

Construindo a Rede Brasileira de Socioeconomia Solidária

Documento de Trabalho do Encontro Brasileiro
de Cultura e Socioeconomia Solidárias
Mendes; Rio de Janeiro, 11-18/6/2000
Relatório Parcial



Consumo Ético

Produção Cooperativa

Comércio Justo

Crédito Solidário

Sumário

Introdução	3	5. Cooperação e Associativismo por Eco-Regiões	26
1. Raízes e História do Encontro	5	6. Intervenções Singulares sobre Diagnóstico, Conceitos e Cooperação	31
2. Elementos Temáticos para um diagnóstico da Socioeconomia Solidária		7. Estratégia	
Fortalezas, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças	7	Quem somos	39
		O que buscamos e como realizá-lo	39
3. Conceitos Emergentes		8. Encaminhamentos Finais e Equipes	48
3.1 Desenvolvimento e Sustentabilidade	15	9. Anexos	
3.2 Cooperação (para a) e Autonomia	17	Carta do Encontro	51
3.3 Humano e Gênero	18	Poemas	54
3.4 Mercado Solidário	18	Equipes que atuaram no Encontro	58
3.5 Cultura, Educação, Trabalho e Imaginário	20	Finanças	59
4. Produção, Comercialização e Consumo Solidários	21	Lista de participantes	60

Ficha Técnica:

PACS - Instituto Políticas Alternativas
para o Cone Sul
CNPJ.: 31.888.076/0001-29
Av. Rio Branco, 277 / 1609 Centro
CEP 20.040-009 Rio de Janeiro/ RJ
Telefax: (0xx21) 2210-2124
Correio Eletrônico: pacs@pacs.org.br
Sítio do PACS: www.pacs.org.br
Sítio do Pólo de Socioeconomia Solidária:
www.socioeco.org

Série: Semeando Socioeconomia
Nº 4 - Construindo a Rede Brasileira de
Socioeconomia Solidária
Documento de Trabalho do Encontro Brasileiro
de Cultura e Socioeconomia Solidárias
Mendes - Rio de Janeiro, 11-18/6/2000
Relatório parcial

Equipe Técnica:

Marcos Arruda, Sandra Quintela,
Ruth Espínola Soriano, Robson Patrocínio,
Alain Simon, Terezinha Pimenta e Pedro Quaresma

Redação:

Euclides Mance, IFiL
Participantes do Encontro Brasileiro de Cultura
e Socioeconomia Solidárias Mendes RJ junho 2000

Revisão:

Lycia Ribeiro

Projeto Gráfico:

Gabriela Caspary Corrêa

Ilustrações:

André Brito

Fotolito:

Pigmento

Impressão:

Teatral

Apoio:

Fundação Ford
Fundação para o Progresso Humano

ENCONTRO BRASILEIRO DE CULTURA E SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIAS, 2000. Mendes, RJ. Construindo a rede brasileira de socioeconomia solidárias; relatório redigido por Euclides Mance e participantes do encontro. Rio de Janeiro, PACS - Instituto Políticas Alternativas para o Cone Sul, s.d.

64p. (Série: Semeando a Socioeconomia, 4).

Socioeconomia Solidária. 2. Redes. 3. Cooperativismo. I. MANCE, Euclides. II. PACS - Instituto Políticas Alternativas para o Cone Sul. III. Título. IV. Série.

ISBN 85-89366-05-7

Introdução

O objetivo deste Documento de Trabalho é compartilhar uma síntese das reflexões e propostas elaboradas no Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias, realizado em Mendes, Rio de Janeiro, de 11 a 18 de junho de 2000. O evento contou com a participação de aproximadamente 80 pessoas, integrantes de empreendimentos econômicos solidários ou de organizações de apoio a essas iniciativas - em sua maioria provenientes de diversas regiões do Brasil, com a participação de alguns companheiros/as de outros países da América Latina e Europa.

O Encontro foi um momento muito marcante de intercâmbios humanos, em que compartilhamos não apenas reflexões sobre nossas lutas e esperanças, mas sentimentos, fortalezas e vivências, cujas dimensões transcendem as possibilidades de sistematização desse documento. Foi um momento importante na definição de rumos e ações na perspectiva de fortalecimento do conjunto das organizações de

Socioeconomia Solidária em nosso país, com a esperança de estarmos contribuindo na construção de uma alternativa planetária de superação do capitalismo e de suas dolorosas contradições para a maior parte da humanidade.

Como instrumentos metodológicos, o Encontro compôs mostras de experiências, painéis, oficinas, laboratórios, grupos de trabalho e sessões plenárias. Todos os momentos foram de grande riqueza e uma sistematização do conjunto do evento será feita em publicação futura. Neste documento de trabalho apenas recolhemos as elaborações dos grupos sobre temas, conceitos e estratégias, os seus resultados que foram socializados ao debate coletivo em plenário e algumas intervenções singulares sobre esses conteúdos.

Os temas centrais, refletidos em trabalho de grupo e plenário, foram: produção e consumo ético; comercialização; crédito e finanças; formação,

educação e cultura; desenvolvimento sustentável; princípios de gênero; poder, estado e sociedade. Refletindo-os a partir das realidade concretas que vivemos em nossas práticas de Socioeconomia Solidária e das circunstâncias em que se movem, podemos apontar algumas fortalezas e fraquezas, oportunidades e ameaças em nosso contexto de construção de uma nova economia que integra o projeto de efetivação de uma nova sociedade.

Por sua vez, os conceitos centrais, igualmente debatidos e delineados em grupos e plenário, foram os seguintes: trabalho, socioeconomia, cultura/educação/imaginário, cooperação e autonomia, desenvolvimento e sustentabilidade, humano e gênero, poder/política/democracia e mercado.

Por fim, no debate sobre estratégias, após a nossa própria caracterização como atores no quadro das disputas hegemônicas, estabelecemos metas e ações de curto, médio e longo prazos nos campos da produção, comercialização, consumo, crédito, comunicação e educação, definindo equipes e responsabilidades para o encaminhamento das ações.

Longe de ser uma síntese acabada, esse documento de trabalho é um convite à reflexão e participação, sugerindo perspectivas de organização à Socioeconomia Solidária como uma alternativa à globalização capitalista.

1. Raízes e História do Encontro

A história do Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias remonta a várias iniciativas transcorridas nas últimas décadas. Entre elas podemos elencar alguns Encontros Internacionais sobre experiências de autogestão e economia popular solidária, ocorridos no Brasil entre os anos de 1988 e 1998, com a participação de representantes de diversos países latino-americanos e europeus.

Em 1998, após essa década de valiosos intercâmbios, realizamos em Porto Alegre o "I Encontro Latino de Cultura e Socioeconomia Solidárias", envolvendo organizações e pessoas de Brasil, México, Peru, Nicarágua, Bolívia, Espanha, Argentina e de outros lugares. Esse encontro tocou a todos profundamente e construímos relações muito fortes. Naqueles sete dias de trabalho, de festa e de alegria, geramos o Documento de Porto Alegre, elaborado sobre conceitos, estratégias e táticas que avançavam para a organização de uma Rede Latino-Americana de Socioeconomia Solidária. Deliberou-se naquela oportunidade que seriam realizados

encontros nacionais nos países que participaram daquele evento. E assim chegamos ao Encontro Brasileiro que, com esse caráter, contou com a presença de companheiros e companheiras de outros países da América Latina, integrados nessa mesma trajetória.

