo uma de suas causas. A reinvenção deu-se por duas frentes: uma alternativa ideológica de afronta aos efeitos excludentes do capitalismo e uma alternativa de política de emprego e renda, por parte de organizações da sociedade civil e de governos.

Essas duas frentes de reinvenção puderam ser percebidas nos entrevistados deste trabalho. No entanto, quanto aos motivos que levaram os produtores a participar dos empreendimentos estudados, o principal motivo apontado foi a questão da renda, seja a obtenção de uma renda maior, no caso da feira da Coolméia, seja a obtenção de uma renda complementar à renda do lar, no caso da Etiqueta Popular. Apesar desta questão aparecer entre os produtores entrevistados como o principal motivo que os levou a participar, a maioria deles parecia indicar que este não era o único benefício obtido com a participação no empreendimento, citando, por exemplo, a amizade entre os produtores e entre consumidores e produtores:

Não tem vendedor e consumidor, existe amizade, conversando. O modo que eu trabalhava antes, eu não sabia quem consumia. (produtor da feira da Coolméia)

Nessa comercialização direta, se tem um contato maior com os consumidores, saber o que eles gostam, o que eles querem, o que preferem. Uma coisa é a comercialização, outra é o contato. Tem também aqui a Economia Solidária com as outras bancas. (produtor da feira da Coolméia)

Para os produtores da Etiqueta Popular, os benefícios não monetários da participação pareciam ainda mais evidentes, pois havia bastantes reclamações quanto à queda do volume de vendas. As explicações dadas pelos produtores para isto eram: a queda do poder aquisitivo da população, o que levaria a um gasto menor em bens supérfluos, que representa grande parte dos produtos vendidos pela loja, como enfeites e acessórios, ou o fato de que a maior taxa de desemprego levou à geração de mais concorrência, ou seja, um aumento do número de produtores de bens similares aos da Etiqueta Popular.

A gente espera que com a ajuda de pessoas mais influentes, que a gente consiga expandir nosso trabalho e o reconhecimento do trabalho do artesão. Acho que a gente consegue expandir nosso trabalho. Tem cada vez mais

artesãos pelo fato do desemprego. Agora a gente tem que estar praticando por uma necessidade porque tem cada vez mais camelôs na rua. (produtora da Etiqueta Popular).

Por se tratarem de produtos de artesanato com a utilização de técnicas passadas de mãe para filha, como, por exemplo, o crochê, ou aprendidas em cursos, além de ser necessário um menor capital para a produção, os produtores da Etiqueta Popular enfrentavam maior concorrência. Estes mesmos produtos, pelo lado do consumidor, não são produtos, normalmente, de primeira necessidade, acirrando ainda mais a concorrência, quando os consumidores têm menos recursos destinados a este tipo de compras. Os produtores da feira da Coolméia, por outro lado, requerem maior capital para a produção, terra e equipamentos, além de produzirem produtos de primeira necessidade, alimentos, e de terem um maior reconhecimento pelos consumidores do diferencial de seus produtos ecológicos, o que resulta em que estes produtores enfrentam uma concorrência menos acirrada que os produtores da Etiqueta Popular. Este pode ser um dos motivos que explique o fato dos produtores da segunda “reclamarem” mais de seus resultados monetários que os produtores da feira da Coolméia

Apesar da queda no volume de vendas, os produtores da Etiqueta Popular continuavam percebendo outros benefícios da participação no empreendimento, como a amizade entre os produtores e a participação em alguma atividade.

Eu acho que em primeiro lugar é a amizade, não é nem o lucro porque já passou o tempo de lucro, já não é como antigamente. Amizade e fazendo aquilo que gosta. [...] A demanda pelos produtos está diminuindo. Acho que porque as pessoas estão ganhando pouco, sei lá. (produtora da Etiqueta Popular).

É legal participar de um grupo. A gente até vende, mas é difícil. Acho que é mais válido por tu estar envolvida em alguma coisa, num projeto. Acho que esse é o benefício mais importante: tu conhecer pessoas, tu ir à luta, tu batalhar, participar de reuniões, seminários, colocar a tua opinião pra fora, que é uma coisa muito difícil, numa situação dessas. Que eu acho completamente política, dizem que é apolítica, mas eu acho que não é. (produtora da Etiqueta Popular).

Ao se pensar no mercado como uma construção histórica, ou seja, como uma forma de alocação dentre outras, torna-se possível discutir a influência de variáveis tanto econômicas quanto não econômicas nas relações econômicas, entendidas como aquelas que concernem à produção e à alocação de bens e serviços. Os produtores percebem também resultados não econômicos de sua participação nos empreendimentos, ou mesmo resultados econômicos, mas não monetários, quando se considera a economia em seu sentido mais amplo de “*livelihood*”,

termo utilizado por Polanyi (1977). A motivação inicial para a participação foi, muitas vezes, a renda maior ou complementar, mas os benefícios percebidos depois foram muito além desta. É possível, então, compreender porque alguns produtores continuavam participando do empreendimento, mesmo quando reclamavam das vendas ou quando diziam que os benefícios estavam mais relacionados à amizade entre os produtores e com os consumidores, que aos retornos monetários.

Quaisquer que sejam os benefícios percebidos com relação à participação nos empreendimentos, há, também, produtores que decidiram participar, não tanto pelo desemprego ou pelo aumento da renda, mas por acreditarem que existe uma forma diferente de fazer economia, em relação ao modelo capitalista. Mesmo que não soubessem qual nome dar ao movimento antes de começar a participar, acreditavam que era possível uma economia em que as pessoas trabalhassem juntas, relacionando-se ao mundo a sua volta, uma forma incluyente e não excluyente de pessoas em atividades econômicas:

[Me associei] Primeiro porque acredito que o trabalho em grupo é muito mais produtivo, em grupo se consegue fazer muito mais do que sozinho. Em poucas palavras, eu acredito que [a Economia Solidária] é uma forma de fazer economia diferente, menos capitalista e visando mais a nossa relação com o mundo e com as pessoas a nossa volta. (produtora da Etiqueta Popular).

Em primeiro lugar, a gente passa a viver, a ser senhor do processo. Na agricultura tradicional, a gente não é sujeito, a gente é empurrada por todas as necessidades de produzir para pagar financiamento, para pagar insumos. E acaba se abandonando como ser humano em troca da produção. Então, bem-viver. Em segundo lugar, relações com o cliente, ser humano-ser humano. E depois de um certo tempo que eu passei a vender na feira, passei a ter resultado financeiro também. Eu acredito que Economia Solidária sejam atividades econômicas incluyentes, já que qualquer atividade, no comércio, na agricultura, ela pontua o econômico, ela se torna excluyente. São incluyentes de pessoas. O outro movimento de girar da roda, ele joga pra fora. (produtor da feira da Coolméia).

O que haveria de diferente nessa outra forma de economia? Para os produtores entrevistados das feiras da Coolméia, a diferença que lhes parecia mais evidente entre a produção familiar ecológica e a produção tradicional era que, no primeiro caso, os produtores teriam mais controle sobre a produção e sobre seu modo de vida, ou seja, seriam relações econômicas mais inseridas no contexto social, ou, numa interpretação à la Polanyi (2000), seria a formação de proteção social para aqueles inseridos na economia de mercado. Para os produtores da Etiqueta Popular, a diferença que lhes parecia mais evidente entre a Economia Solidária e a economia capitalista era que eles não estavam mais sendo “explorados por um patrão” e, portanto, interessavam-se mais pela produção por serem proprietários do

empreendimento. Enquanto empresas capitalistas investem em participação nos lucros para incentivar os funcionários, os trabalhadores da Economia Solidária possuem total participação nos lucros, pois este é dividido e reinvestido conforme decidido pelo grupo, o que pode ser uma vantagem motivacional, sendo que alguns dos produtores entrevistados percebem-na como tal:

Acho que é uma coisa que tem só a dar certo porque tu trabalhas bastante, mas tu não és explorado, porque tem bastante trabalho. Nós na área da confecção, a gente está tentando trabalhar junto. (produtora da Etiqueta Popular).

A Economia Solidária é uma oportunidade que surgiu. As pessoas vão ficando sem emprego e não conseguem trabalhar por causa da idade e as pessoas podem formar grupos e trabalhar. Aqui todo mundo manda, todo mundo resolve, cada uma se ocupa de alguma coisa. Porque é nosso e a gente se interessa mais. (produtora da Etiqueta Popular).

Outros produtores teriam decidido participar dos empreendimentos como resposta ao desemprego, mas, depois, quando entraram em contato com a Economia Solidária, continuaram a participar também pelo movimento. Principalmente quando se leva em consideração que, mesmo conseguindo resultados monetários menores, muitos produtores continuavam a participar da Etiqueta Popular. Alguns produtores só passaram a acreditar no movimento depois que começaram a participar dos empreendimentos, o que está de acordo com o a afirmação de Singer (2002a) de que apesar de, no início, a Economia Solidária ter sido reinventada para atender vítimas da crise econômica nas décadas de 1980 e 1990, este já não é o motivo principal de sua prosperidade, devido ao engajamento das pessoas incluídas no primeiro momento.

[Me associei] Pelo desemprego. Em função da idade, aí eu fiquei desempregada e não conseguia alcançar um salário legal como estava na minha carteira. Aí resolvi trabalhar por conta. [...] Em função da Economia Solidária também. (produtora da Etiqueta Popular).

As condições em que se encontravam os produtores antes de participarem dos empreendimentos solidários e os motivos que os levaram a fazê-lo indicam que, positivamente, a Economia Solidária é uma resposta à redução do crescimento econômico e ao recrudescimento do desemprego. Mas não apenas isso, ela também é uma resposta aos efeitos excludentes da economia capitalista, tanto por gerar este desemprego como por gerar formas de vida menos saudáveis e mais “controladas”¹. Para que ela seja mais do que uma

¹ O efeito da economia capitalista de gerar formas de vida mais controladas ocorre no sentido que foi discutido acima de que os produtores entrevistados percebiam que com a participação nos empreendimentos tinham mais

resposta à conjuntura atual, a resposta aos efeitos excludentes da economia capitalista deveria ser acompanhada pelo conhecimento do movimento de que participam, movimento este que cria uma nova maneira de abordar a questão econômica.

Embora os produtores tenham respondido claramente a questão dos motivos que os levaram a participar dos empreendimentos, nem todos souberam responder a questão sobre o que entendem por Economia Solidária. Diferentemente dos consumidores, não lhes foi perguntado se conheciam o termo Economia Solidária antes de perguntar-lhes o que entendiam por ele. Com isso, alguns produtores simplesmente tentaram responder com base no que poderiam imaginar que o termo significa e/ou com base nas perguntas anteriores da entrevista. Ademais, poucos produtores responderam que não sabiam dizer o que era Economia Solidária ou que não conheciam o termo.

A idéia de que os produtores que começaram a participar dos empreendimentos mais recentemente poderiam ter motivações e compreensões da Economia Solidária diferentes dos produtores que participavam desde a criação dos empreendimentos não foi corroborada, isto é, não foi encontrado qualquer indício que apontasse para um padrão diferenciado de respostas. Quanto à participação em outras associações, encontrou-se que, entre os entrevistados de ambos os empreendimentos, os produtores que participavam de outras associações eram, normalmente, os produtores mais antigos ou mesmo fundadores. Indicando que a participação em associações pode tanto indicar um nível maior de engajamento cívico ou uma maior quantidade de oportunidades econômicas, pois participavam tanto de outras associações econômicas, de grupos da Igreja ou de associações de bairro. No entanto, a participação em outras associações, ou o fato de serem fundadores, teve pouca relação quanto ao conhecimento do termo Economia Solidária.

A maioria dos produtores definiu o termo a partir de sua experiência no movimento, o que está de acordo com o imaginado originalmente, isto é, de saber o que pessoas que não são estudiosas do assunto acreditam ser a Economia Solidária. Dentre as respostas, encontram-se:

Eu adoro e respeito muito. A Economia Solidária é onde a gente consegue articular as práticas, as experiências, além da troca do produto. (produtor da feira da Coolméia).

Eu entendo assim, como o nome já diz, economia que se baseia em princípios que não da competição pura, quem pode mais paga menos. Ela busca a inclusão de quem está começando, de quem ainda é pequeno, que trabalha com produtos mais diferenciados, mais artesanais. Ao passo que no mercado competitivo tu não tens condições de entrar. (produtor da feira da Coolméia).

Dos entrevistados, as perspectivas com relação à Economia Solidária foram, em geral, positivas, apesar de perceberem que há muito ainda a fazer, desde “batalhar” uma ajuda do governo até haver mais divulgação dos empreendimentos. A questão da divulgação é discutida mais adiante e, quanto à ajuda governamental, o argumento mais evidente era de se o governo apoiava a economia capitalista, por que, então, não poderia apoiar também a Economia Solidária:

Acho que a Economia Solidária teria que ter um apoio, um envolvimento maior do governo, tanto a nível estadual quanto municipal. A gente precisa de uma ajuda, de um apoio dos órgãos governamentais para ela deslanchar, para ela decolar, depois eu acho que ela se mantém. Mas no mundo que a gente vive, baseado na competição, no mundo de economia globalizada em que é difícil para as pequenas empresas se manterem nesse mercado. Eu acho que é fundamental essa ajuda governamental. (produtor da feira da Coolméia).

Os produtores entrevistados da Etiqueta Popular, apesar das constatações quanto à queda nas vendas e, conseqüentemente, em sua renda, tinham, em geral, perspectivas positivas com relação ao seu empreendimento e à Economia Solidária como um todo. No entanto, eles apresentavam uma certa preocupação quanto ao seu futuro. Isto poderia indicar que suas perspectivas não representavam exatamente uma esperança quanto a um futuro positivo para a Economia Solidária. Ao contrário, elas poderiam indicar um desejo de que o futuro da Economia Solidária fosse positivo, por acreditarem que seu bem-estar futuro dependesse disto.

Eu acredito que [a Economia Solidária] possa melhorar, que abram mais lojas, em outras cidades. Falta ainda que ela seja mais forte, que ela seja mais conhecida no Brasil. (produtora da Etiqueta Popular).