A equipe animadora, responsável pela organização do Encontro Brasileiro de Cultura e Sócio Economia Solidárias, buscou reeditá-lo de maneira a corresponder às expectativas projetadas em 1998, de avanço na construção das redes latina, nacional, regionais e locais de Socioeconomia Solidária.



Colaborando no suporte à realização desse evento estiveram diversas organizações e iniciativas, entre as quais o Pólo de Socioeconomia Solidária, que faz parte da "Aliança para um Mundo Solidário e Responsável", a Fundação pelo Progresso Humano (Suíça-França), a Fundação Ford (Brasil-EUA) e Entraide et Fraternité (Bélgica) - que auxiliaram no apoio econômico à sua realização, assegurando-lhe total autonomia.

O Encontro avançou na perspectiva de construir uma Rede Global a partir da integração das experiências locais de Socioeconomia Solidária em diversos âmbitos, visando romper os isolamentos. Fragmentadas em diversas partes do mundo, as organizações de Socioeconomia Solidária estão sentindo - a cada dia e de maneira cada vez mais acentuada - a necessidade de se integrarem em organizações e redes dinâmicas e interativas, sabendo da repercussão de suas ações nos campos do consumo, da produção, do crédito, da comercialização e da educação, entre outros. Frente a esse desafio, o Encontro Brasileiro convida o conjunto das organizações de Socioeconomia Solidária a compartilhar esse processo de criação de esferas de integração, particularmente das redes, que é simultaneamente local, regional, nacional, continental e global.

2. Elementos Temáticos para um diagnóstico da Socioeconomia Solidária

Fortalezas, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças

Os temas produção e consumo ético, comercialização, crédito e finanças, desenvolvimento sustentável, gênero, poder, educação e formação foram analisados considerando-se as fortalezas, fraquezas, oportunidades e ameaças percebidas a partir de nossas práticas concretas e das realidades locais nos mais diferentes contextos em que atuamos. No desafio de pensar o global a partir do local e vice-versa construímos coletivamente esse diagnóstico. Dada a complexidade dos processos em que estamos atuando e as diferenças de contextos, o que aparece como fortaleza em uma região poderá não o ser em outra. O mesmo vale para fraquezas, ameaças e oportunidades. O diagnóstico, mesmo assim, é uma fotografia rica em detalhes a partir da qual situamos posteriormente o nosso esforço na elaboração sobre os conceitos e estratégias, seguindo o movimento metodológico de partir das práticas concretas, teorizar sobre elas e a elas retornar com melhor qualidade de intervenção.



Foram consideradas assim como **FORTALEZAS** dos empreendimentos de Socioeconomia Solidária:

- A solidariedade e a capacidade de resistência das organizações populares.
- As milhares de experiências espalhadas pelas diversas regiões do Brasil e América Latina, elaborando e trocando uma grande variedade de produtos e serviços.
- Idoneidade, transparência, práticas e princípios democráticos existentes em nossos empreendimentos.
- O capital conjunto acumulado (político, humano, técnico, parque produtivo).
- A criatividade organizativa no financiamento e produção;
- A vontade e motivação para a transformação socioeconômica de nossa sociedade, superando as injustiças próprias do capitalismo.
- A incorporação do enfoque ecológico em vários empreendimentos.
- O potencial humano envolvido em nossos fóruns, redes e organizações e seu comprometimento com a promoção do bem viver da população em geral, particularmente de consumidores e

trabalhadores integrados nos empreendimentos de Socioeconomia Solidária.

- A metodologia em construção que, valorizando a diversidade e trabalhando por unidades que não a sacrifiquem, busca adequar-se aos contextos levando em conta as peculiaridades culturais e geográficas.
- A defesa do controle social local - autonomia e autogestão - tanto das atividades da Socioeconomia Solidária, dos fóruns e redes, quanto do controle popular sobre os poderes públicos.
- A relação direta entre produtores e consumidores, conferindo uma face humana às relações de intercâmbio.
- Sistemas de troca e colaboração (redes) e o seu potencial de crescimento e desenvolvimento qualitativo.
- Desenvolvimento local, respeitando a diversidade de fatores (humanos, ambientais, culturais e tecnológicos) regionais integrados em sua realização.
- Incorporação do enfoque de gênero na maioria dos empreendimentos.
- A sensibilização sobre a dimensão de gênero em diversos momentos específicos: entre mulheres, com mulheres e homens, entre homens e com famílias.
- Solidariedade de mulher para mulher na luta contra

o machismo e pela realização feminina da cidadania.

- O reconhecimento do trabalho doméstico como trabalho.

- O incremento da renda das mulheres através de atividades solidárias de produção, comercialização e serviço.

- A discussão da Socioeconomia Solidária nos grupos feministas.

- O respeito ao saber acumulado em suas vidas pelo conjunto dos trabalhadores e consumidores, particularmente na construção da Socioeconomia Solidária.

- Adoção do trabalho como princípio educativo e do aumento da escolaridade como eixos de formação, considerando-se a subjetividade humana em suas múltiplas dimensões.

- A articulação entre teoria e prática nos espaços educativos formais, informais e alternativos.

- A educação contínua e permanente como elemento básico da Socioeconomia Solidária.

- O trabalho de capacitação e acompanhamento de muitos empreendimentos.

- A partilha dos saberes visando o empoderamento coletivo.

- A percepção e o avanço do poder da organização

dos empreendimentos, particularmente quando integrados em redes, fóruns e outras formas de intercooperação.

- A composição dos diversos poderes locais nas decisões coletivas.

- A solidariedade que, combatendo o individualismo e a acumulação capitalista e suplantando-os pela colaboração e distribuição da riqueza, pode quebrar a burguesia.

- O emprego da informática, particularmente dos programas livres e solidários, a serviço dos empreendimentos e das redes.

- O avanço no diagnóstico de muitas experiências, permitindo compreender acertos e erros, e comunicá-los a outros empreendimentos, fortalecendo a todos em seu conjunto.

Entre as **FRAQUEZAS** dos empreendimentos de Socioeconomia Solidária, elenca-se:

- Descapitalização: a falta de capital inicial para organizar empreendimentos de produção, comércio e serviço.

- O crédito disponível, em geral, é para capital de giro e não para investimento fixo.
- O crédito recebido, muitas vezes, não é disponibilizado e gerido corretamente, acabando por desorganizar o grupo.
- Problemas com a inadimplência e fragilidades na dimensão ética vinculada ao financiamento.
- A necessidade de responder a exigências legais que não são compatíveis com as condições da Socioeconomia Solidária.
- Desconhecimento da legislação em debate sobre cooperativismo, micro-empresendimentos e temas congêneres, e pouca interferência sobre a alteração dessas leis.
- Pouca iniciativa na organização do cidadão/ã consumidor/a.
- Desconhecimento das cadeias produtivas nas quais os empresendimentos solidários estão inseridos.
- Falta de conexão dos empresendimentos solidários em cadeia produtiva; dificuldade de articulação das experiências existentes e de sua integração econômica.
- Desorganização na gestão do processo produtivo, envolvendo custos, produção, capital de giro,

cobrança e aspectos burocráticos.

- Falta de conhecimento do mercado para definição de estratégias de produção e comercialização.
- A falta de formação básica e capacitação técnica dos trabalhadores para desenvolvimento e qualificação da produção, gestão, “marketing”, etc.
- Pessoas inadequadas ocupando posições estratégicas (administração, organização, contabilidade, etc), o que dificulta o sucesso dos empresendimentos.
- Dificuldades na contabilidade e geração de balanços, prejudicando a transparência nas finanças.
- Falta de um planejamento eficiente que permita alcançar melhores resultados.
- Ausência de uma identidade comum aos empresendimentos, produtos e serviços da Socioeconomia Solidária e de sua representação através de uma logomarca nacional.
- A cultura de organização solidária que estamos desenvolvendo ainda não está bem elaborada, havendo situações em que a cultura capitalista de organização é adotada acriticamente.
- O poder do sistema hegemônico também

permeia, em graus variados, grande parte das organizações da economia informal.

- A força do poder ideológico que permeia a cultura dominante que estamos combatendo e que perpassa a sociedade.

- As fragilidades metodológicas e de capacitação para o desenvolvimento sustentável experimentada pela maioria dos empreendimentos.

- Dificuldades de socializar a maioria das experiências: falta de comunicação, informação, intercâmbio e transparência entre os empreendimentos existentes.

- A falta de qualificação e aprimoramento tecnológico dos empreendimentos.

- O machismo disseminado na sociedade e a dificuldade em admitir que ele existe, acobertado em diversas práticas cotidianas consideradas normais.

- A dependência financeira, a falta de profissionalização, formação e informação das mulheres.

- A noção arcaica de que o poder é algo passível de ser tomado, fazendo depender dessa tomada qualquer transformação substantiva das esferas econômicas, políticas e culturais.

- Não termos controle sobre o eco, nas mídias, de nossas ações. Embora tenhamos autonomia no exercício de nosso poder, não temos controle sobre a força que as mídias exercem na opinião pública, veiculando mensagens sobre tal exercício.

Sobre as **OPORTUNIDADES** existentes nos diversos contextos, a serem aproveitadas pelos empreendimentos de socioeconomia solidária, indica-se:

- Aproveitar que o tema da Socioeconomia Solidária está sendo colocado na agenda da sociedade nacional e internacional para desencadear uma grande ofensiva na organização de produtores e consumidores.

- Aproveitar a valorização social de nossos produtos (pelas suas qualidades solidárias e ecológicas) frente aos demais produtos capitalistas.

- Organizar os consumidores, criando um vigoroso mercado solidário, realizando atividades de

informação e educação. Temos um poder muito grande enquanto consumidores, mas ainda não sabemos utilizá-lo organicamente.

- Acionar as bases do movimento sindical, popular, comunitário, eclesial, etc, visando difundir a prática do consumo ético e solidário.

- Promover intercâmbios de diversos tipos entre as experiências, permitindo a sistematização das diversas formas de trabalho.

- Gerar postos de trabalho e distribuição de renda com práticas diferenciadas de comercialização.

- Promover a construção de cadeias produtivas verticais e redes horizontais solidárias, cobrindo orgânica e solidariamente as várias atividades econômicas.

- Realizar comércio entre associações e cooperativas.

- Realizar reuniões de negócios entre os empreendimentos permitindo aquisições conjuntas de insumos, compartilhamento de infra-estruturas, transferência de tecnologias, etc.

- Acionar as políticas públicas voltadas para os trabalhadores desempregados - políticas essas que variam em estados e municípios, visando organizar atividades de Socioeconomia Solidária.

- Articular e coordenar as experiências de Socioeconomia Solidária entre si nos âmbitos local, regional, interestadual, nacional e global.

- Aproveitar a mobilização internacional em torno do comércio justo para sensibilização/conquista do público brasileiro.

- Elaborar e difundir nacionalmente uma logomarca da economia solidária, dando visibilidade a nossas organizações, produtos e serviços, facilitando o seu reconhecimento pelos consumidores e a sua comercialização.

- Elaborar catálogos de produtos e serviços, facilitando a sua divulgação e comercialização direta.

- Manter viva a interlocução com os governos populares que são sensíveis às propostas de Socioeconomia Solidária, acionando o orçamento participativo e outras políticas públicas.

- Estimular o surgimento de redes e fóruns em vários âmbitos, integrando organizações e empreendimentos de Socioeconomia Solidária.

- Crescimento do patrimônio dos empreendimentos.

- Atuar junto aos pequenos comércios locais que, compreendendo e assumindo as propostas da Socioeconomia Solidária, podem ser integrados às Redes.

- Existência de algumas linhas de financiamento nacionais e internacionais que podem ser acionadas em condições diferenciadas.

- Desenvolver formas de crédito como instrumento de Socioeconomia Solidária, atendendo ao mercado informal e particularmente aos mais pobres.

- Diversificar as modalidades de crédito e, em certas situações, conceder recursos na forma de subsídios.

- Inserir a discussão sobre Gênero em todos os espaços.

- Interferir nas políticas públicas para a educação e formação voltadas aos/às trabalhadores/as e desenvolver atividades pedagógicas a partir de convênios e parcerias.

- Exercendo os micro-poderes como serviço, avançar no empoderamento da sociedade.

- Em práticas de cidadania ativa, combater e transformar o mau uso do poder em todas as esferas da sociedade.

- Atuar sobre as contradições decorrentes das disputas hegemônicas da globalização, apontando alternativas solidárias nas esferas econômica, política e cultural, desenhando um outro projeto de sociedade a partir das práticas locais.

Quanto às **AMEAÇAS** aos empreendimentos de Socioeconomia Solidária, elenca-se:

- As influências hegemônicas do capitalismo que persistem em diversas práticas dos empreendimentos, dada a cultura ainda incipiente de colaboração ou cooperação.

- Cair no esquema capitalista de produção e comercialização, que desumaniza as necessidades e desejos, colocando o lucro acima do bem viver das pessoas, particularmente quando os pequenos empreendimentos crescem e passam a querer "disputar o mercado" com métodos capitalistas.

- União dos grandes comerciantes, somando forças para atuar contra os pequenos empreendimentos solidários.

- Pressões do cooperativismo oficial para manter a unicidade cooperativa herdada da ditadura militar, e para estimular fusões e a formação de grupos cooperativos oligopólicos para competir no mercado capitalista.

- Inexistência de legislação específica para os empreendimentos de Socioeconomia Solidária e as

pesadas exigências legais para a viabilização de suas atividades.

- Alto volume de impostos a pagar, em patamares iguais aos exigidos das empresas capitalistas.

- Insuficiência de crédito e de financiamento para o setor micro-econômico, havendo entraves formais para acionar linhas de crédito existentes e uma legislação restritiva ao fornecimento de crédito para empreendimentos solidários informais.

- Alta taxa de juros e inadimplência.

- Falta de sustentabilidade social e financeira de empreendimentos isolados e desarticulados.

- Certos sistemas organizativos adotados na economia solidária que não possibilitam poupança, inviabilizando reinvestimentos coletivos.

- Pressão social, cultural, religiosa e financeira sobre a questão de gênero e a desqualificação da mulher pelo homem.

- Ameaça de exclusão de homens ou mulheres que se comportam fora dos padrões socialmente aceitos.

- O poder penetrante da linguagem midiática exercida pelas empresas capitalistas e pelo Estado.

- Reproduzir estruturas centralistas de delegação de poder, dificultando a autogestão.

- Os acordos internacionais para a formação da Área de Livre Comércio das Américas e outros, subordinados à OMC, FMI e Banco Mundial, bem como diversos mecanismos da globalização capitalista, que têm impacto sobre a economia nacional, afetando a Socioeconomia Solidária.