Acho que há um movimento grande e bem forte e que tem condições de crescer, mas as pessoas à vezes ficam com um pouco de medo. Quanto aos produtos, quando eu entrei, eu acho que foi geral, as vendas eram boas, mas agora... (produtora da Etiqueta Popular).

Eu espero que eu continue, não está muito fácil. Porque aí com essa troca de prefeitura, a gente está na insegurança porque não está nada decidido se vão deixar a gente aqui, se vão cobrar aluguel nosso, se tiver que cobrar aluguel a gente vai ter que aumentar os preços. E se não tiver a loja, tem que procurar feira e feira não é fácil. (produtora da Etiqueta Popular).

Como discutido na primeira parte deste trabalho, a solidariedade dentro do conceito de Economia Solidária, segundo Singer (2003), ocorre em dois sentidos: (i) entre os membros do empreendimento e (ii) para com os trabalhadores de modo geral, por meio da ajuda aos mais desfavorecidos. Indicações deste segundo sentido da solidariedade também puderam ser observadas nas entrevistas, quando produtoras da Etiqueta Popular deram as suas perspectivas

em relação à Economia Solidária, desejando que outras pessoas em situações desfavoráveis, pelas quais muitas delas já haviam passado antes de fazer parte do empreendimento, tivessem a mesma oportunidade que elas tiveram ou que, pelo menos, possam ter mais oportunidades de emprego.

No início tinha mais benefício financeiro. Mais a convivência com as pessoas e gosto de me envolver com o projeto aqui da loja. A nossa perspectiva é de que todo mundo que está vendendo aí na rua consiga ter um espaço como este. (produtora da Etiqueta Popular).

Com relação ao Brasil, falta haver mais oportunidade de emprego, e não políticas tão negativas e mais oportunidade ao artesanato. Que o Brasil tenha mais artesãos e que comprem mais artesanato também. A maioria das pessoas que vem na loja hoje conhece, mas algumas vêm por a gente ter entregado um folheto numa feira. (produtora da Etiqueta Popular).

Esse sentido da solidariedade é importante para a construção de uma noção de bem comum, para que se busque construir coletivamente as liberdades individuais. Assim como Dupas (2003) chama a atenção para o perigo da proliferação de organizações não governamentais e de associativismo que lutem apenas por objetivos individuais sem o objetivo de torná-los coletivos, pois numa sociedade democrática, a liberdade individual deve ser construída coletivamente para que tanto o Estado quanto os indivíduos e corporações tenham limites a fim de que a satisfação pessoal não substitua o bem público.

Uma produtora da Etiqueta Popular fez referência, em sua resposta quanto às suas perspectivas, ao fato de que a Economia Solidária não poderia tornar-se totalmente isolada da concorrência capitalista. Principalmente quando se considerasse a formação de um mercado cativo de “consumidores conscientes”, o qual é um nicho bastante limitado, podendo gerar concorrência entre empreendimentos solidários. Seria necessário, portanto, para evitar concorrência com empreendimentos capitalistas ou com outros empreendimentos solidários, continuar inovando em produtos, processos e em busca de novos mercados:

Se a gente trabalhar encima disso, a gente consegue. Acho que se a gente trabalhar bem, ela vai aumentar. Tem que ser trabalhado e se consegue até exportar. Depende do produto. Acho que tem muito no mercado, procurar novas técnicas, mas acho que aumenta. (produtora da Etiqueta Popular).

Em ambos os empreendimentos, entretanto, havia alguns casos em que as perspectivas eram negativas ou em que o entrevistado apresentava o desejo de, caso tivesse a oportunidade, voltar ao mercado de trabalho ou abrir uma empresa própria, caso tivesse a oportunidade, o que apontaria para a Economia Solidária apenas como uma estratégia de sobrevivência e não como uma alternativa viável à economia capitalista:

A minha perspectiva é parar de trabalhar e ficar em casa cuidando dos netos. Pra mim isso aí não deu certo. Não deu certo, é tanta coisinha... As pessoas não têm dinheiro para comprar, as pessoas ficaram pobres. As pessoas têm que comer, que dar educação para os filhos. Aí essas coisinhas que tem aqui ficaram meio fúteis. (produtora da Etiqueta Popular).

Eu acho que tem que expandir. Ensinar um pouco do que eu sei para outras pessoas, caso eu saia daqui. Eu acho que é um trabalho importante. Mas eu penso à vezes, se eu obtiver êxito, assim no mercado formal, como professor, eu acho que vou abrir uma loja, sei lá formalizar, fazer isso numa escala maior. (produtor da feira da Coolméia).

Nos trechos de entrevista acima, a produtora da Etiqueta Popular acreditava que a Economia Solidária, entendida enquanto o empreendimento de que participa, não tinha dado certo, e o produtor da feira da Coolméia via a Economia Solidária mais como um passo ou um patamar pelo qual teria que passar para chegar ao mercado de trabalho formal ou para ser proprietário de um empreendimento capitalista.

Ao mesmo tempo em que o aumento da renda e a solução do desemprego não eram os únicos motivos e, principalmente, os únicos benefícios de se participar dos empreendimentos estudados, havia uma certa falta de conhecimento do movimento de que participavam. Apesar do desejo manifestado por muitos dos entrevistados de fazer parte de um modo mais justo de economia, havia algumas dúvidas de como esta economia se organizaria e, principalmente, como ela estaria relacionada ao termo Economia Solidária. Isto demonstra o descontentamento com os efeitos excludentes e repressivos da economia capitalista que sentiam estes produtores. Por outro lado, as perspectivas quanto à Economia Solidária eram, de modo geral, positivas: esperava-se que o movimento crescesse e que desse oportunidade a mais pessoas.

Na Economia Solidária, a solidariedade teria influência tanto no processo de produção quanto no de venda: na produção, por não serem produzidos somente produtos ou serviços, mas também relações pessoais e laços de solidariedade; na venda porque se vende junto com o produto ou serviço uma idéia de solidariedade. No entanto, a solidariedade parece mais presente entre os produtores dos empreendimentos estudados do que entre produtores e consumidores, como será discutido mais adiante. Como a solidariedade, ou a falta dela, é incorporada quando consumidores e produtores encontram-se no mercado? Como os empreendimentos de Economia Solidária estudados criam mecanismos de decisão de preços “justos” dos seus produtos, e como os consumidores reagem a estes preços? Estas são questões respondidas a seguir.

6.2 A formação de “consumidores conscientes”

É possível que os consumidores sejam “conscientes” ao comprar uma relação de compromisso junto com os produtos? No Comércio Justo estabelece-se uma relação de solidariedade e de compromisso entre produtores e consumidores. Os produtores comprometem-se com uma série de princípios e os consumidores comprometem-se em buscar informações quanto à produção e à qualidade dos produtos, garantindo o cumprimento dos princípios, e em pagar um preço mais justo. Dentre os princípios podemos destacar o desenvolvimento de formas alternativas de comércio baseadas na solidariedade, por meio da incorporação de custos sociais e ambientais e da conscientização dos indivíduos (FRETTELL; ROCA, 2003). Deste modo, este tipo de comércio estaria melhorando a qualidade de vida do produtor e de sua comunidade ao mesmo tempo em que geraria um “consumidor consciente”.

É este o consumidor encontrado nos empreendimentos estudados? Estaríamos diante, então, de um consumidor que pode escolher entre ser simplesmente um aceitador passivo dos novos produtos e ser um “consumidor consciente”, um agente de transformação? É claro que para que a transformação ocorra, este “consumidor consciente” não pode estar sozinho, embora possa representar o começo de uma mudança ou a formação de um nicho de mercado. No primeiro caso, haveria possibilidade de expansão da Economia Solidária, enquanto, no segundo, seria possível o fortalecimento de apenas um grupo limitado de empreendimentos solidários.

A multiplicidade de interesses envolvidos nas decisões dos indivíduos enquanto consumidores é importante para a Economia Solidária e para o Comércio Justo, pois permite uma melhor compreensão de porquê alguns consumidores estariam dispostos a pagar um preço maior pela solidariedade entre os produtores e, igualmente, entre produtores e consumidores. Apesar da expansão da economia de mercado, continuaram a existir atividades e ocasiões em que o interesse não era o único motivador da ação humana. Neste sentido, Bianchi (1987) e Sen (1999) criticam o afastamento da economia em relação à ética, no seu sentido descritivo de “como as pessoas se comportam”, afastamento este que prejudica o estudo desta multiplicidade de interesses. Nos empreendimentos estudados foram encontrados interesses diversos, que tanto consumidores quanto produtores utilizaram para explicar sua participação e para explicar o que entendiam pelo termo Economia Solidária, quando este era definido a partir de suas experiências mais do que por um discurso formado.

A teoria de escolha do consumidor pós-keynesiana, discutida na primeira parte do trabalho, parte de seis princípios (LAVOIE, 1994, 2004). Quais sejam: a racionalidade procedimental (*procedural*) ou limitada; as necessidades saciáveis; a separabilidade de necessidades; a subordinação de necessidades; o crescimento de necessidades e a não-independência.

A racionalidade limitada parte do princípio a informação disponível aos agentes é incompleta e imperfeita, de modo que estes desenvolvem procedimentos para tomar decisões, que não resultam necessariamente em maximização. Os procedimentos incluem “[...] regras de bolso, a aceitação de convenções sociais e a confiança na opinião de outros que se espera que seja mais bem informada.”² (LAVOIE, 2004, p. 643). Isso pode explicar porque alguns consumidores compraram por indicação de algum amigo. Ou simplesmente por que gostaram do produto, ou seja, estão *satisficing* e não maximizando. Ou porque continuam comprando apesar de acharem que os produtos são caros, que a qualidade deixa a desejar e sem dar nenhuma explicação ideológica para o consumo.

Ademais, pela teoria de escolha do consumidor pós-keynesiana, os princípios de separabilidade e subordinação das necessidades e o princípio da não-independência, que acrescenta o ambiente social no processo de escolha dos indivíduos, indicam um processo de hierarquização das necessidades que é determinado não só pela individualidade de cada agente, mas também é influenciado por hábitos, por convenções e pelas escolhas de outros agentes (LAVOIE, 1994). Deste modo, quando perguntados por que adquiriam produtos da Etiqueta Popular, os consumidores apontaram motivos diversos: estava passando e resolveu entrar, estava procurando algum produto específico e o encontrou na loja, pelo baixo preço, por indicação de algum amigo, porque são produtos artesanais, pela boa qualidade e pelo preço acessível, ou porque gostou de algum produto que encontrou na loja. Esta última resposta foi dada por pessoas que já haviam feito compras na loja e que costumam passar por ela para ver se há algo que as agrade.

Duas resposta, no entanto, foram dadas por um único consumidor cada, um deles disse que tinha uma amiga que trabalhava na loja e que às vezes comprava algo quando ia visitá-la; outro, que comprava pela qualidade, pela Economia Solidária e pelo passeio. Não obstante, este consumidor não soube responder o que entendia pelo termo Economia Solidária. Talvez tenha ouvido alguma referência quanto ao fato da Etiqueta Popular ser um empreendimento de Economia Solidária, mas acabou não buscando informações quanto ao seu significado.

² No original: “[...] *rules of thumb, the acceptance of social conventions, and reliance on the hopefully better informed opinion of others*”.

Os consumidores das feiras da Coolméia, ao responderem à mesma pergunta, disseram, principalmente, que adquiriam produtos deste empreendimento por serem produtos orgânicos, sem agrotóxicos, ou pela qualidade dos produtos, ou ainda porque os produtos fazem bem à saúde. Outras respostas, no entanto, não se repetiram em mais do que um consumidor e foram bastante variadas, por exemplo:

Os produtos estão ruins e os preços estão altos. Venho por hábito. (consumidor da feira da Coolméia)

Porque dizem que não tem agrotóxico, mas não sei se é verdade. E é bem fresquinho. (consumidora da feira da Coolméia)

Primeiramente, valorizar o produtor. Segundo, produtos ecologicamente produzidos. Também cuidar da minha saúde. O produto fresquinho, a qualidade é boa. A gente sabe que foi produzido com padrão ecológico. E principalmente é valorizar a produção familiar, as pessoas que estão trabalhando na terra. Eles precisam chegar lá e botar o seu produto para sobreviver e isso aí eu valorizo muito. (consumidora da feira da Coolméia que também participa da feira enquanto convidada para produtos de safra).

Esta teoria, ademais, permite que sejam incluídas preferências morais nas escolhas dos consumidores, tanto quando permite que os objetivos perseguidos pelos consumidores não sejam somente a maximização de sua própria utilidade, quanto permite a incorporação de motivos morais na ordenação das preferências, assim como a valorização do produtor e da produção familiar citados pela consumidora da feira da Coolméia como motivos para realizar compras neste empreendimento.

O primeiro consumidor ressalta a importância do hábito nas decisões de compra, mesmo quando o consumidor mostrou-se insatisfeito com os produtos e com os preços. A segunda consumidora demonstra a tomada de decisões em um ambiente de incerteza, ou seja, ela não sabe se os produtos são realmente sem agrotóxicos, mas os compra mesmo assim. A terceira consumidora, por outro lado, mostrou uma pluralidade de motivos ao tomar suas decisões de compra, tanto motivos de benefícios próprios, saúde e qualidade dos produtos, quanto fazer o que julgava ser correto ou justo, produção familiar e ecológica.

Aparentemente, os consumidores entrevistados, pelo menos os das feiras da Coolméia, não percebem os produtos adquiridos como bens de luxo, pois os aceitam apesar de acharem que têm um preço mais elevado. No entanto, a questão da solidariedade não participava decisivamente nas decisões de compra destes consumidores, que apontaram sua saúde como o motivo para aceitarem pagar um preço mais elevado, desconsiderando ou desconhecendo a consequência disto para o bem-estar dos produtores.