3. Conceitos Emergentes

Os conceitos discutidos abaixo emergiram de diversos intercâmbios durante o Encontro: as palestras pelos painelistas convidados, os debates em plenário e os trabalhos de grupo.

3.1 Desenvolvimento e Sustentabilidade

O desenvolvimento social e ecologicamente sustentável - ou desenvolvimento integral - considera: a integração do ser humano com a natureza, o rural e o urbano, a diversidade do país; a relação do indivíduo com a comunidade, o elemento cultural (respeitando matrizes de pensamento diversas), o elemento ético (direitos humanos), a sustentabilidade econômico-financeira, a afirmação do desenvolvimento de baixo para cima, respeitando o poder da comunidade e dos movimentos populares), tendo no Estado uma instância coordenadora e orquestradora.

O papel coordenador, regulador e fiscalizador do Estado só é legítimo quando o projeto de desenvolvimento é proposto pela sociedade,

caracterizando-se pela sua sustentabilidade ecológica e social. Desse modo, a rotatividade do governo não deve prejudicar a sustentabilidade do desenvolvimento. Para que o Estado atenda a necessidades de um desenvolvimento integral e sustentável ele necessita ser democrático, transparente, representativo e ter mecanismos de participação direta, com consultas populares, plebiscitos, etc., reconhecendo novos direitos e abolindo leis injustas. Cabe à sociedade controlar e fiscalizar o Estado para que este seja expressão das vontades democráticas. Isto exige, desta forma, a autonomia das organizações sociais à frente dele.

Esse desenvolvimento, portanto, considera o contexto local - respeitando a diversidade de cada região, suas peculiaridades geo-estratégicas, culturais, ecológicas, etc - e compõe o conjunto das forças sociais em seu alcance.

Sua velocidade tem de ser adequada a não provocar impactos prejudiciais aos ecossistemas e à organização sócio-cultural das comunidades - posto

que deve ser socialmente sustentável. Assim, não há um padrão e um ritmo únicos de desenvolvimento, devendo respeitar-se a autogestão social das comunidades locais no estabelecimento dos parâmetros sustentáveis de seu desenvolvimento, respeitando-se os aspectos ecológicos e sociais.

O sujeito do desenvolvimento sustentável, portanto, são as comunidades locais, com poder de decisão sobre seu próprio destino, sobre as transformações econômico-culturais que irão implementar em seu meio ambiente e em seu modo de viver. E nas comunidades, cada sujeito, em particular, tem o direito inalienável de exercer o seu poder em favor do bem viver de todos e de cada um. Por isso mesmo esse desenvolvimento exige a conscientização e a educação popular - aprimorando as qualidades humanas de problematizar, dialogar e agir de maneira transformadora e solidária.

A sustentabilidade, em seu aspecto ecológico, deve ser considerada nos níveis ambiental (proteção ao meio ambiente, combate à poluição, correta utilização dos recursos naturais, etc.), social (superando-se a violência nas relações humanas, o estresse excessivo, etc.) e subjetivo (combatendo a

poluição resultante das publicidades, filmes e de outros produtos semióticos de péssima qualidade que através de diversas mídias degradam nossa subjetividade, poluindo nossa sensibilidade, nossa capacidade de reação, etc.), considerando em todas essas esferas os ciclos materiais, informativos e de valor, os processos de integração e realimentação, respeitando-se a biodiversidade, cultivo-diversidade e hetero-pessoalidade (respeito à diferença e singularidade de cada outro, que deve existir em qualquer relação humana, inclusive homossexual). Com isso compreende-se o ser humano como um ser-relação, que é parte indissociável da natureza e do Cosmos, e está integrado à natureza como condição da ação humana, sendo afetado por ela.

O desenvolvimento sustentável, no contexto urbano, além de considerar a sustentabilidade econômica de empreendimentos solidários, implica na transformação da nossa relação com o próprio espaço urbano, com seus equipamentos e recursos, formas de planejamento e gestão, resultando na transformação das relações sociais, reafirmando a dimensão ecológica da existência humana.

O desenvolvimento sustentável visa garantir acesso

do conjunto das populações às condições de satisfazer suas demandas, levantadas por elas mesmas. A sustentabilidade supõe, portanto, a consciência que as populações tenham de suas próprias necessidades e de como atendê-las de maneira ecológica e socialmente satisfatórias. Esse desenvolvimento requer ação integrada, podendo ser implementado, desde já, pela constituição de redes em que os empreendimentos se integram autonomamente, remontando solidariamente às cadeias produtivas. Este desenvolvimento, em graus variados, pode ser implementado em todas as regiões onde as redes possam se expandir, independentemente do apoio do Estado que, atualmente, tanto em nível federal quanto na maioria dos estados e municípios, é conivente com os ajustes neoliberais. O avanço desse desenvolvimento, ao empoderar a sociedade, tensiona a transformação do Estado para que cumpra as atribuições já indicadas.

Em síntese, a noção de desenvolvimento sustentável integral inclui os seguintes elementos: o econômico (na sua diversidade de situações), integrando crescimento econômico com equidade; o social, viabilizando relações sustentáveis do indivíduo com a coletividade; o político, promovendo a

participação cidadã e a autogestão social; o cultural, compondo a valorização das identidades no respeito às diferenças; o ético, afirmando valores que viabilizam as relações humanas centradas na promoção das liberdades e do bem viver; o ecológico, considerado nas dimensões anteriormente referidas.

3.2 Cooperação para a Autonomia

Ao enfatizarmos a cooperação, cabe criticar o cooperativismo tradicional que não segue os princípios da gestão participativa. Por sua vez, a lei do cooperativismo no Brasil necessita ser modificada para atender as necessidades reais dos empreendimentos solidários e romper com o centralismo autoritário.

É necessário um processo permanente de educação para a cooperação e autonomia, bem como a participação nas decisões dos empreendimentos e organizações e a troca de experiências entre os grupos de economia solidária. Cabe recuperar o significado do trabalho nas relações humanas, bem como a relevância do entendimento coletivo e do amor entre as pessoas.

Quanto à gestão financeira dos empreendimentos, é necessário que seja democrática, o que supõe transparência, prestação de contas regulares, controle coletivo e apresentação das planilhas para os associados terem acesso ao conjunto das informações e clareza necessária para as decisões coletivas, com base no diálogo, no respeito às diversas posições e na busca de acordos consensuados.

Quanto à autonomia cabe destacar que a liberdade de cada um está intimamente associada à liberdade de todos os outros. Por isso a autonomia deve estar sempre associada à solidariedade.

3.3 Humano e Gênero

Entendemos gênero como categoria, como um instrumento de análise que permite identificar diferentes representações de masculino e feminino, visando a construção de uma sociedade solidária, com equidade e fraternidade/irmandade.

A sociedade é formada por seres humanos, homens e mulheres, que são diferentes biológica e psicologicamente e que se relacionam, produzem, se reproduzem e modificam a natureza.

Nesse relacionamento social a posição predominante do homem tem mantido uma ordem masculina na qual a posição subalterna da mulher é "naturalizada", colocando-a e ao feminino em situação de inferioridade. Aí se enraízam desigualdades e opressões que a socioeconomia busca suplantar.

É necessário que a Socioeconomia Solidária seja um espaço privilegiado para repensar processos de construção-desconstrução-reconstrução das relações humanizantes com sustentabilidade.

O conceito de socioeconomia, baseado neste conceito de gênero, não apenas possibilita que homens e mulheres sejam respeitados em suas diferenças sem gerar desigualdades, mas também que haja oportunidades e espaços de igualdade nas diferenças. Isto porque a Socioeconomia Solidária tem por base o Ser Humano como um todo, masculino e feminino, formando uma relação harmoniosamente integrada.

3.4 Mercado Solidário

Além do mercado capitalista hegemônico, há outros mercados que com ele coexistem. O nosso desafio é justamente a organização desses outros mercados,

que possuem um caráter popular e solidário, como espaço de relações de intercâmbio justo e responsável entre cidadãos produtores e consumidores que se consideram atores e construtores da economia solidária, como espaço de satisfação das necessidades e desejos humanos. Essa organização passa pela construção/ampliação de espaços nos quais possam ser estabelecidas outras relações de intercâmbio entre as inúmeras experiências econômicas que integram a economia solidária.

Na construção desses espaços cabe criar e fortalecer as redes de socioeconomia solidária a partir do consumo - pela sua reorganização e conscientização - e do local para o nacional. Implica também desenvolver uma logística própria visando interferir nas cadeias produtivas como um todo, do consumo à produção, considerando os produtos e serviços que serão oferecidos na simbologia que os identifique junto aos consumidores, na credibilidade dessas redes e confiabilidade em seus produtos, na sua criatividade, no crédito, na legislação e no empreendedorismo.

Princípios do **mercado solidário**: proporcionar a melhoria sustentável da qualidade de vida de todas as partes; praticar a transparência dos preços; distribuir

e circular a renda; estimular a criação de oportunidades de trabalho.

Conceito: não é um mercado hegemônico. É organizado a partir de outras relações, compreendido como parte subordinada de um conjunto de relações sociais. O mercado solidário é o espaço de satisfação das necessidades humanas, criando uma ambiência saudável de relações econômicas entre cidadãos-produtores-consumidores.

Componentes: produtor; consumidor; logística (distribuição); formação; preço/poder de compra; produtos/serviços; qualidade; quantidade; níveis de mercado (local, regional, estadual, nacional e internacional); legislação; simbologia (logomarcas); remunerações; moeda (oficial e comunitária); entre outros.

Estratégias:

- Partir das necessidades dos consumidores, integrando-as à oferta de produtos e serviços dos empreendimentos.
- Reorganizar o consumo a partir do local para o nacional.
- Fortalecer as redes com a organização do consumo e das cadeias produtivas.

- Enfatizar o caráter do mercado como relação social a serviço de objetivos humanos maiores que ele próprio e que a acumulação de riquezas materiais.

Possibilidades:

- Discutir a cadeia produtiva e remontá-la solidariamente.
- Desenvolver e compartilhar bancos de informações sobre produtos.
- Integrar produtor e consumidor em relações interpessoais.
- Criação de marca/selo que identifique os produtos do mercado solidário.

Orientação: o mercado local deverá ser prioridade, ser o condicionante, o ponto de partida para a reorganização das demais esferas do mercado solidário.

3.5 Cultura, Educação, Trabalho e Imaginário

Necessitamos criar uma nova percepção sobre o trabalho, a cultura e a educação levando em conta as diversas dimensões da corporeidade e subjetividade de cada pessoa, seu imaginário, desejos, sentimentos,

utopias, medos, paixões e valores, além das demais dimensões cognitivas e práticas.

Quando falamos da educação em sentido libertador, não podemos considerá-la portanto apenas como um processo de construção da consciência. Mais que isso, envolvendo todas as dimensões da subjetividade, a educação é o instrumento de organização da complexidade humana, contribuindo para o desabrochar da singularidade de cada pessoa. A educação deve, por isso mesmo, fomentar o exercício do pensar com autonomia e a reconstrução das relações humanas, da sensibilidade ética e estética de cada pessoa, bem como, a afetividade e a solidariedade entre elas.

Considerar o trabalho como princípio educativo, não significa educação para o trabalho ou para o emprego. O trabalho é central na existência dos seres humanos e nos confere identidade, conjuntamente a outras dimensões da cultura. Cabe reelaborar o significado do trabalho através de um resgate do saber acumulado de trabalhadores e trabalhadoras, criando assim uma nova cultura do e no trabalho solidário.

4. Produção, Comercialização e Consumo Solidários

É preciso pensar o processo de produção a partir do consumo, da demanda, e não a partir da oferta. É um erro estratégico concentrar as atenções na produção e no trabalho sem um esforço similar para compreender e organizar o consumo, uma vez que é nele que a produção encontra sua finalidade. Com a pesquisa sistemática, pode-se montar um sistema de informação para organizar a produção, a distribuição e o consumo a partir das demandas reais. Entretanto, boa parte dos empreendimentos de Socioeconomia Solidária primeiro começam a produzir para depois procurarem quem possa comprar os seus produtos e serviços. E muitos deles, por não atingir um patamar mínimo de vendas, acabam falindo.

É preciso romper o amadorismo. Temos de compreender as cadeias produtivas e traçar estratégias para interferir nos seus diversos segmentos, definindo o quê, para quem e como produzir. Temos uma base produtiva enorme em todo o país, mas ela é mal aproveitada. É vital a realização

de diagnósticos dos empreendimentos para integrá-los em rede através da organização dos consumidores e produtores, o que, entre outras coisas, permite adquirir insumos em conjunto, reduzir custos de comercialização, utilização compartilhada de infraestrutura e reinvestimento coletivo dos excedentes e reciclagem dos rejeitos, permitindo que sejam remontadas solidariamente as cadeias produtivas. Atenção especial deve ser dada a essa questão do excedente. O problema do capitalismo não é a geração do excedente, mas a sua concentração privada, excludente. É preciso, pois, gerar excedentes e compartilhá-los para que possamos, com reinvestimentos coletivos, reconstruir as cadeias produtivas sob



a ótica da economia solidária. Desse modo, ao pensarmos a economia solidária a partir da realidade local e de seu potencial crescimento orgânico, também projetamos o seu impacto na economia geral.

Os consumidores devem ser considerados em sua centralidade. O poder econômico tem que estar baseado no consumidor, pois senão corre-se o risco de formar novas corporações ao invés de empreendimentos cooperativos e mercados solidários. No final, todos somos consumidores, inclusive a população que está desempregada. O que precisamos fazer é trabalhar com pesquisa, realizando levantamentos sistematizados do que consumimos e produzimos em volume e diversidade, identificar demandas estáveis e quem poderia consumir determinado produto. Analogamente ao que ocorre com nossa base produtiva, a nossa base social enquanto segmento consumidor é enorme e está mal aproveitada em sua capacidade de aquisição. Nela se inclui o movimento sindical e popular, por exemplo, e em muitos lugares o próprio Estado demanda produtos e serviços que poderiam ser atendidos pelos empreendimentos de Socioeconomia Solidária. Devemos, então, construir uma economia em torno das necessidades de consumo, enfatizando o caráter ético e as vantagens econômicas que a prática do

consumo solidário pode trazer a todos os segmentos organizados com os quais interagimos no campo democrático e popular. E, a partir daí, produzir de forma a adequarmo-nos às demandas, planejando as ações integradas da melhor maneira possível.