No caso da Etiqueta Popular, os consumidores entrevistados percebiam que os preços não eram mais elevados que os de outros empreendimentos; a maioria acredita que os preços pagos pelos produtos são iguais ou mesmo menores que os cobrados em outros estabelecimentos. Isto pode ser decorrente da maior dificuldade dos consumidores de comparar preços entre produtos de artesanato, em relação a hortifrutigranjeiros, pois os produtos são mais diferentes entre si. Esta dificuldade de saber se os preços eram maiores, menores ou iguais ao de outros estabelecimentos pode ser sentida durante as entrevistas, pois os produtores paravam um tempo para pensar antes de responder esta pergunta ou, então, apenas diziam que os preços eram bons, não fazendo realmente a comparação. Ademais, os produtos da Etiqueta Popular não são bens de primeira necessidade como os das feiras da Coolméia, sendo que muitos dos produtos são para decoração. Estes bens seriam, então, “ameaçados”, caso os gastos com alimentos aumentem ou caso a renda dos consumidores diminua.

Quanto à qualidade e ao preço dos produtos, os consumidores da Etiqueta Popular dividiram-se em dois grupos. Normalmente, os que estavam comprando na loja pela primeira vez não sabiam responder à pergunta, por outro lado, os que já haviam realizado compras antes, disseram, em sua maioria, que a qualidade era melhor, ou pelo menos definiram-na como boa, e que os preços eram menores, ou pelo menos acessíveis. Muitos consumidores responderam que qualidade do produto era maior ou que não era possível fazer uma comparação e justificaram suas respostas apontando para o fato de se tratarem de produtos artesanais.

Acho que é diferente, não é nem melhor nem pior, porque é um produto diferente. (consumidora da Etiqueta Popular).

Quando retomamos a discussão de que o liberalismo clássico aceitava as desigualdades geradas por mérito, mas que, posteriormente, estas desigualdades aprofundaram-se, gerando uma situação de pontos de partida bastante diferentes para os indivíduos, chegamos à discussão de que é contra estas últimas desigualdades que luta o Comércio Justo, pois alcançaram um estágio em que não seriam mais vistas como justas pela sociedade, ou pelo menos por parte dela. Por isso, perguntamos aos consumidores se consideravam os preços que pagavam justos, e para quem estes seriam justos. A fim de que fosse considerado realmente um Comércio Justo, os preços deveriam ser vistos como justos pelas duas partes: um preço que equilibrasse a capacidade dos consumidores de pagar pelos

produtos e o bem-estar dos produtores, além de mais justo com o meio-ambiente, isto é, que incorporasse os custos ambientais.

O Comércio Justo e a Economia Solidária demandam a integração de conceitos como equidade, democracia, justiça e liberdade na avaliação do desenvolvimento econômico. O comércio, neste caso, não é determinado apenas pelas forças auto-reguladoras do mercado, mas também pelas noções de justiça da sociedade, numa perspectiva do primeiro sentido da ética, ou seja, no sentido de “como devemos nos comportar”. Tanto a consideração do duplo conceito de homem econômico, que age guiado, ao mesmo tempo ou em situações diferentes, por seu próprio interesse individual e por seu comprometimento social, quanto a existência de um vínculo entre as duas ordens, a dos interesses próprios e a da moral, estabelecem uma ligação entre a economia e a sociedade e ajudam a explicar os benefícios não econômicos da participação apontados pelos produtores entrevistados e a aceitação de preços mais elevados dos produtos por alguns dos consumidores entrevistados. Quando perguntados se consideravam os preços justos, os consumidores deveriam, seguindo a lógica acima, fazer um julgamento quanto à justiça entre as duas partes, isto é, unindo interesse individual e comprometimento social.

Na hora de responderem se consideravam os preços justos, entretanto, os consumidores tiveram dificuldade de responder, principalmente quando a pergunta era para quem eles eram justos. Uma parte dos consumidores respondeu que os preços eram justos para eles, mas que não eram justos para os produtores. Outros não sabiam dizer se eram justos para os produtores. Uma outra parte considerava que os preços eram justos para ambas as partes. Alguns consumidores, quando lhes perguntávamos para quem os preços eram justos, entendiam a pergunta como se referindo para qual categoria de pessoas/renda os preços seriam justos. Isto é, respondiam que os preços eram justos para a maioria das pessoas, ou para a classe média, por exemplo.

Os consumidores que responderam que os preços eram justos apenas para eles mesmos e, não, para os produtores, justificaram sua resposta pelo fato de que o preço era menor do que acreditavam que deveria ser cobrado dado o trabalho que os produtores tiveram, ou pelo que acham que o produtor deveria ganhar:

Depende de que visão, por exemplo, fazer um sapatinho deste eu não teria paciência e aí vender por cinco reais. Eu acho que justo para eles não é. (consumidor da Etiqueta Popular).

Justos, pois é artesanato. Justos para quem compra. (consumidor da Etiqueta Popular).

Sim, para mim, elas, eu acho, não ganham muito. (consumidor da Etiqueta Popular).

Quando respondiam que os preços eram justos para os produtores, as justificativas estavam relacionadas ao fato de que os produtores sabiam os preços que consideravam justos e que eram estes que eles cobravam. Ou porque os gastos de material são pequenos. Ou porque é um preço que beneficia ambas as partes, ou seja, nem tão alto para os consumidores, nem tão baixo para os produtores.

Para quem faz esses produtos, sabem o que merecem. (consumidor da Etiqueta Popular).

Eu acho que para ambas as partes, porque se gasta pouco em material... (consumidor da Etiqueta Popular).

Sim, para nós e pra eles, porque também não adianta colocar o preço lá encima, que não vai conseguir vender. (consumidor da Etiqueta Popular).

Sim, acho que para o povo todo, porque não é uma coisa tão cara, e ajuda eles também, porque é o trabalho deles. (consumidor da Etiqueta Popular).

Quanto ao conhecimento do termo Economia Solidária, a maioria dos consumidores entrevistados, de ambos os empreendimentos, disse que não conhecia o termo ou que já tinha ouvido falar, mas não sabia dizer o que era. Dos que responderam, normalmente as definições do termo parecem ter sido formadas: a partir da expressão Economia Solidária, ou seja, a partir do significado de cada um dos termos colocado junto; com alguma ajuda das perguntas anteriores – um dos entrevistados inclusive afirmou que havia procedido desta forma; também pela reflexão sobre a atividade relacionada ao empreendimento estudado, relacionado o termo ao artesanato ou ao cooperativismo. A dedução do significado do termo é corroborada pela falta de resposta à questão de se costuma buscar informações sobre Economia Solidária.

Para os consumidores da Etiqueta Popular, as respostas quanto ao entendimento do termo Economia Solidária giraram em torno de referências ao cooperativismo, a trabalhar em conjunto e a uma economia que traga benefícios para quem produz e para quem consome. O consumidor que disse que busca informações respondeu que a busca conversando e lendo jornais. Um dos consumidores disse que nunca teve interesse em buscar informações.

Nas feiras da Coolméia, as definições para Economia Solidária dos consumidores que responderam à pergunta deram respostas, em sua maioria, bastante vagas: “Economia para a gente mesmo, ajudando os outros”; “É um grupo de pessoas unidas, porque têm alguma dificuldade”; “Eu acredito que seja um grupo de pessoas com o mesmo objetivo”; “Eu acho que é dividir”; Alguma coisa de economia que ajude pessoas que não têm acesso a recursos, a

consumo, enfim”. Também houve a definição de que é uma economia que beneficia tanto produtores quanto consumidores, ou seja, renda para o produtor e saúde para o consumidor. Uma das consumidoras, que trabalha no Centro de Assessoria Multiprofissional³ (CAMP), respondeu que, para ela, a Economia Solidária “[...] é uma maneira de experimentar uma economia alternativa, é a melhor forma, menos concorrência.” Houve também referência à agricultura familiar, a qual o consumidor considera algo mais justo.

A informação dos consumidores, pelo menos dos que foram entrevistados, com relação a se os preços são justos ou não para os produtores e ao movimento da Economia Solidária, era, aparentemente, incompleta. Os agentes não têm informação completa sobre as decisões que têm que tomar nem capacidade mental para interpretá-las de modo completo. Como consequência, os agentes utilizam-se de ideologias, dogmas, mitos e preconceitos para realizarem suas escolhas, e a racionalidade instrumental da teoria econômica tradicional, a qual considera que os agentes têm informação e capacidade de interpretá-las, não é válida para a maioria das situações de escolha (NORTH, 1993). A relação entre economia e sociedade, então, decorre de que decisões econômicas têm que ser tomadas não só com base nas informações econômicas que o agente possui, mas também por meio de instituições (regras formais ou as ideologias, dogmas, etc.), que são formadas socialmente.

Não são todas as situações que têm o mesmo grau de imperfeição de informação e racionalidade. Os mercados em que as propriedades dos bens e serviços são difíceis de serem medidas são os que resultam em informação e racionalidade mais imperfeitas. Nestes mercados podemos incluir os casos em que uma importante propriedade dos bens é a justiça (*fairness*), como no Comércio Justo, o que dificulta a aceitação de um preço mais elevado. As formas de tornar mais explícita esta característica dos bens e serviços são, por exemplo, a divulgação dos empreendimentos que fazem parte do Comércio Justo, a certificação dos produtos ou o estabelecimento de laços pessoais entre produtores e consumidores.

Aparentemente, estaria faltando mais divulgação e a construção de credibilidade em relação aos empreendimentos de Economia Solidária e a seus produtos. O consumidor parece estar aprendendo o que são produtos ecológicos, vendidos nas feiras da Coolméia. Para tanto, houve divulgação por meio da cooperativa durante mais de vinte anos. E no caso dos outros princípios relacionados à Economia Solidária, além da proteção ao meio ambiente? Não estaria faltando mais divulgação e maior grau de credibilidade? Além do mais, se não for associada a outra característica, o consumidor parece não perceber um benefício próprio.

³ O CAMP é um centro de educação popular, com o objetivo de formar organizações autônomas e democráticas e de capacitar seus trabalhadores.

Apesar de princípios diferentes do princípio da troca terem sobrevivido na sociedade de mercado, como parece evidente nas respostas de alguns dos consumidores entrevistados, este último princípio está bastante difundido e seria exatamente um dos objetivos da Economia Solidária torná-lo somente um dos princípios considerados na atividade econômica.

Pode ser que a comercialização em um modelo de Economia Solidária seja uma inovação, para tanto teria que passar por um processo de adaptação para ser aceita pelo consumidor, o que não é alcançado sem esforços por parte das pessoas envolvidas. Quando os avanços tecnológicos tornaram necessárias estratégias que estimulassem e aumentassem o consumo, a criação de um mercado para novos produtos passou a ser a tarefa do empresário schumpeteriano, tanto quanto a inovação de produtos e processos. Devem ser dispensados esforços para colocar o novo produto no mercado e para a adaptação do consumidor ao produto. A divulgação parece importante, portanto, tanto do ponto de vista do produtor quanto do consumidor.

Pelo lado do produtor, um produto que causasse menores impactos ambientais ou que fosse produzido por um empreendimento de Economia Solidária seriam inovações e teriam que passar por essa fase de aceitação no mercado, ou seja, pela divulgação de suas qualidades “diferenciadas”.

Pelo lado do consumidor, seria formado um “consumidor consciente” que participasse do Comércio Justo e não tomasse suas decisões de consumo baseado somente em suas necessidades imediatas, nos anúncios publicitários, em seu próprio bem-estar ou nas decisões tomadas por outros consumidores, mas que refletisse sobre os efeitos causados por estas decisões no bem-estar de outras pessoas. Não obstante, é necessário que primeiro seja formado este “consumidor consciente”, o que poderia ocorrer pelo fornecimento de informações sobre o potencial transformador de suas decisões de consumo, sobre o que é o Comércio Justo, quais empreendimento praticam-no. Para tanto, a divulgação é um mecanismo essencial.

No entanto, mesmo entre os próprios produtores haveria uma falta de disposição a consumir produtos de Economia Solidária, pelo menos, produtos de outros empreendimentos, o que demonstra uma desarticulação entre estes, ou, mesmo, uma falta de solidariedade, ou, pode ser somente resultado de uma deficiência de renda para pagar um preço mais justo pelos produtos. Acreditava-se que a participação em um empreendimento solidário enquanto produtor incentivaria a participação deste produtor também enquanto consumidor, ou seja, seria formado um “consumidor consciente”. Entretanto, a questão de se compravam produtos de Economia Solidária resultou em respostas que indicavam para as compras apenas dentro do

próprio empreendimento. Não que não seja positiva a troca de produtos dentro dos empreendimentos. No entanto, esta não indica, assim como as respostas dos consumidores não indicou, a formação de uma Economia Solidária integrada com “consumidores conscientes” em suas decisões de compras de todos os tipos de produtos.

6.3 Os preços justos

Por que é relevante conhecer o modelo de formação de preços dos produtores destes empreendimentos? Qual é a implicação disto para o modelo de produção e comercialização estudado? Dado que o Comércio Justo significa que devem ser pagos preços mais justos aos produtores, o que, normalmente, significa preços mais elevados, é importante saber se os produtores levavam em consideração este princípio do Comércio Justo na formação de preços. A ação dos produtores é, então, confrontada com a visão dos consumidores em relação aos preços dos produtos nestes empreendimentos. Tanto produtores quanto consumidores são *boundedly rational* e, portanto, não têm informação perfeita: os consumidores não conhecem perfeitamente a qualidade dos produtos, os processos de produção e os preços dos outros estabelecimentos; os produtores não têm todas as informações quanto à demanda dos consumidores e à ação de seus concorrentes. Por isso, quanto produtores e consumidores tomam suas decisões de preços, produção e consumo, não estão maximizando utilidade ou lucro. Saber quais fatores são, então, levados em consideração em relação à precificação por estes produtores e consumidores faz parte da compreensão das perspectivas e do potencial do modelo estudado aqui.

Como o modelo tradicional de concorrência perfeita é sensível aos preços, preços mais elevados podem ser prejudiciais. Mas se os produtos são vistos pelos consumidores como “diferenciados”, não estaríamos diante um modelo concorrência perfeita. Os consumidores, por sua vez, percebem este diferencial?