As empresas capitalistas, de sua parte, seduzindo desejos e manipulando e massificando imaginários, orientam o consumo e organizam a produção, tomando por referência diagnósticos minuciosos sobre as demandas e peculiaridades dos diversos segmentos de consumidores. No caso do público jovem, por exemplo, o mercado capitalista, entendendo-o como um nicho para venda de certos produtos, investe em persuadi-los a comprar através das mídias desde a primeira infância, alimentando fetiches, logomarcas e a cultura do consumismo.

Não devemos reproduzir esta forma capitalista de tratar o consumidor, como número ou escala, simplesmente mudando a logomarca dos produtos. Não devemos tratar os consumidores como "um todo" homogêneo ou massificado, pois não somos iguais. O consumidor não é um dado estatístico, mas é uma pessoa com suas peculiaridades; tem rosto. Cabe pensá-lo como um organismo vivo, com todo a complexidade e singularidade que encerra.

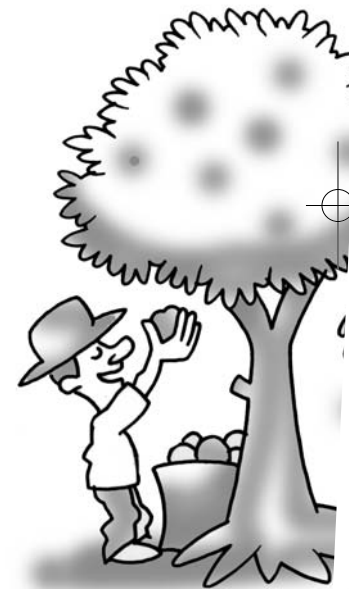
Ao pensarmos uma política para atingir o consumidor é essencial elaborarmos uma política de distribuição que lhe garanta acesso fácil e confortável aos nossos produtos e serviços. A logística da distribuição é, assim, um grande desafio a ser enfrentado, fazendo com que os produtos possam chegar aos consumidores, garantindo-se a comercialização em maior escala, reduzindo os custos necessários e eliminando a intermediação desnecessária e especulativa.

Atualmente há uma grande concentração de poder nas mãos de distribuidores. Os grandes comerciantes, com suas redes, sempre se unem contra pequenos empreendimentos e chegam mesmo a fazer campanhas contra as cooperativas de consumo. Eles freqüentemente adotam preços monopólicos e práticas de cartel. Produtores e distribuidores transnacionais seguem estratégias estreitamente corporativas; são conhecidas suas práticas de evasão de impostos, estímulo ao dumping fiscal, e busca de transferir (legal ou ilegalmente) a maior parcela do excedente para o exterior, prejudicando a economia local e nacional.

De nossa parte, considerando a comercialização como algo positivo e não como atividade necessaria-

mente parasitária, temos de pensar em outras redes de distribuição, dando atenção especial a botecos, quitandas, pequenas lojas e mercados de bairros - que se caracterizam como empreendimentos familiares e que compram seus artigos nos grandes mercados para revenda. Uma possibilidade que não devemos descartar é a de que eles possam vir a se integrar em redes solidárias de distribuição e comercialização, vendendo a produção dos nossos empreendimentos. Outra possibilidade é colocar gôndolas de produtos solidários no comércio dos bairros em geral. Neste caso, pode-se criar, por exemplo, uma cesta básica orgânica e tentar colocá-la à venda nos diversos pontos de comércio congêneres.

Quanto à prática das feiras, percebe-se que inicialmente elas mobilizam muito, mas que depois, aos poucos, vão se esvaziando, se não houver um trabalho de conscientização permanente dos produtores e consumidores associado à competência técnica nas várias atividades da cadeia. Temos que utilizar melhor - e ao nosso modo - todos os instrumentos de comércio que temos à disposição, entre os quais se incluem televenda, comércio eletrônico e venda direta. Podemos criar redes com profissionalismo e colocar os produtos no mercado com uma estrutura de suporte para a publicidade



solidária, realizando treinamentos para pequenos comerciantes e capacitando trabalhadores desempregados para diversas práticas de comércio.

Hoje, o fundamental na relação com o consumidor é a informação. Este é o ponto fraco do sistema, mas também é o mais difícil de trabalharmos. Há uma grande carência de informação consistente que permita aos consumidores compreender e praticar o consumo crítico, ético e solidário. Os pequenos mercados do MST, por exemplo, podem quebrar porque é preciso muito investimento em informação para atingir os centros urbanos e mobilizar os consumidores a adquirir os produtos. Por outro lado, a dificuldade de acesso de muitos consumidores que, embora motivados, têm de "atravessar a cidade" para chegar à loja, inviabiliza a sua aquisição. Por fim, também como consequência dessa carência, nossas poucas lojas de comércio solidário, mesmo com produtos mais baratos ou de melhor qualidade, não atraem as pessoas que querem consumir os produtos de marca, levadas por desejos, emoções, projeções, fantasias eróticas e outros recursos de publicidade usados pelo mercado.



Ao buscar caminhos de distribuição como este dos mercados "alternativos", há que se tomar muito cuidado para não reproduzir as relações tradicionais que estamos nos propondo superar. Com informação de qualidade e campanhas educativas bem feitas, temos a oportunidade de gerar uma massa crítica com a denúncia do "tradicional" e do descartável, e a valorização dos nossos produtos e serviços, e da lógica da solidariedade. Os agentes ou profissionais da área da comunicação, entretanto, dificilmente conseguem absorver as propostas inovadoras que apresentamos, o que pode resultar em erros fatais de concepção e realização de atividades de publicidade sobre os produtos e sua elaboração, tais como a imagem veiculada de feiras onde o agricultor aparece como um pobre coitado e não se esclarece aos consumidores sobre as diversas possibilidades da feira, como um espaço em que se pode interagir de várias maneiras com os produtores e demais consumidores que ali estão, além de comprar produtos. Não basta empolgar ou mobilizar com campanhas de publicidade. É preciso educar, despertar a consciência, modificar maus hábitos de consumo e gerar a demanda pelos produtos oferecidos - como no caso dos produtos orgânicos - que realmente garantem o bem viver dos consumidores.

O consumidor tem que saber o que está consumindo e o que significa seu ato de consumo. Neste sentido, o rótulo é um instrumento político muito importante, devendo ser honesto e educativo, especificando não apenas o prazo de validade e as demais qualidades do produto, mas também seu caráter solidário e ecológico. A existência de uma logomarca que identifique os produtos e serviços da Socioeconomia Solidária - além do cuidado na qualidade de apresentação das nossas mercadorias (aparência, embalagens, etc) - contribuirá muito na difusão do conceito de consumo solidário, que visa tanto garantir o bem viver do consumidor quanto o do produtor, uma vez que o consumo tem impacto sobre toda a cadeia produtiva e também sobre os ecossistemas. Na Europa existem, atualmente, experiências interessantes de difusão do consumo crítico em que se elaboram catálogos que trazem muitas informações sobre os produtos e empresas, possibilitando o consumo ético. Sem fluxos de informação honesta, educativa e transparente, não há fluxos de comercialização justa e solidária.

Quando dimensionamos a produção pensando no consumidor em sua realidade concreta, temos melhores condições de ser bem sucedidos. A maioria

da população tem pouco dinheiro e consome somente o essencial. Assim, a composição da qualidade e preço tem que ser adequada à demanda, nem melhor nem pior que a requerida e os itens a serem inicialmente produzidos devem ser essenciais. Contudo, se estes consumidores comprarem em conjunto, totalizando demandas maiores e montarem grupos ou cooperativas de compras comunitárias, solidárias, os descontos conseguidos se convertem em real aumento do poder de compra de seus rendimentos, podendo eles comprar mais e melhor com os mesmos recursos, isto é, incrementando a qualidade e a quantidade dos produtos adquiridos.