O mercado em que são comercializados os produtos de Comércio Justo é um exemplo de um mercado em que as propriedades dos bens não são fáceis de serem medidas, acarretando em altos custos de transação, pois a justiça (*fairness*) da relação que está sendo estabelecida entre produtor e consumidor, a qual reflete no preço dos produtos, não é algo facilmente mensurável. Portanto, o conceito de racionalidade instrumental ou substantiva,

utilizado na teoria econômica tradicional, não é o mais adequado como instrumento de decisão do consumidor e das firmas.

Para que não apenas o empreendimento de comercialização seja organizado de forma solidária, mas para que a comercialização em si também o seja, é necessário um “consumidor consciente”. No entanto, quando o reconhecimento do diferencial de produtos é algo essencial, mas não facilmente perceptível, como no caso do Comércio Justo, a formação dos preços deve levar em consideração o grau de consciência de seus consumidores para tornar viáveis os empreendimentos, o que pode resultar em preços menores do que os necessários para que o produtor tenha uma vida decente.

Diversos produtos de Comércio Justo, se não fosse pelo adjetivo justo, seriam considerados basicamente como *commodities*, em que os produtores têm pouca margem de manobra para a determinação dos preços cobrados. Pela teoria econômica tradicional, em qualquer mercado, seja de estrutura de concorrência perfeita ou monopolística, o preço e a quantidade produzida são determinados pela intersecção entre a curva de oferta e de demanda do setor, ou seja, caso o preço determinado pelas curvas não seja suficiente para cobrir os custos do produtor, o produtor pode inovar em processo ou em matérias-primas, reduzindo seus custos, ou deixar de produzir. O processo de deixar de produzir, entretanto, não é uma alternativa real para muitos produtores, pois precisam de recursos para sua reprodução social e material e esta atividade produtiva não raro pode ser o único meio de alcançá-la. Daí a importância do Comércio Justo, pois permite a um produtor, que teria pouca margem para cobrar os preços que lhe possibilitem uma vida digna, cobrar este preço sem ser “jogado para fora do mercado”.

Os consumidores entrevistados das feiras da Coolméia percebiam, em sua maioria, que os preços pagos pelos produtos eram mais elevados e que sua qualidade era melhor, mas tiveram dificuldade de dizer se os preços eram justos. Normalmente, eles percebiam que o valor maior pago pelos produtos era uma remuneração pelos bens serem mais saudáveis ou por saberem que o tipo de produção ecológica implica em maiores custos para os produtores, o que justificaria os preços mais elevados. Estes, para a maioria dos consumidores entrevistados, não estavam, necessariamente, relacionados à qualidade de vida do produtor, ao desenvolvimento local ou a uma produção com menores custos ambientais. Eles estavam relacionados, principalmente, ao fato de que são produtos mais saudáveis, e, portanto, a redução de gastos com saúde compensa o maior preço dos produtos.

No caso da Etiqueta Popular, os consumidores entrevistados, em geral, não viam uma diferenciação de produto, com relação ao que conseguem comprar em outros

estabelecimentos, o que dificulta a cobrança de um preço mais elevado. Deste modo, a maioria acreditava que os preços pagos pelos produtos eram iguais ou mesmo menores que os cobrados em outros estabelecimentos. Quanto à qualidade, acreditavam que ela era igual ao de outros empreendimentos ou pelo menos satisfatória. Para alguns, não era possível comparar, pois os produtos, por serem de artesanato, eram diferentes entre si. Do mesmo modo que os consumidores das feiras da Coolméia, eles tiveram dificuldade de responder se os preços eram justos para os produtores.

A teoria dos preços pós-keynesiana está de acordo com o reconhecimento de que os agentes utilizam regras e hábitos para tomarem decisões “racionais” em um ambiente incerto (DOWNWARD, 2004), já que uma firma individual, ou, no caso, um produtor individual, não pode esperar que as curvas de oferta e de demanda se encontrem para decidir preço e quantidade em um ambiente sujeito à dimensão temporal. Deste modo, tanto produtores quanto consumidores encontram limitações para tomar decisões. Mesmo que não desconsidere que as empresas buscam o lucro, esta abordagem também permite compreender a formação de preços em empreendimentos que não têm esta finalidade, principalmente quando se trata de pequenos empreendimentos de Economia Solidária que não têm como considerar o custo de salários como o custo de mão-de-obra, pois não recebem salários enquanto cooperados. Neste caso, pela teoria de preços pós-keynesiana, a remuneração dos produtores pode ser relacionada à “margem de lucro bruto médio”, portanto, depender de suas vendas. Para que, então, sua remuneração seja “digna”, é necessário que o consumidor aceite esta “margem de lucro bruto médio” que talvez torne os produtos mais caros, mas que garante esta remuneração “digna”, e que forma o “preço justo”.

A dificuldade dos consumidores da Etiqueta Popular em perceber a diferenciação dos produtos reflete no modo como os produtores deste empreendimento decidem os preços que cobram pelos seus produtos. Outrossim, os preços dos produtos da Etiqueta Popular não são decididos coletivamente: cada produtor escolhe os seus. A forma como decidiam os produtores entrevistados era o cálculo do valor gasto com matérias-primas, adicionado de um percentual que refletiria a remuneração da mão-de-obra, ou seja, de seu próprio trabalho. Este percentual variava entre 30% e 200%, dependendo do tempo gasto para a produção e o grau de dificuldade na confecção do(s) produto(s). Às vezes, afirmou uma das produtoras, não era possível acrescentar a mão-de-obra ao preço do produto, pois isto tornaria o produto muito caro. Pela teoria de preços pós-keynesiana, exatamente, além das considerações de custos e dos preços de outros empreendimentos, haveria uma preocupação em demonstrar sua idoneidade ao estabelecer os preços, pois seu objetivo não é “travar uma luta” com os

consumidores, ou seja, os preços teriam que estar em um nível que a produtora da Etiqueta Popular denomina “vendável”.

Normalmente, é só o que eu gasto de material, às vezes não dá nem pra pôr a mão-de-obra que não fica vendável. (produtora da Etiqueta Popular)

Eu faço normalmente o preço de custo e ponho uma média encima, com base no trabalho que me dá fazer as coisas, eu valorizo a minha mão-de-obra. (produtora da Etiqueta Popular)

Tanto pelo princípio do custo total (*full cost*), de Hall e Hitch (1939), quanto pela margem de lucro bruto médio (*average gross profit-margin*), de Andrews (1949), os preços são determinados por uma “regra de bolso”, pois não possuem informação completa ou precisa sobre o comportamento dos concorrentes e da demanda dos consumidores. Esta regra inclui os custos de produção e o lucro. No entanto, o lucro só é realmente formado pela competição entre as empresas e pela demanda do consumidor. Similarmente, no caso dos produtores da Etiqueta Popular, eles formam um preço com base em uma “regra de bolso”, incluindo os custos de materiais e sua remuneração. A remuneração é definida, finalmente, pela demanda dos consumidores e pela concorrência, tanto pela necessidade de redução do preço quando o produto não é vendido, quanto pela quantidade de produtos comprados.

Algumas das produtoras da loja do Etiqueta Popular localizada no bairro Centro afirmaram que haviam feito um curso no CAMP sobre custos, o que as ajudava a calcular melhor os preços dos produtos, pois haviam custos que antes deixavam de fora, como, por exemplo, a energia elétrica. Isto, entretanto, ocorreu somente entre as produtoras desta loja; não houve uma busca da associação como um todo de um curso deste tipo.

A gente aprende. A gente teve um curso sobre isso esta semana, sobre custos. Porque o artesão costuma ver o preço dos materiais e aí três vezes mais. [...] Agora a gente está tentando fazer custos. (produtora da Etiqueta Popular)

Os produtores, em um ambiente incerto, decidem utilizando regras, tal como dito pela produtora, a “tabelinha da vovó”, “Até é uma tabelinha que a gente dizia que era da vovó que dizia que assim não se perdia dinheiro.”, e levando em consideração as decisões dos concorrentes, realizando uma pesquisa de preços. Assim, outra forma de decidir os preços, tanto para as lojas da Etiqueta Popular, quanto para as feiras da Coolméia, era a pesquisa de preços no mercado, ou seja, quanto outros produtores de produtos similares cobram, o que também está de acordo com a teoria de formação de preços pós-keynesiana.

Eu procuro sempre não ficar muito fora da realidade das pessoas, senão a gente não consegue vender. A gente procura sempre achar um preço que fique razoável, a gente procura pesquisar preço. (produtora da Etiqueta Popular)

Nas feiras da Coolméia, os preços são decididos coletivamente. Por um lado, isto evita a concorrência via preços entre os produtores de produtos similares, por outro, permite o acréscimo de um percentual acima do valor de mercado dos produtos. Segundo o coordenador da feira do Menino Deus, é feita uma pesquisa de preços em três supermercados e na CEASA/RS⁴. Depois, faz-se uma média e retira-se a sazonalidade, ou seja, os produtos têm o mesmo preço ao longo do ano. A esta média, acrescenta-se entre 5% e 7%, dependendo do produto. Para os produtos mais “raros”, isto é, para aqueles que são mais difíceis de serem encontrados em outros estabelecimentos, o percentual é maior porque o produto é específico e enfrenta maior sazonalidade em sua produção.

Como discutido na primeira parte deste trabalho, Herth (2005) distingue duas maneiras de formar um preço justo: pela eficiência, ou seja, pela integração dos custos ambientais e sociais, pela redução da incerteza quanto ao preço, dos riscos e dos custos de crédito e pelo financiamento de bens coletivos; pela justiça, isto é, pelo repasse dos gastos de intermediários aos produtores e pela redistribuição intra-setorial. Na formação dos preços pelos produtores das feiras da Coolméia, que enfrentam menor resistência dos consumidores em pagar um preço mais elevado pelos produtos, pode-se observar a formação do preço justo pela justiça, ao se eliminarem os intermediários, e pela eficiência, integrando os custos ambientais e sociais e reduzindo a incerteza quanto ao preço, tanto por parte do consumidor quanto do produtor.

Os preços dos estabelecimentos estudados eram formados com base em pesquisa de preços e em regras de bolso, devido à existência de informação assimétrica, não tinham condições de maximizar lucro, ainda mais que esta não é a intenção principal destes empreendimentos. O que poderia ser maximizado, caso dispusessem da informação necessária para isto, seria sua remuneração. No entanto, esta depende, no final, da aceitação dos consumidores que, por sua vez, têm dificuldade em perceber o diferencial de produtos, pelo menos, quanto à sua característica solidária. Por outro lado, esta dificuldade poderia ser reduzida por um programa de divulgação, pela montagem de um sistema que desse credibilidade aos empreendimentos e a seus produtos, ou, mesmo, pelo tempo. Uma das produtoras da Etiqueta Popular observa que as pessoas estavam começando a conhecer a

⁴ São centrais de abastecimento, localizadas nas principais capitais do país. No texto, a referência é ao CEASA do Estado do Rio Grande do Sul.

Etiqueta Popular e que faltaria, portanto, mais tempo para que mais pessoas conheçam e passem a reconhecer o trabalho da associação, já que é mais recente que as feiras da Coolméia e que a própria Cooperativa que lhe dava respaldo.

Acho que o pessoal está conhecendo. Agora é que a gente está começando a mostrar. O pessoal está comprando mais, deixando de lado o negócio do preço e está entrando e procurando conhecer. Está tendo mais espaço. Há três anos, nós estamos recém começando. Acho que tem um bom caminho até que bastantes pessoas conheçam. (produtora da Etiqueta Popular).

Parece mais evidente para os produtores da Coolméia a importância das pessoas pagarem um preço maior pelos produtos, um preço mais justo, e de escolherem estes produtos porque são produzidos por uma organização de Economia Solidária. Estes mesmos produtores, no entanto, percebem que a conscientização dos consumidores ainda é pequena, mas que está crescendo. Um deles, ainda, toma como referência o Comércio Justo na Europa, apontando-no como uma referência que espera que seja seguida no Brasil.

[Economia Solidária] É quando a pessoa busca comprar produtos de uma organização onde as pessoas que produzem também são solidárias. Talvez não exigir o preço de mercado, mas pagar aquilo que é justo. Possa pensar: eu vou pagar um pouco mais, mas estou colaborando com a solidariedade. Então acho que se a gente conseguir manter uma solidariedade entre consumidores e produtores, a gente vai ter mercado sempre, não vai estar explorando nem nada. Vai estar vivendo bem e oferecendo uma coisa que é saudável. (produtor da feira da Coolméia).

[...] essa coisa da conscientização, eu acho que está cada vez mais forte. (produtor da feira da Coolméia).

Eu acredito que é uma questão que está crescendo. No Brasil ainda é uma coisa um pouco nova, ainda não é tão conhecida assim, mas já é um movimento forte que a gente sabe, principalmente na Europa, em países mais desenvolvidos, onde os consumidores têm essa disposição a remunerar de uma forma mais justa esse tipo de produção, de agricultura familiar, de agricultura ecológica. (produtor da feira da Coolméia).

Além dos ganhos em saúde, destacados pelos consumidores das feiras da Coolméia entrevistados, há outros valores que são adicionados pela Economia Solidária, segundo Garrabé (2001), que não foram mencionados ou foram mencionados somente em parte e por apenas poucos dos entrevistados. Estes valores adicionados, que não são os convencionais, são difíceis de serem medidos e, portanto, de serem incorporados aos preços dos produtos. São eles: o valor adicionado social, os efeitos sobre as próprias pessoas, como a solidariedade e o respeito; um valor adicionado societal, os efeitos coletivos sobre a comunidade, como o

fortalecimento dos laços entre os membros da comunidade e da democracia pela formação de cidadãos.

No Comércio Justo Norte-Sul os preços dos produtos são maiores, mas será que eles teriam que ser maiores também no comércio Sul-Sul, dado que um intermediário a mais poderia ser eliminado pelo contato direto entre produtores e consumidores? A resposta seria positiva, caso o aumento da renda do produtor gerado pela eliminação do intermediário, não seja suficiente para garantir-lhe um nível de vida decente, seja como for que ele seja definido.

Mesmo que o preço possa ser menor no comércio Sul-Sul, poderia estar faltando uma entidade que certifique o produto enquanto Comércio Justo. Este papel poderia, em alguns casos, ser substituído pelos laços de confiança estabelecidos entre produtores e consumidores, principalmente quando este contato é mais constante.

Foi encontrado um caso de laços entre consumidores e produtores da Etiqueta Popular que, no entanto, não estavam exatamente relacionados com a compra de produtos por seu potencial transformador e, sim, com laços pessoais prévios ou estabelecidos devido à qualidade de produtos específicos.

Venho às vezes, tenho uma amiga que trabalha aqui. [Compro] Quando eu venho visitar a minha amiga. (consumidor da Etiqueta Popular).

No caso da feira da Coolméia há o respaldo da Cooperativa Coolméia e de seu sistema de credenciamento dos produtos. Mesmo com a falência da cooperativa, o sistema de credenciamento continua ativo, além do nome que continua sendo associado à qualidade dos produtos.

A Coolméia é uma referência no movimento agroecológico do país. Uma entidade com mais de 25 anos de fundação, reconhecida e por ela ter reconhecimento por parte do público consumidor, ela dá um respaldo muito grande para quem produz associado a ela. (produtor da feira da Coolméia)

O sistema de credenciamento da Coolméia, no entanto, estava voltado para a forma de produção, isto é, se ela atendia os requisitos para ser denominada ecológica. Para a Etiqueta Popular, por outro lado, não havia qualquer sistema de credenciamento. O programa da prefeitura, que levou à criação desta associação, não foi acompanhado de um programa de divulgação da Economia Solidária e de seus produtos junto aos consumidores, nem uma divulgação da própria associação junto a seus consumidores, como um cartaz nas lojas que explicasse o que é Economia Solidária e porque estes produtos são diferenciados. Na feira da Coolméia, além de existir por trás um sistema de certificação enquanto produtos agroecológicos, o contato entre produtores e consumidores é, na maioria das vezes, semanal.

Nas lojas da Etiqueta Popular, não só inexistem qualquer sistema de credenciamento, como o contato entre produtores e consumidores é, muitas vezes, esporádico, devido ao tipo de produtos comercializados, o que dificulta o estabelecimento de laços de confiança.

Foi encontrado, para ambos os empreendimentos, uma necessidade de dar mais credibilidade à solidariedade embutida nos produtos vendidos. Credibilidade esta que passaria pela formação de um sistema de credenciamento, se não nacional, pelo menos local, e de um programa de divulgação da Economia Solidária e de seus empreendimentos, agregando mais uma diferença qualitativa aos produtos, adicionando-se ao fato de serem de artesanato ou ecológicos. Os produtores entrevistados parecem perceber uma falta de divulgação do movimento aliado a seus produtos.

Quanto à demanda, eu acho que se houvesse divulgação seria bem melhor. Falta divulgação. (produtora da Etiqueta Popular).

Uma das produtoras da Etiqueta Popular, inclusive, destaca a necessidade da divulgação da Economia Solidária como um todo, não apenas da associação de que participa. O consumidor, segundo a produtora, deveria saber que a Economia Solidária não é apenas o artesanato, mas também inclui agricultura, cooperativas de trabalho, dentre outros. Esta produtora participa da loja do bairro Bom Fim, que está próxima de onde se realiza uma das feiras da Coolméia. Nas entrevistas com os consumidores, mesmo no período da feira, apenas dois consumidores afirmaram que adquiriam produtos dos dois empreendimentos.

Quanto aos produtos, acho que tínhamos que divulgar um pouco mais, divulgar a qualidade dos produtos, Economia Solidária é muito mais que artesanato, o pessoal da agricultura, das cooperativas de trabalho, etc. É toda uma gama de produtos. O pessoal não sabe que pode encontrar tudo isso com qualidade e com um preço até mais baixo do que em outros lugares. (produtora da Etiqueta Popular)

A divulgação do diferencial dos produtos é importante e é, exatamente, isto que vemos quotidianamente nas propagandas dos produtos de comércio tradicional em que há, pelo menos, um certo nível de concorrência monopolista. No entanto, como enfatizado na primeira parte deste trabalho, não seria possível esperar que a mesma diferença, que explica a escolha entre Coca-cola e Pepsi, explique também a escolha entre um produto do Comércio Justo e de outro produto de comércio tradicional, pois esta segunda diferenciação depende da formação de um consumidor não apenas consciente de uma diferença física entre produtos, mas também dos resultados sociais de sua decisão de compra. Ademais, a formação deste “consumidor consciente”, em um sentido mais amplo, é um dos objetivos do Comércio Justo.

6.4 Estrutura, perspectivas e potencial da Economia Solidária

Finalmente, nesta seção, identifica-se a estrutura, as perspectivas e o potencial da produção e comercialização de produtos no modelo de Economia Solidária nos dois empreendimentos. Quanto à estrutura espera-se responder como funcionam as idéias da Economia Solidária e do Comércio Justo, discutidas no primeiro capítulo, nos empreendimentos estudados. Quanto às perspectivas, temos o objetivo de responder se os produtores das feiras da Coolméia e das lojas da Etiqueta Popular vêem a Economia Solidária como um outro meio qualquer de sobrevivência, se seus consumidores são “conscientes” e se os preços cobrados pelos produtos são justos, do ponto de vista do conceito de Comércio Justo, do ponto de vista dos produtores e dos consumidores. Finalmente, quanto ao potencial, busca-se expandir os resultados dos dois estudos realizados para a Economia Solidária como um todo, apontando, também, as limitações desta extensão e dos estudos realizados em si.

6.4.1 As percepções sobre Economia Solidária e os empreendimentos estudados

Segundo a SENAES (BRASIL, 2004b), considera-se Economia Solidária o conjunto de atividades econômicas – de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito – com as seguintes características de cooperação, autogestão, atuação econômica e solidariedade. São encontradas estas características nos empreendimentos estudados?

No sentido apontado no parágrafo anterior, a cooperação significa a existência de interesses e objetivos comuns, união de esforços e capacidades, propriedade coletiva parcial ou total de bens, partilha dos resultados e responsabilidade solidária sobre os possíveis ônus. Por um lado, a cooperação encontrada foi fraca, os produtores entrevistados não costumam realizar outras atividades em comum, além da comercialização e, por exemplo, o curso sobre custos de uma das lojas da Etiqueta Popular não foi estendido à outra loja. No entanto, há relações de amizade e troca de produtos entre os produtores. Na Etiqueta Popular, não há divisão dos resultados, mas os produtores afirmam que buscam, nos dias de seus plantões, vender produtos de qualquer dos produtores, isto é, não se concentram em tentar vender somente seus próprios produtos, em detrimento dos produtos de produtores que não estão presentes neste dia. Nas feiras da Coolméia, também não há partilha dos resultados, mas os

produtores trocam produtos, reduzindo a necessidade de compra de alimentos que não produzem.

A autogestão, como definida pela SENAES (BRASIL, 2004b), incluiria práticas participativas de autogestão dos processos de trabalho, das definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, de direção e coordenação das ações nos seus diversos graus e interesses, etc. As decisões nos empreendimentos estudados são tomadas pelos participantes ou por representantes eleitos, coletivamente ou individualmente.

Quanto à atuação econômica, a SENAES (BRASIL, 2004b) refere-se à agregação de esforços e recursos pessoais e de outras organizações para produção, beneficiamento, crédito, comercialização e/ou consumo. No caso das feiras da Coolméia e da Etiqueta Popular, os esforços e recursos pessoais agrupados são voltados, principalmente, para a comercialização dos produtos, sendo a produção feita individualmente ou familiarmente.

Por fim, a solidariedade significa uma justa distribuição dos resultados alcançados, a existência de oportunidades de melhoria das condições de vida dos participantes, o compromisso com o meio ambiente, a participação nos processos de desenvolvimento territorial ou local, o relacionamento com movimentos sociais e populares independentes e o bem-estar de trabalhadores e consumidores. Nos dois empreendimentos estudados, os resultados das vendas são individuais, mas uma parte destes resultados é destinada à operação e ao investimento no empreendimento. Quanto à existência de oportunidades de melhoria das condições de vida dos participantes, elas estão relacionadas à própria participação no empreendimento, sendo um aumento da renda ou benefícios não monetários. O compromisso com o meio ambiente, no entanto, é observado pelas feiras da Coolméia através da produção ecológica; na Etiqueta Popular, não houve qualquer menção à questão ambiental. A participação nos processos de desenvolvimento territorial ou local e o relacionamento com movimentos sociais populares independentes não foi objeto deste estudo, não sendo possível tecer qualquer comentário quanto a estes itens. Finalmente, o bem-estar de trabalhadores e consumidores pôde ser identificado pelas entrevistas, já que a maioria dos consumidores e produtores entrevistados demonstrava-se satisfeita com sua participação.

No Comércio Justo a solidariedade é entre consumidores e produtores, formando uma relação de compromisso entre as duas partes. É necessário, portanto, que o Comércio Justo seja acompanhado do “consumidor consciente” ou solidário. O consumo solidário é definido por Mance (2003, p. 45) como “[...] aquele praticado em função não apenas do próprio bem-viver pessoal, mas também do bem-viver coletivo, em favor dos trabalhadores que produziram aquele bem ou serviço e de manutenção do equilíbrio dos ecossistemas.” Neste

sentido, apenas uma pequena parcela dos consumidores das feiras da Coolméia e da Etiqueta Popular entrevistados demonstrou esta preocupação também com o bem-estar coletivo, dos trabalhadores que produziram e do meio ambiente. Os consumidores que, no entanto, demonstraram esta preocupação, demonstraram-na de forma variada, apontando ora a preocupação ambiental, ora a produção familiar, considerada pelos entrevistados como “melhor”, ora a valorização do trabalhador ou do trabalho artesanal.

Quanto à determinação dos preços, os produtores da Etiqueta Popular utilizam uma “regra de bolso”, incluindo os custos de materiais e sua remuneração. A remuneração, no entanto, só é definida, finalmente, pela demanda dos consumidores e pela concorrência, tanto pela necessidade de redução do preço quando o produto não é vendido, quanto pela quantidade de produtos comprados, o que condiz com a teoria. Outra forma de decidir os preços era a pesquisa de preços no mercado, ou seja, quanto outros produtores de produtos similares cobram, o que também está de acordo com a teoria de formação de preços pós-keynesiana. Os produtores, em um ambiente incerto, decidem utilizando regras e levando em consideração as decisões dos concorrentes. No caso das feiras da Coolméia, além da pesquisa de preço é acrescentado um percentual relacionado à produção ecológica, que, junto com a não utilização de intermediários, permite uma melhor remuneração aos produtores. Para evitar concorrência entre os produtores ou que os preços fiquem muito acima dos preços do mercado, eles são decididos coletivamente.

As condições em que se encontravam os produtores antes de participarem dos empreendimentos solidários e os motivos que os levaram a fazê-lo indicam que a Economia Solidária seria uma resposta à redução do crescimento econômico e ao crescimento do desemprego. Mas não seria só isso, ela também seria uma resposta aos efeitos excludentes da economia capitalista, como demonstra o descontentamento dos produtores com este tipo de economia e os benefícios não monetários percebidos por sua participação na Economia Solidária.

Para Singer (2000), a Economia Solidária deve ser independente, mas não isolada da economia capitalista e do Estado, o que pôde ser identificado nos empreendimentos estudados. Mesmo que a Etiqueta Popular tenha surgido dentro de um projeto da Prefeitura de Porto Alegre, o empreendimento ganhou independência ao constituir-se enquanto associação. Por outro lado, muitos dos produtores entrevistados reclamavam um maior apoio do poder público aos empreendimentos. Neste sentido, aproximar-se-iam da visão de articulação entre os três pólos apontados por Eme, Laville e Marechal (2006), pois já estariam articulados com o mercado, realizando suas relações econômicas por meio deste e, com o apoio do poder

público estariam realizando uma articulação com o Estado. Deste modo, estar-se-ia caminhando para a construção de redes com dinâmica própria, algo apontado como necessário pelos três principais pensadores de Economia Solidária, discutidos no primeiro capítulo, que incluísse não apenas empreendimentos solidários como também órgãos governamentais.

6.4.2 Produtores solidários, “consumidores conscientes”, preços justos e a realidade observada

Embora a motivação inicial para a participação tenha sido, muitas vezes, a renda maior ou complementar, os benefícios percebidos, depois, estenderam-se além dela. Tanto que alguns produtores continuavam participando do empreendimento, apesar de reclamarem dos resultados monetários, dizendo que os benefícios estavam mais relacionados à amizade entre os produtores e com os consumidores. A maioria dos produtores entrevistados, portanto, entendiam sua participação nos empreendimentos como mais do que uma forma de sobrevivência. Ademais, alguns dos produtores afirmaram que sentiam uma maior autonomia ao produzirem produtos ecológicos, no caso das feiras da Coolméia, e ao serem “patrões de si mesmos”, no caso da Etiqueta Popular. Isto, no entanto, não é válido para todos os entrevistados. Alguns dos produtores afirmaram que aceitariam um emprego em um estabelecimento capitalista ou montariam seu próprio estabelecimento capitalista caso tivessem a oportunidade, ou que acreditavam que o movimento da Economia Solidária, identificado com o empreendimento de que participavam, não havia dado certo.

Ainda assim, a maioria dos produtores entrevistados percebia benefícios não monetários de sua participação nos empreendimentos, como o estabelecimento de laços de amizade e um maior controle sobre sua produção e sua vida. Para alguns dos produtores estes benefícios não monetários eram a principal razão para que continuassem participando do empreendimento, dado que consideravam que os benefícios monetários haviam diminuído bastante desde que começaram no empreendimento. Esta pode ser uma forma de se perceber as estruturas sociais por trás das relações econômicas. Elas estão presentes nos empreendimentos de Economia Solidária não apenas nas motivações para participarem, mas também nos benefícios da participação.