Por fim, não podemos perder de vista tanto a valorização da produção local, da cultura regional, do ecológico quanto do custo social de se submeter o trabalho e o consumo às exigências de mercado, bem como a necessidade de desenvolver tecnologias adequadas ao baixo impacto ambiental no processo produtivo.

5. Cooperação e Associativismo por Eco-regiões

O diagnóstico sobre a cooperação e o associativismo foi elaborado considerando-se as eco-regiões do país e a proximidade entre organizações que enfrentam realidades similares nos limites dessas regiões. Assim, por exemplo, a região norte/centro-oeste contou com a participação do Maranhão que pertence à região Nordeste. O diagnóstico nas várias regiões analisou, em particular, a situação das articulações entre as organizações e empreendimentos de Socioeconomia Solidária.

Região Sul

Análise

No campo da economia solidária cabe considerar não apenas as cooperativas mas todas as formas de organização, mesmo informais, pois a definição fundamental está na autogestão do empreendimento e na cooperação entre seus participantes, e não na sua forma jurídica. Estas organizações de economia solidária mantêm

relações diferenciadas com outras forças sociais, com o cooperativismo tradicional, com os governos e outras organizações.

O movimento cooperativista tradicional, em particular, cresceu acentuadamente nos últimos anos, prestando-se a diversas práticas que renegam seus princípios fundadores. Mas há setores dele que estão abertos ao diálogo e à interação. Frente a esse segmento, as organizações de Socioeconomia Solidária, que também vêm crescendo rapidamente, mantêm uma posição crítica de interlocução.

Pontos Fortes

- A Central de Cooperativas Autogestionárias está desenvolvendo um trabalho de pesquisa que visa realizar um diagnóstico de iniciativas em economia popular e solidária no RS, mapeando os empreendimentos com a finalidade de que possam trabalhar conectados.
- A crítica ao cooperativismo tradicional que



refuta a livre adesão, exigindo que todas as cooperativas sejam filiadas à OCB (Organização do Cooperativismo do Brasil).

Pontos Fracos

- Faltam mais atividades de educação popular que trabalhem o cooperativismo na perspectiva solidária, assim como a capacitação técnica de gestão, etc.

- Empresas estimulam a fundação de cooperativas para não pagar encargos sociais.

- Não temos dados quantitativos sobre o conjunto dos empreendimentos de economia solidária.

- Ausência de um trabalho articulado na Região Sul.

- Não basta ter os meios de produção, é preciso desenvolver estratégias de comercialização.

Diretrizes Articuladoras

- Construir uma cultura participativa, e não ver a cooperativa apenas como espaço de compras de insumos e vendas da produção com algumas vantagens.

- A cooperativa deve participar na geração do bem final e não atuar apenas como fornecedora.

- Criar a Central de Cooperativas Autogestionárias

no período de 4 a 6 de agosto de 2000.

- Criar e implementar conexões entre os empreendimentos da Região Sul.

- As cooperativas devem ter um número de participantes que viabilize a autogestão.

- Promover mudanças na legislação que favoreçam os empreendimentos de economia solidária.

- Organizar um Portal da Economia Solidária na Internet permitindo vendas diretas, facilitando a visibilidade dos empreendimentos que forem se conectando, com páginas sobre seus produtos e serviços, contatos e informações sobre como os empreendimentos possibilitam uma vida digna aos trabalhadores e consumidores.

- Realizar um levantamento e diagnóstico nacional sobre os empreendimentos de Economia Solidária, construir um banco de dados e um sistema de geoprocessamento, visando construir cadeias produtivas.



- Estimular programas de articulação entre empreendimentos e de sistematização de suas práticas.

- Aprofundar o desenvolvimento de Redes.

- Realizar um Encontro da Região Sul.

- Criar formas de representação democrática que respondam pelas redes.

Região Sudeste

Análise

- Presença forte do cooperativismo tradicional.

- Existência de diversas cooperativas populares, grupos informais e associações.

- Existência de fóruns em todos os estados (sejam eles de economia solidária ou de cooperativismo popular); começa a haver uma articulação entre eles.

- Universidades criaram Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares.

Pontos Fortes

- Grupos de trabalho sobre formação, assessoria jurídica, crédito, comercialização, comunicação, etc.

- Fortalecimento e valorização da cultura popular.

- Ter um projeto de Socioeconomia Solidária.

- Rede de trocas solidárias.

- O surgimento de novos grupos de Socioeconomia Solidária.

- O Fórum do RJ como espaço de interlocução com o poder público e com o cooperativismo oficial.

Pontos Fracos

- Falta de cultura associativista-cooperativista.

- Desarticulação da maioria dos grupos.

- Falta de financiamento e de crédito solidário.

- Falta de articulação com os movimentos populares.

- As pessoas confundirem o cooperativismo popular com o tradicional.

Articulação

- Abertura das oficinas de socioeconomia para os outros estados - RJ.

- Articulação permanente entre fóruns/grupos. Não adianta criar fóruns se eles ficarem isolados entre si.

- Tecer a rede (parcerias, negociações, etc.) e avançar na organização de grupos de trocas.

- Ampliação da divulgação - usar os instrumentos que temos: rádios comunitárias, jornais de sindicatos, etc.

Região Nordeste

Análise

Na região existem diversas formas de atuação no campo e na cidade que são apontadas nos itens abaixo.

Pontos Fortes

- Iniciativa dos pequenos produtores, "feiras de agricultura familiar".
- Cooperativismo e associativismo entram na agenda de movimentos sociais e entidades.
- Existência de incubadoras de cooperativas.
- Agência de Desenvolvimento Solidário.
- Associações como força produtiva.
- União das pessoas (cultura de reuniões, afetividade).

Pontos Fracos

- Várias cooperativas não funcionam de acordo com os verdadeiros fins.

- Grande número de associações voltadas apenas para a obtenção de crédito.

- Capacitação e comercialização.
- Organização e gestão interna.
- Fraca participação dentro da associação e cooperativas; carecem de mais integração.
- Pouca confiança e cooperação entre associados.
- O clima semi-árido.
- Gestão concentrada, com pouca renovação dos componentes das direções devido à falta de capacitação de novos quadros.
- Representantes políticos conservadores ou populistas.
- "Dependência" do trabalhador rural - cultura de ter patrão, alguém que mande.
- Fraca articulação entre as entidades.

Articulação

- Fortalecimento dos fóruns estaduais e depois partir para o regional.
- Debates dentro das entidades, a partir da sensibilização da comunidade e público.
- Formulação de um banco de dados e quantificar as experiências.
- Ponto de referência (Nordeste).

- Definição de eixos temáticos (direcionamento prático).

Região Norte – Centro Oeste

Pontos Fortes

- Maranhão - Organização e articulação da rede Frutos do Cerrado, abrangendo onze municípios da região Oeste, sul do Maranhão e norte do Tocantins. Temáticas: meio ambiente, sistemas agro-florestais, comercialização e produção.

- Maranhão e Tocantins - Inserção de grupos de produção femininos nas instâncias de decisão das organizações sociais.

- Goiás - busca de parcerias na perspectiva da Socioeconomia Solidária, a partir do mapeamento das iniciativas existentes.