Os produtores que participavam de outras associações normalmente eram os produtores mais antigos, ou mesmo fundadores, o que tanto pode indicar um nível maior de

engajamento cívico destes indivíduos, ou um maior leque de oportunidades econômicas. Esta participação ou o fato de serem fundadores, entretanto, pouca relação teve com o conhecimento do termo Economia Solidária.

As perspectivas com relação à Economia Solidária foram, em geral, positivas, apesar de perceberem que há muito ainda a fazer, desde “batalhar” uma ajuda do governo até ao fato de haver maior divulgação das atividades. A ajuda do governo é necessária, como demonstrado pelos exemplos internacionais discutidos na primeira parte deste trabalho, tanto para o controle da inclusão dos mais vulneráveis dentre os beneficiários na produção e no consumo, quanto para a formação do “consumidor consciente”, no mesmo sentido em que o governo brasileiro divulgou, em 2006, que era necessário que os eleitores refletissem antes de votar, pensando nas conseqüências de suas decisões de voto. A divulgação do diferencial dos produtos é importante e é, exatamente, isto que vemos todos os dias nas propagandas dos produtos de comércio tradicional em que há, pelo menos, um certo nível de concorrência monopolista. Nos casos estudados, entretanto, a divulgação teria por objetivo a formação de um consumidor não apenas consciente de uma diferença física entre produtos, mas também dos resultados sociais de sua decisão de compra.

Havia, também, em ambos os empreendimentos, alguns produtores que tinham perspectivas negativas, ou que apresentavam o desejo de voltar ao mercado de trabalho, ou abrir uma empresa própria, caso tivessem a oportunidade. Nestes casos, a Economia Solidária seria apenas uma estratégia de sobrevivência, e, não, uma alternativa viável à economia capitalista. Esta, no entanto, não foi a visão mais encontrada entre os entrevistados, que, em sua maioria, manifestavam o desejo de fazer parte de um modelo mais justo de economia. Havia dúvidas, entretanto, de como esta economia se organizaria e, principalmente de sua relação com o termo Economia Solidária.

Foram encontrados interesses diversos, nos empreendimentos estudados, que tanto consumidores quanto produtores utilizaram para explicar sua participação e para explicar o que entendiam pelo termo Economia Solidária, quando este era definido a partir de suas experiências mais do que por um discurso formado. Os consumidores entrevistados, em sua maioria, apontaram motivos para a aquisição de produtos nos empreendimentos estudados que não estão relacionados a preocupações com o modo de vida dos produtores. A falta de preocupação com o bem-estar dos produtores, ou o desconhecimento do potencial transformador de suas decisões de consumo, aliada à falta de conhecimento do movimento a que os empreendimentos estão aliados, dificulta a cobrança de um preço mais alto pelos produtos.

Os agentes desenvolvem procedimentos para tomar decisões, os quais não resultam necessariamente em maximização, mas em satisfação (*satisficing*) de seu objetivo, o que pode explicar o porquê de alguns consumidores compraram por indicação de algum amigo, ou simplesmente por que gostaram do produto, ou porque continuam comprando apesar de acharem que os produtos são caros, que a qualidade deixa a desejar, e sem dar nenhuma explicação ideológica para o consumo. No entanto, a questão da solidariedade, aparentemente, não era muito considerada nas decisões de compra destes consumidores, que apontam a melhora em sua saúde como o motivo para aceitarem pagar um preço mais elevado, assim como, tiveram que responder se consideravam os preços justos. Entretanto, os consumidores tiveram dificuldade de responder se os preços eram justos, principalmente quando a pergunta era para quem eles eram justos.

A falta de articulação entre os empreendimentos, principalmente quando muitos produtores identificam Economia Solidária apenas com o empreendimento de que participam, dificulta uma articulação que evite uma concorrência via preços entre os empreendimentos, a qual lhes poderia ser prejudicial, quando se pensa na formação de preços mais justos para os produtores. Principalmente os produtores da Etiqueta Popular percebiam que enfrentam concorrência com um número cada vez maior de trabalhadores do mercado informal, os quais produzem produtos similares.

Apesar de ser um pouco arriscado para os empreendimentos de Economia Solidária dependerem de “consumidores conscientes” para sua viabilidade, pois apenas uma parcela limitada da população teria condições de atuar como tal, por uma questão mesmo de renda ou de preferência, como sugere Singer (2000), o “consumidor consciente” do Comércio Justo pode permitir que o produtor tenha uma remuneração mais justa por seu trabalho, principalmente quando são pequenos produtores, produtores familiares e quando são produzidos bens tradicionais que recebem uma remuneração reduzida, como é o caso dos produtos agrícolas.

Por outro lado, alguns dos produtores e dos consumidores entrevistados apontaram para uma perspectiva mais positiva com relação à Economia Solidária, acreditavam que havia possibilidade de crescimento desta forma de relação econômica, com benefícios que ultrapassam a aquisição de renda e que percebem o potencial transformador de suas decisões de consumo. Estes, mesmo sendo uma minoria entre os entrevistados, podem estar sinalizando uma mudança, ou indicando que uma divulgação maior do movimento tanto entre consumidores quanto produtores poderia expandir a Economia Solidária enquanto alternativa

à economia capitalista, pelo menos para os setores da população e da economia que são marginalizados pelo modelo capitalista.

Ainda que os preços não sejam tão justos, no sentido de garantirem um nível de renda mais condizente com uma vida digna, outros benefícios identificados com a participação nos empreendimentos pode aumentar, por si, a qualidade de vida da população afetada, tanto ao gerar uma rede de solidariedade capaz de reduzir a vulnerabilidade deste grupo de pessoas quanto ao possibilitar um aumento do consumo pela troca entre os produtores.

6.4.3 O potencial da Economia Solidária

Seria arriscado generalizar os resultados da análise destes dois empreendimentos para a Economia Solidária como um todo, ainda mais que ela se apresenta em diversas formas e os empreendimentos estudados representam apenas uma delas. No entanto, este estudo oferece indicações quanto ao potencial da Economia Solidária em sua forma de comercialização, em que se encontra aliado, ou não, ao movimento do Comércio Justo. Isto porque o Comércio Justo requer a formação de um “consumidor consciente”, que pode ser o objetivo, ou não, dos empreendimentos solidários voltados para a comercialização. A nosso ver o nenhum dos dois modelos de comercialização (por meio do Comércio Justo e pela concorrência com firmas capitalistas) seria preferível *a priori*, sendo necessária a avaliação de cada caso para determinar o modelo mais viável.

Este modelo de comercialização, aliado ao Comércio Justo, tem seus riscos, como salienta Singer (2000), por depender de um nicho de mercado restrito. Ele pode, no entanto, permitir uma remuneração mais justa aos produtores em setores em que mesmo uma empresa capitalista encontraria possibilidades de lucro mais limitadas, principalmente quando não são adicionadas uma marca, no caso das manufaturas artesanais, ou uma qualificação ecológica, no caso de produtos agrícolas. São exatamente estes tipos de produtos que são selecionados pelas entidades internacionais de Comércio Justo para a comercialização, produtos que exigem uma capacidade tecnológica e um capital inicial mais baixos, permitindo uma vida mais digna a populações de baixa renda.

Exemplos internacionais nos demonstram o potencial de crescimento da comercialização neste modelo, mas este potencial pode ser mais limitado quando a comercialização depende de uma população com menores níveis de renda e de educação,

como é o caso da brasileira, em relação à europeia. Índícios desta limitação nos foram dados pelos consumidores entrevistados que demonstraram, em parte, desconhecimento em relação ao poder transformador de suas decisões de consumo.

Índícios contrários, isto é, que indicam um crescimento potencial desse modelo, também foram percebidos. Muitos dos produtores entrevistados afirmaram estarem satisfeitos com os resultados alcançados até então, e otimistas com relação ao crescimento da Economia Solidária e à conscientização dos consumidores, que em sua opinião estavam começando a conhecer o movimento e se interessarem por ele. O que estaria faltando, na visão de alguns produtores entrevistados, seria uma maior contribuição do poder público e uma maior divulgação do movimento, não apenas destes empreendimentos específicos, mas de todos os setores envolvidos na Economia Solidária. Outra deficiência, que não foi mencionada, é a falta de articulação entre os empreendimentos. Por exemplo, uma das lojas da Etiqueta Popular está localizada bastante próxima a uma das feiras da Coolméia e, no entanto, não há nenhum relacionamento entre as duas, como, também, poucos dos consumidores entrevistados adquiriam produtos em ambas.

7. Conclusões parciais – Parte II

Nos empreendimentos estudados, a Economia solidária aparece como uma resposta ao desemprego e, também, aos efeitos excludentes do modelo capitalista. Os produtores entrevistados, apesar de acreditarem que era possível uma economia diferente, em relação à economia capitalista, e de este ser um dos motivos para sua participação, desconheciam, em um grande número, o termo Economia Solidária, ou o definiam com base em suas experiências, ou não buscavam informações sobre o movimento. Isto ressalta a necessidade de se contrapor a teoria com a prática, para que uma complemente a outra.

Quanto aos produtores, encontrou-se uma pluralidade de motivos para a participação e, principalmente, de benefícios resultados dela. Havia, ademais, tanto produtores que conhecem o termo Economia Solidária quanto que não o conheciam; tanto produtores que o definiram porque obtiveram informações sobre ele, quanto os que o definiram com base em suas experiências pessoais. Pelo menos em um segundo momento, o funcionamento destes empreendimentos não depende das altas taxas de desemprego ou da falta de renda. Isto porque a maioria dos produtores entrevistados acreditava que a forma de economia que realizavam era diferente, em relação à economia capitalista, sendo que a primeira permitia um maior controle sobre a sua produção, seu trabalho e seu modo de vida. Estes empreendimentos poderiam ter um melhor desenvolvimento, caso tivessem consumidores com melhores condições de renda para aceitar um diferencial de preço e uma melhor disposição, ou informação, para refletir quanto à qualidade de vida dos produtores.

A solidariedade parecia mais presente entre os produtores dos empreendimentos estudados do que entre os produtores e seus consumidores. Os consumidores entrevistados demonstravam uma falta de conhecimento quanto à Economia Solidária e quanto aos efeitos de suas decisões de compra. Normalmente, os consumidores reconheciam que a qualidade era maior, por serem produtos de artesanato, no caso das lojas da Etiqueta Popular, e por serem produtos ecológicos, no caso das feiras da Coolméia, aceitando pagar um preço maior devido a esta variação de qualidade, ou não sendo capaz de comparar os preços pagos com os preços de outros estabelecimentos.

Assim como os produtores, os consumidores entrevistados também apresentaram uma pluralidade de motivos para sua participação. Foram encontrados desde consumidores que escolhiam estes empreendimentos para suas compras por sua localização ou porque havia

algum produto que lhes agradava, quanto consumidores que acreditavam que a produção familiar ou a venda direta ao produtor eram formas mais justas de organização econômica. Pela teoria da escolha do consumidor pós-keynesiana, procedimentos como a comparação com outros consumidores, convenções sociais, hábito e confiança na indicação de outros são utilizados pelos consumidores para tomar suas decisões de compras. Estes procedimentos foram encontrados entre os consumidores entrevistados, que justificaram suas compras por motivos tais como indicação de algum amigo, simplesmente ter gostado do produto, hábito e proximidade da casa. Além do mais, considerações morais podem ter influência sobre as decisões junto com o interesse individual, tal como a valorização da produção familiar ser uma das justificativas para a aquisição de produtos no estabelecimento, ao mesmo tempo em que “cuidar da minha saúde” também é outra justificativa.

No entanto, mesmo entre os próprios produtores haveria uma falta de disposição a consumir produtos de Economia Solidária, pelo menos, produtos de outros empreendimentos, o que demonstra uma desarticulação entre estes, ou, mesmo, uma falta de solidariedade, ou, pode ser somente resultado de uma deficiência de renda para pagar um preço mais justo pelos produtos. Tanto a resposta dos produtores quanto a dos consumidores não indicaram a formação de uma Economia Solidária integrada com “consumidores conscientes” em suas decisões de compras de todos os tipos de produtos.

As perspectivas dos produtores entrevistados quanto ao futuro de empreendimentos de Economia Solidária, por outro lado, foram, em geral, positivas, apontando para seu potencial de crescimento e para a extensão de seus benefícios. Os preços, no entanto, não eram necessariamente justos, no sentido de garantir o bem-estar dos produtores: os consumidores, normalmente, achavam que os preços eram justos para si mesmos, mas não sabiam dizer se eram justos para os produtores. A formação dos preços, no caso das feiras da Coolméia, consideravam mais a necessidade de que os consumidores pagassem mais por um produto solidário, mas, nas lojas da Etiqueta Popular, os preços eram decididos mais pela demanda. Nestas, os produtores entrevistados afirmavam que, às vezes, não conseguiam nem cobrir os custos das matérias-primas.

Os produtores, segundo a teoria de formação de preços pós-keynesiana, em um ambiente incerto, utilizam-se de “regras de bolso” e da decisão dos concorrentes para a formação de seus preços. Estes dois procedimentos foram encontrados entre os produtores, o primeiro foi encontrado, principalmente, entre os produtores da Etiqueta Popular, e o segundo, entre os produtores das feiras da Coolméia. Os preços eram formados com base nestes procedimentos. Devido à existência de informação assimétrica, os produtores não

tenham condições de maximizar lucro. Ainda mais por que esta não é a intenção principal destes empreendimentos; o que poderia ser maximizado, caso dispusessem da informação necessária para isto, seria sua remuneração. No entanto, esta depende, no final, da aceitação dos consumidores. Ademais para evitar-se a concorrência entre os produtores dentro de um mesmo empreendimento, facilitando a solidariedade entre eles, havia dois mecanismos. Nas feiras da Coolméia, os preços eram decididos coletivamente, e, na Etiqueta Popular, como os preços eram individuais, evitava-se que produtores de uma mesma mercadoria participassem de uma mesma loja.

Quando o reconhecimento do diferencial de produtos é algo essencial, mas não facilmente perceptível, como no caso do Comércio Justo, a formação dos preços deve levar em consideração o grau de consciência de seus consumidores para tornar viáveis os empreendimentos, o que pode resultar em preços menores do que os necessários para que o produtor tenha uma vida decente. Os consumidores entrevistados da feira da Coolméia percebiam que o valor maior pago pelos produtos era uma remuneração pelos bens serem mais saudáveis ou pelos maiores custos que envolve a produção ecológica. Os consumidores da Etiqueta Popular, por outro lado, tiveram dificuldade de perceber diferenciação de produtos, o que dificultava a cobrança de um preço mais elevado.

A consideração do duplo conceito de homem econômico, que age guiado, ao mesmo tempo ou em situações diferentes, por seu interesse individual e por seu comprometimento social, e a existência de um vínculo entre as duas ordens, a dos interesses próprios e a da moral, estabelecem uma ligação entre a economia e a sociedade e ajudam a explicar os benefícios não econômicos da participação apontados pelos produtores entrevistados e a aceitação de preços mais elevados dos produtos por alguns dos consumidores entrevistados.

Os resultados encontrados demonstram um grau de aderência com as teorias discutidas na primeira parte do trabalho, mas também demonstram que há ainda um longo caminho a ser percorrido, o que é percebido pelos produtores entrevistados. O fato da maioria dos produtores afirmarem que estavam melhores com sua participação nos empreendimentos e o fato de que alguns consumidores parecerem conscientes com relação aos efeitos de suas decisões de compra, podem apontar para a Economia Solidária enquanto uma forma alternativa à economia capitalista. A dúvida que permanece diz respeito à dimensão desta Economia Solidária, ou seja, se ela conseguiria incluir toda a população excluída pela economia capitalista, sem deixar de gerar os benefícios encontrados até agora nestes empreendimentos e, até mesmo, os aumentando. Ademais, há dúvidas quanto à relação da Economia Solidária com a economia capitalista e com o governo.

8. Considerações finais

Neste trabalho, procuramos examinar estes empreendimentos, predominantemente, do ângulo das motivações de participação dos produtores e dos consumidores e das relações entre produtores e consumidores, deixando de lado os processos de formação dos empreendimentos e de produção. Mas, nesta dissertação, tentou-se resgatar o amplo leque de idéias no qual estes empreendimentos, aparentemente, inserem-se. É um contexto de exclusão social, contra a qual os atores encontram maneiras diferentes de lutar, seja para sua simples sobrevivência, ou para transformar o modelo atual, mesmo que a transformação permaneça apenas como um enclave.

Desde o final da década de 1970, tem-se enfrentado adversidades como o fim das altas taxas de crescimento econômico, a crise do Estado de Bem-Estar, as transformações nas relações entre capital e trabalho, o aumento dos esforços por parte do capital de absorver uma maior parte do aumento de produtividade, incorporando novas tecnologias. Os empreendimentos estudados incorporam a reação tanto das pessoas afetadas diretamente por estes problemas, que decidiram produzir de forma diferenciada, quanto das pessoas que não se sentem satisfeitas com o cenário com que se confrontam e incorporam a idéia de mudança em suas decisões de consumo.

A elaboração desta dissertação possibilitou um importante aprendizado quanto aos diversos aspectos da Economia Solidária, tanto no seu sentido histórico e conceitual, discutido na primeira parte, como na sua formação atual, pela análise de dois empreendimentos solidários, na segunda parte. Na primeira parte foi possível apreender que a Economia Solidária apresenta-se, teoricamente, como uma alternativa não apenas de emprego e renda, mas também de organização da economia, que se apresenta de maneira isolada ou integrada à economia capitalista. Os empreendimentos envolvidos funcionam seguindo as lógicas econômica, social e política, pois as relações econômicas, de modo geral, possuem estruturas sociais, não sendo considerado apenas o princípio da troca e o próprio interesse, e sim interesses diversos dentro dos empreendimentos e em suas relações com os consumidores.

De forma complementar, a segunda parte nos permitiu compreender melhor dois empreendimentos de Economia Solidária voltados para a comercialização de produtos pelos próprios produtores. Esta parte da dissertação nos permitiu compreender que há uma relação entre o encontrado na realidade e na teoria, mas que há ainda um longo caminho a ser percorrido para que as duas versões da Economia Solidária se encontrem totalmente: há ainda

muitas dificuldades à frente para que os produtores compreendam o movimento de que fazem parte, a fim de poder aplicá-lo melhor, e para que os consumidores tornem-se conscientes do impacto de suas decisões de compra para o bem-estar dos produtores.

O grau de aderência entre a teoria e a prática, como vimos ao longo das discussões levantadas entre cada uma das partes deste trabalho, nos permitiu ver que o debate sobre a Economia Solidária ainda está se desenvolvendo, principalmente quando se trata das aplicações práticas de seus princípios. Neste sentido, parece evidente que um forte apoio do Estado pode dar forte impulso à Economia Solidária, em termos das necessidades que foram vistas e apontadas neste trabalho enquanto sua forma de empreendimento de comercialização, como credenciamento, divulgação e articulação entre os empreendimentos, não somente os do tipo estudado, mas de todos os solidários, e destes com as instituições de apoio.

A Economia Solidária é um movimento antigo em um novo contexto. Ela pode ter diversas definições e formas, sendo que todas passam pelo aumento da solidariedade e redução do individualismo entre os agentes envolvidos, sejam eles produtores, consumidores, tomadores de crédito, etc. Daí, as diversas motivações que foram encontradas nos empreendimentos estudados. Tanto a preocupação com a obtenção de renda (maior ou complementar) quanto benefícios não monetários, como a amizade. Esta pode ocorrer no sentido de gerar um melhor ambiente de trabalho, além de gerar laços pessoais na perspectiva do capital social à la Bourdieu.

A Economia Solidária é tanto uma alternativa ao desemprego quanto uma forma de contestação aos efeitos do modelo capitalista, ou ao modelo em si, sem que seja necessário substituí-lo. Deste modo, há, pelo menos, duas alternativas aos empreendimentos solidários: a concorrência com empreendimentos capitalistas ou o Comércio Justo. Não postulamos que a alternativa do Comércio Justo seja a estratégia desejável para todos os casos. Entretanto, para os empreendimentos estudados, ela parece sê-lo, já que os preços praticados no mercado tradicional para os tipos de produtos das feiras da Coolméia e das lojas da Etiqueta Popular (alimentos e bens duráveis de baixa tecnologia) poderiam ser demasiado baixos para permitir uma melhora de vida para os produtores.

A realização deste objetivo de melhora de vida, no entanto, poderia ser dificultada pela escassez de “consumidores conscientes”. O fato de termos encontrado consumidores que se indagavam sobre a qualidade de vida dos produtores e sobre os efeitos de suas decisões de compra, que aceitavam pagar um preço mais elevado, ou que escolhiam estes produtos por acreditarem que os empreendimentos realizavam uma economia mais solidária e/ou justa, poderia indicar que existe um nicho de mercado a ser explorado pela Economia Solidária, ou,

mesmo, uma mudança no comportamento dos consumidores. Este potencial poderia ser reforçado com o apoio do governo, com uma maior divulgação da Economia Solidária e de seus empreendimentos, com uma campanha de conscientização dos consumidores ou com a criação de uma entidade certificadora dos produtos.

Por fim, é preciso manter em mente que empreendimentos isolados correm o risco de não gerar a Economia Solidária, ainda que sejam bem sucedidas individualmente, pois estaria faltando parte da solidariedade possível, isto é, entre os empreendimentos e para com os trabalhadores de modo geral. Estes empreendimentos devem ser percebidos em seu conjunto, com articulação entre si. Por tanto, são fundamentais o estudo das experiências, a divulgação de suas idéias e ideais e a transformação de exemplos isolados em uma proposta mais generalizada.

Referências

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o diabo: mercado e iteração humana nas ciências sociais. **Tempo Social**: revista de sociologia da USP, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.

ABRAMOVAY, R. *et al.* Movimentos sociais, governança ambiental e desenvolvimento territorial. **Boletín InterCambios**, Santiago, v. 6, n. 65, p. 1-25, 2006. Disponível em: <<http://www.rimisp.cl>>. Acesso em: 10 set. 2006.

ALBUQUERQUE, P. P. Autogestão. In: CATTANI, A. D. (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003, p. 20-26.

ANDREWS, P. W. S. A reconsiderations of the theory of the individual business. **Oxford Economic Papers**, Oxford, v. 1, n. 1, p. 54-89, 1949.

BAKAIKOA-AZURMENDI, B. La solidaridad intercooperativa y la política de empleo en Mondragón Corporación Cooperativa (MCC). **Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Valencia, v. 22, p. 81-94, 1996.

BARRANTES, C. Pensar la economía popular en Venezuela: cuatro miradas inconclusas. **Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura**, Caracas, v. 3, n. 1, p. 57-77, 1997.

_____ Micropoderes burocráticos y política social: el apoyo a la economía popular en Venezuela. **Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura**, Caracas, v. 4, n. 1, p. 187-214, 1998.

_____ Organizaciones civiles de desarrollo social y representaciones sociales en la Venezuela bolivariana. **Cuadernos del Cendes**, Caracas, v. 20, n. 52, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082003000100008&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 07 out. 2006).

BERTUCCI, J. O. **A economia solidária do pensamento utópico ao contexto atual**: um estudo sobre experiências em Belo Horizonte. Dissertação (Mestrado Ciências Econômicas) – Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

BIANCHI, A. M. **A pré-história da economia**: de Maquiavel a Adam Smith. São Paulo: Hucitec, 1987.

BOBBIO, N. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. Tradução de Marco A. Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

BOETTKE, P. J.; STORR, V. H. Post-classical political economy: polity, society and economy in Weber, Mises and Hayek. **The American Journal of Economics and Sociology**, Lancaster, v. 61, n. 1, p. 161-191, 2002.

BOURDIEU, P. Le capital social: notes provisoires. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, Paris, n. 31, p.2-3, 1980.

_____ **Les structures sociales de l'économie**. Paris: Seuil, 2000.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Plano de ação 2004**. Brasília, 2004a. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/empregador/EconomiaSolidaria/default.asp>>. Acesso em: 3 maio 2006.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES)**: termo de referência. Brasília, 2004b. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/empregador/EconomiaSolidaria/default.asp>>. Acesso em: 3 maio 2006.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Atlas da Economia Solidária no Brasil**. Brasília, 2005. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/empregador/EconomiaSolidaria/default.asp>>. Acesso em: 13 out. 2006.

BUCOLO, E. **Le commerce équitable**. Paris: Les notes de l'Institut Karl Polanyi, 1999. Disponível em: <<http://www.karlpolanyi.org>>. Acesso em : 30 maio 2005.

CAILLÉ, A. **Critique de la raison pratique**: manifeste du Mauss. Paris: La Découverte, 1988.

CARROLL, M. C.; STANFIELD, J. R. Social Capital, Karl Polanyi, and the American Social and Institutional Economics. **Journal of Economics Issues**, Lewisburg, v. 37, n. 2, p. 397-404, 2003.

CASTEL, R. **As metamorfoses da questão social**: uma crônica do salário. Tradução de Iraci D. Poletti. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss B. Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 2)

CASTRO, C. H. *et al.* O Clube de Trocas de São Paulo. In: SINGER, P.; SOUZA, A. R. de (Orgs.). **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000. p. 289-302.

CATTANI, A. D. **Trabalho e autonomia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____ (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003.

CERQUEIRA, H. E. A. G. Para ler Adam Smith: novas abordagens. **Texto para Discussão**: CEDEPLAR, Belo Horizonte, n. 183, p. 1-19, 2003.

CORAGGIO, J. L. Da economia dos setores populares à economia do trabalho. In: KRAYCHETE, G.; LARA, F.; COSTA, B. (Orgs.). **Economia dos setores populares**: entre a realidade e a utopia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 91-141.

_____ Economia do trabalho. CATTANI, A. D. (org.) **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 88-96.

_____ Economia do trabalho: uma alternativa racional à incerteza. In: DINIZ, C. C.; LEMOS, M. B. (Orgs.). **Economia e território**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. p. 103-129.

COSTA, C. F. **Ecologia, agricultura e pequena produção**: concepções e práticas de uma experiência gaúcha. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1992.

DOWNWARD, P. A realist appraisal of post-Keynesian pricing theory. **Cambridge Journal of Economics**, London, v. 24, n. 2, p. 211-224, 2000.

_____ Price stickiness: a Post Keynesian microeconomic perspective. **Eastern Economic Journal**, Bloomsburg, v. 27, n. 2, p. 165-182, 2001.

_____ Post Keynesian pricing theory: alternative foundations and prospects for future research. **Journal of Economic Psychology**, Amsterdam, v. 25, n. 5, p. 661-670, 2004.

DUMONT, L. **O individualismo**: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

DUPAS, G. **Tensões contemporâneas entre o público e o privado**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

EME, B; LAVILLE, J.-L.; MARECHAL, J.-P. Economie solidaire : illusion ou voie d'avenir? 2001. Disponível em: <<http://www.attac.org/fra/list/doc/eme.pdf>>. Acesso em: 9 maio 2006.

ENGELS, F. Do socialismo utópico ao socialismo científico. In: MARX, K; ENGELS, F. **Textos**. São Paulo: Edições Sociais, 1977. p. 5-60.

FAIR TRADE LABELLING ORGANISATIONS INTERNATIONAL. Apresenta informações sobre a instituição. Disponível em: <<http://fairtrade.net>>. Acesso em: 22 jun. 2005.

FERRAZ, D. L. da S. **"Tricotando as redes de solidariedade"**: a cultura organizacional de uma loja autogestionada de Economia Solidária de Porto Alegre. Trabalho de conclusão (Curso de Graduação em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

FLIGSTEIN, N. Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions. **American Sociological Review**, Menasha, v. 61, n. 4, p. 656-673, 1996.

FORCADELL-MARTÍNEZ, F. J. Democracia, cooperación y éxito: implicaciones prácticas del caso de Mondragón. **Universia Business Review**, Madrid, p. 54-67, 2º trim. 2005.

FOURIER, C. O novo mundo industrial e societário. Tradução de Paula M. A. C. Mello. In: TEIXEIRA, A. (Org.). **Utópicos, heréticos e malditos**: os precursores do pensamento social de nossa época. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.67-96.

FRANÇA FILHO, G. C. de; LAVILLE, J.-L. **A economia solidária**: uma abordagem internacional. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

FRETELL, A. C.; ROCA, H. O. Comércio Justo. In: CATTANI, A. D. (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 33-44.

FUKUYAMA, F. Social capital and development: the coming agenda. **SAIS Review**, Washington, v. 22, n. 1, p. 23-37, 2002.

GAIGER, L. I. (Org.). **Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

_____. As emancipações no presente e no futuro. In: GAIGER, L. I. (Org.). **Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 2004. p. 371-402.

GARRABE, M. La valeur ajoutée économique d'une organisation d'économie sociale. **Centre d'Etudes de Projets**, Montpellier, n. 108, p. 2-38, 2001.

GIESTA, L. C. **Organizações preocupadas com a gestão ambiental e de pessoas e o reflexo na promoção de capital social**: estudo de caso em cooperativas gaúchas. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

GRAMSCI, A. **A questão meridional**. Tradução de Carlos N. Coutinho e Marco A. Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

_____. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

_____. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 19, n. 1, p. 33-50, 2005.

HABERMAS, J. **Discurso filosófico da modernidade**: doze lições. Tradução de Luiz S. Repa e Rodnei Nascimento. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

HALL, R. L. ; HITCH, C. J. Price theory and business behaviour. **Oxford Economic Papers**, Oxford, v. 2, n. , p. 12-45, 1939.

HERTH, A. **Le commerce équitable**: 40 propositions pour soutenir son développement: Mission parlementaire auprès de Christian Jacob, Ministre des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, de Professions Libérales et de la Consommation confiée à Antoine Herth, Depute du Bas-Rhin. Rapport au Premier Ministre Jean-Pierre Raffarin. Mai 2005. Disponível em: <<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/brp/notices/054000304.shtml>>. Acesso em: 19 maio 2005.

INGHAM, G. Some recent changes in the relationship between economics and sociology. **Cambridge Journal of Economics**, London, v. 20, p. 243-275, 1996.

KALECKI, M. **Teoria da dinâmica econômica**: ensaio sobre as mudanças cíclicas e a longo prazo da economia capitalista. Tradução de Paulo de Almeida. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

KRAYCHETE, G.; LARA, F.; COSTA, B. (Org.). **Economia dos setores populares**: entre a realidade e a utopia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

LALLEMENT, M.; LAVILLE, J.-L. Introduction. **Sociologie du Travail**, Paris, v. 42, n.4, p. 523-529, 2000.

LAVILLE, J.-L. Fato associativo e economia solidária. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 12, n. 1, p. 25-34, 2002.

_____ Le tiers secteur. Un objet d'étude pour la sociologie économique. **Sociologie du travail**, Paris, v.42, n. 4, p. 531-550, 2000.

LAVOIE, M. A Post Keynesian approach to consumer choice. **Journal of Post Keynesian Economics**, New York, n. 16, v. 4, p. 539-562, 1994.

_____ Post Keynesian consumer theory: potential synergies with consumer research and economic psychology. **Journal of Economic Psychology**, Amsterdam, v. 25, n. 5, p. 639-649, 2004.

LECLAIR, M. S. Fighting the tide: alternative trade organizations in the era of global free trade. **World Development**, Oxford, v. 30, n. 6, p. 949-958, 2002.

LIMA, J. C. **As artimanhas da flexibilização**: o trabalho terceirizado em cooperativas de produção. São Paulo, Terceira Margem, 2002.

LIE, J. Sociology of markets. **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, v. 23, p. 342-360, 1997.

LÓPEZ-CARRASCO, C. E.; OCHOA-HENRÍQUEZ, H. Políticas subnacionales de fomento a la economía social em Venezuela. **Revista de Ciencias Sociales**, Maracaibo, v. 8, n. 3, p. 417-432, 2002.

MANCE, E. A. Consumo solidário. In: CATTANI, A. D. (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 44-49.

MANDEVILLE, B. A Coolméia Murmurante ou os velhacos que se tornaram honestos. Tradução de Laura T. Motta. In: BIANCHI, A. M. **A pré-história da economia**: de Maquiavel a Adam Smith. São Paulo: Hucitec, 1987. p. 151-163.

MARX, K. **O capital**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1988. v.1, t.2.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do partido comunista**. São Paulo: Global, 1984.

MEANS, G. C. Notes on inflexible prices. **The American Economic Review**, Nashville, v. 26, n. 1 (supplement), p. 23-35, 1936.

_____ The administered-price thesis reconfirmed. **The American Economic Review**, Nashville, v. 62, n. 3, p. 292-306, 1972.

NORTH, D. C. Markets and other allocation systems in history: the challenge of Karl Polanyi. **Journal of European Economic History**, Rome, v. 6, n. 4, p.703-716, 1977.

_____ **Institutions, Institutional Change and Economic Performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

_____ What do we mean by rationality? **Public Choice**, Fairfax, v. 27, n. 1, p. 159-162, 1993.

OFFE, C. **Capitalismo desorganizado**: transformações contemporâneas do trabalho e da política. Tradução de Wanda C. Brant. São Paulo: Brasiliense, 1989.

OWEN, R. O livro do novo mundo moral. Tradução de Ana P. O. Mauriel. In: TEIXEIRA, A. (Org.). **Utópicos, heréticos e malditos**: os precursores do pensamento social de nossa época. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.101-146.

PEDRINI, D. M.; PRIM, L. F.; SANTOS, N. R. Apontando caminhos: a solidariedade na economia catarinense. In: GAIGER, L. I. (Org.). **Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 2004. p. 91-137.

PINHO, D. B. **O cooperativismo no Brasil**: da vertente pioneira à vertente solidária. São Paulo: Saraiva, 2004.

POLANYI, K. **The livelihood of man**. Edited by Harry W. Pearson. New York: Academic Press, 1977.

_____ **A grande transformação**: as origens de nossa época. Tradução de Fanny Wrobel. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

PORTO ALEGRE. Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio. Resolução 10 de 2004. **Diário Oficial de Porto Alegre**, Porto Alegre, n. 2321, p. 8, 12 jul. 2004.

PRIMAVERA, H. **El lado invisible del trueque**: solo se trataba de inventar. 1999. Disponível em: <http://www.redlases.org.ar/HTML/download/el_lado_invisible_del_trueque.zip>. Acesso em: 07 out. 2006.

_____ Riqueza, dinero y poder: el efímero “milagro argentino” de las redes de trueque. In: HINTZE, S. (Ed.). **Trueque y economía solidaria**. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento e Prometeo Libros, 2003. p. 121-144. Disponível em: <<http://eumed.net/courseon/libreria/sh-trueque.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2006.

PUTNAM, R. D. **Making democracy work**: civic traditions in modern Italy. Princeton: University Press, 1993.

PUTNAM, R. D.; FELDSTEIN, L. M. **Better together**: restoring the American community. New York: Simon & Schuster, 2003.

RAUD, C. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: uma análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Cadernos de Pesquisa**: PPGSP – UFSC, n. 34, p. 1-38, 2003.

RAWLS, J. **Uma teoria da justiça**. Tradução de Vamireh Chacon. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1981.

ROSE, N. E. **Put to work**: relief programs in the Great Depression. New York: Monthly Review Press, 1994.

ROY, R. La hiérarchie des besoins et la notion de groupes dans l'économie de choix. **Econometrica**, Menasha, v. 11, n. 1, p. 13-24, 1943.

SAINT-SIMON, H. de. Um sonho. Tradução de Ana P. O. Mauriel. In: TEIXEIRA, A. (Org.). **Utópicos, heréticos e malditos: os precursores do pensamento social de nossa época.** Rio de Janeiro: Record, 2002. p.51-56.

_____ Parábola. Tradução de Ana P. O. Mauriel. In: TEIXEIRA, A. (Org.). **Utópicos, heréticos e malditos: os precursores do pensamento social de nossa época.** Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 57-61.

SANTOS, B. de S. Reinventar a democracia: entre o pré-contratualismo e o pós-contratualismo. In: OLIVEIRA, F. de; PAOLI, M. C. (Org.). **Sentidos da democracia: políticas do dissenso e hegemonia global.** Petrópolis: Vozes; Brasília: NEDIC, 1999. p. 83-129.

_____ (Org.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SARAMAGO, J. Da justiça à democracia. **Cultura Vozes**, Petrópolis, n. 6, p. 5-9, 2002.

SAXTON, G. D.; BENSON, M. A. Social capital and the growth of the nonprofit sector. **Social Science Quarterly**, Oxford, v. 86, n. 1, 2005.

SCHERER, C de M. **Conhecendo as feiras: um estudo das feiras ecológicas da Cooperativa Ecológica Coolméia, Porto Alegre.** Trabalho apresentado no XIV Salão de Iniciação Científica da UFRGS. Porto Alegre, 2002.

SCHMIDT, D.; PERIUS, V. Cooperativismo e cooperativa. In: CATTANI, A. D. (Org.). **A outra economia.** Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 63-72.

SEN, A. K. Rational Fools: a critique of behavioural foundations of economic theory. In: SEN, A. K. **Choice, welfare and measurement.** Boston: Harvard University Press, 1997. p. 84-106. Publicado originalmente em *Philosophy and Public Affairs*, v. 6, n. 4, p. 317-344, 1977.

_____ Markets and freedoms: achievements and limitations of the market mechanism in promoting individual freedoms. **Oxford Economic Papers**, Oxford, v. 45, p. 519-541, 1993.

_____ **Sobre ética e economia.** Tradução de Laura T. Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

_____ **Desenvolvimento como, liberdade.** Tradução de Laura T. Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____ Why exactly is commitment important for rationality? **Economics and Philosophy**, Cambridge, v. 21, n. 1, p. 5-13, 2005.

SIMON, H. Rationality in psychology and economics. **The Journal of Business**, Chicago, v. 59, n. 4, parte 2, p. S209-S224, 1986.

SINGER, P. **Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas.** São Paulo: Contexto, 1998.

_____ Economia Solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, P.; SOUZA, A. R. de (Org.). **A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo: Contexto, 2000. p. 11-28.

_____ **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002a.

_____ A recente ressurreição da economia solidária no Brasil. In: SANTOS, B. de S. (Org.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002b. p. 81-129.

_____ Economia solidária. In: CATTANI, A. D. (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 116-125.

_____ Prefácio: um olhar diferente sobre a Economia Solidária. In: FRANÇA FILHO, G. C. de; LAVILLE, J.-L. **A economia solidária: uma abordagem internacional**. Porto Alegre: UFRGS, 2004. p. 5-9.

SINGER, P.; SOUZA, A. R. de (Org.). **A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo: Contexto, 2000.

SOCÍAS-SALVÁ, A.; DOBLAS, N. El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. **Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Valencia, n. 51, p. 7-24, 2005.

STANFIELD. The institutional economics of Karl Polanyi. **Journal of Economic Issues**, Sacramento, v. 14, n. 3, p. 593-614, 1980.

STEINER, P. Le marché selon la sociologie économique. **Revue Européenne des Sciences Sociales**, Genève, v. 132, p. 31-64, 2005.

SWEDBERG, R. What has been accomplished in new economic sociology and where is it heading? **Archives Européennes de sociologie**, Cambridge, v. 45, n. 3, p. 317-330, 2004.

TEIXEIRA, A. (Org.). **Utópicos, heréticos e malditos: os precursores do pensamento social de nossa época**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

TOCQUEVILLE, A. de. **Democracia na América**. Tradução de João M. P. de Albuquerque. São Paulo: Nacional, 1969.

VARIAN, H. R. **Microeconomia: princípios básicos**. Tradução de Ricardo Inojosa, Maria José C. Monteiro. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

VERGARA, F. **Les fondements philosophiques du libéralisme: libéralisme et éthique**. Paris: La Découverte, 2002.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução de M. Irene de Q.F. Szmrecsányi e Tamás J. M. K. Szmrecsányi. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

ZELIZER, V. Beyond the polemics on the market: establishing a theoretical and empirical agenda. **Sociological Forum**, Amsterdam, v. 13, n. 4, p. 614-634, 1988.

Apêndice A – Roteiro de entrevista aos cooperados

1. Nome do empreendimento:
2. Município:
3. Nome do entrevistado:
4. Início do grupo/associação/cooperativa e início da participação na Coolméia/ Etiqueta Popular:
5. Forma de organização:
6. Número de participantes:
7. Tipos de produto que produz. Por quê?
8. Recebeu ou recebe incentivo (crédito, informação, subsídio, etc.)?
9. Por que se associou?
10. Quais os benefícios acha que tem por participar desse empreendimento?
11. O que entende por Economia Solidária?
12. Realiza outras atividades em conjunto? Quais?
13. Participa de algum outro tipo de associação? De que tipo? Qual?
14. Compra produtos de Economia Solidária?
15. Costuma buscar informações sobre Economia Solidária? Onde busca as informações? No país, região, exterior?
16. Como calcula os preços que cobra?
17. Perspectivas com relação à Economia Solidária, à demanda e ao Brasil.

Apêndice B – Roteiro de entrevista aos consumidores

1. Conhece o estabelecimento?
2. Aponte razões para efetuar suas compras na feira da Coolméia/ loja da Etiqueta Popular?
3. Há quanto tempo adquire produtos da Coolméia/ loja da Etiqueta Popular?
4. Qual a frequência da compra?
5. Compra em outros estabelecimentos deste tipo? Quais?
6. Considera que a qualidade dos produtos é maior, menor ou igual que em outros estabelecimentos?
7. Considera que o preço dos produtos é maior, menor ou igual que em outros estabelecimentos?
8. Considera os preços praticados como justos? Em que sentido/ para quem?
9. Quais os benefícios acha que tem por comprar neste estabelecimento?
10. Conhece o termo Economia Solidária? O que entende por ele?
11. Costuma buscar informações sobre Economia Solidária? Onde busca as informações? No país, região, exterior?
12. Participa ou participou de alguma organização ou evento de economia alternativa?