- Tocantins e Rondônia - todo o processo de construção do associativismo e diversidade de ações das cooperativas, fomentado pelas federações em parcerias com igrejas, ODSs (organizações de desenvolvimento solidário), associações, etc.

- Rondônia - Projeto de assistência técnica para assentamentos da reforma agrária - LUMIAR.

Pontos Fracos

- Ausência de intercâmbios de experiências locais entre trabalhadores do campo.

- Dependência excessiva nas associações de pequenos produtores rurais de linhas de créditos e recursos externos: as organizações ainda não conseguiram criar uma sustentabilidade local, própria.

- O movimento social como um todo não conseguiu até hoje construir um projeto de desenvolvimento sustentável unificado que integre mercado, meio ambiente, educação e cultura.

- Existe muita produção mas faltam profissionalismo na comercialização e condições estruturais no armazenamento e beneficiamento.

- Existência de currais eleitorais vinculados a associações criadas para obtenção de crédito e para atuar em momentos político-eleitorais. Elas não conseguem funcionar enquanto organização e representação da sua classe.

- Falta maturidade para um trabalho de gestão comunitária dos empreendimentos do cooperativismo-associativismo.

- Carência de assistência e assessoria técnica comprometida com a realidade, luta e organização dos trabalhadores.

6. Intervenções Singulares sobre Diagnósticos, Conceitos e Cooperação

Apresentamos a seguir algumas das intervenções singulares, realizadas nos diversos plenários que articulam, problematizam ou sintetizam algumas idéias recorrentes no debate ou acrescentam novos elementos analíticos aos assuntos abordados.

Desenvolvimento, Sustentabilidade e Estado

- Negociação constante com o Estado. Estamos criando também uma nova maneira de negociar e não apenas de fazer a Socioeconomia. Trabalho e pressão para obter leis adequadas à nossa nova prática.

- Não concordo que o Desenvolvimento Local é impossível sem a contínua negociação com o Estado. Podemos desenvolver atividades sustentáveis de Socioeconomia, promovendo o desenvolvimento local, sem depender de aportes do Estado.

- Não há como escapar da relação com o Estado, mesmo na perspectiva da autonomia e da autogestão.

- É necessária a reciprocidade da regulação e supervisão entre Sociedade e Estado democratizado.

- A partir da estratégia de rede, remontando solidária e ecologicamente as cadeias produtivas com um modelo de desenvolvimento sustentável desde a base local, podemos repensar as atribuições do Estado.

- Temos várias pequenas associações vendendo umas às outras. Os sócios contribuem. A cooperativa aparece para articular as associações e buscar no Estado os recursos que são nossos.

- Que a sociedade orquestre tudo que é possível.



O exemplo das bactérias, que intercambiando genes dão origem a novas gerações resistentes a antibióticos, nos mostra que há meios de transmissão de informação permitindo uma valiosa mutação coletiva. As redes podem fazer isto, a partir do intercâmbio entre empreendimentos e organizações, avançando na autogestão social, colocando o Estado a serviço do bem viver da coletividade.

■ Trata-se de construir uma Sociedade Sustentável. Nela cabe ao Estado responder pelas políticas públicas. Entretanto nos faltam planejamentos urbanos que perdurem além de um período de governo. Isto porque os planos são feitos pelos governos, não pela sociedade!

■ Quando falamos em desenvolvimento temos que levar em consideração o contexto dramático do semi-árido.

■ Formar trabalhadores para a solidariedade. Sustentabilidade quer dizer superar a ganância do capitalismo; esta é a educação de que precisamos. Buscar desenvolver o grupo social em que a gente está.

■ Valendo-se da palavra desenvolvimento

sustentável, as classes dominantes criam reservas para, em nome de preservar os animais, retirar delas os habitantes. Mas é tudo um engodo. Criam "projetos de remanejamento florestal" para extrair a madeira e liquidam a biodiversidade. Pirateando o conhecimento das comunidades locais, patenteiam pretensas "descobertas" de propriedades de plantas medicinais que, entretanto, já eram utilizadas pelas comunidades, como no caso do milenar conhecimento terapêutico do quebra-pedras, que foi patenteado por uma empresa japonesa.

■ É preciso denunciar o insustentável que é a miséria humana e a carência. O crescimento pode levar à miséria; o desenvolvimento integral, não.

■ Compreender o ser humano como parte da natureza. Há 13 milhões de anos, não havia a floresta amazônica com sua rica diversidade, quase tudo era cerrado. Essa floresta é uma co-produção da Natureza e do Ser Humano, das comunidades indígenas que difundiram as diversas espécies pelo conjunto do território em todo esse período. Em razão disso ela é denominada por alguns estudiosos como Floresta Tropical Cultural Úmida. Enquanto humanidade, contribuimos para o surgimento e proliferação de uma



biodiversidade fantástica. É necessário trabalhar com diferentes matrizes de conhecimento, inclusive a indígena, para a qual essa integração entre ser humano e natureza é essencial.

■ Sustentabilidade é também uma noção espaço-temporal. Implica no povo como sujeito consciente e autogestor dos recursos locais, no desenvolvimento em uma perspectiva de muitas gerações e na sustentabilidade da própria Natureza.

Consumo e Produção

■ Todos nós somos consumidores. Contudo, o nosso consumo coletivo que poderia ser uma grande força nossa, na verdade é uma fraqueza, porque nós não nos organizamos como cidadãos, como cidadãs, consumidores.

■ Uma grande oportunidade, do ponto de vista do consumo ético, é alcançar a base de todo o movimento sindical, popular e comunitário, enfim, de todos os movimentos organizados. Se houver uma consciência ética nessas pessoas sobre seu poder de consumo, a gente cria condições para assegurar o escoamento da produção solidária.

■ Valorização social dos produtos solidários. A gente, muitas vezes, pensa o produto do ponto de vista econômico. Mas, na verdade, por trás de cada produto há uma história, um coletivo, pessoas, nomes, trabalho e vida. Essa compreensão social do produto é algo muito importante para a difusão do consumo ético. Enquanto as pessoas não conseguirem perceber que há diferença entre dois pacotes de macarrão, porque um deles é de uma multinacional e o outro é de um grupo de nossas comunidades, que está vivendo daquele trabalho, enquanto não houver essa consciência social do produto, é difícil desenvolver a consciência ética sobre o consumo.

Comercialização

■ Existem pequenos comércios em nossas cidades que não conseguem disputar com os grandes comerciantes, hipermercados e multinacionais do comércio a varejo e que estão em situação cada vez mais difícil. Se conseguirmos fazer uma integração com esses pontos de comercialização, numa perspectiva ética, solidária, podemos ter novos espaços de comercialização para os nossos produtos.

■ Mobilização nacional em torno do comércio justo.

Existem diversas redes de comercialização solidária internacional. No Brasil, há grupos de produtores que vendem ao exterior através dessas redes, recebendo delas um pré-financiamento para a produção. Podemos, igualmente difundir essa mesma prática de comércio dentro do país. Se um grupo de Minas Gerais, por exemplo, consegue vender os seus produtos em Milão, por que não podemos vendê-los nas cidades brasileiras?

Cadeia Produtiva, Comunicação e Logomarca

■ Nós, trabalhadores, geralmente desconhecemos a cadeia produtiva em que se inserem nossos produtos e serviços, e seus diversos elementos. Por isso, não criamos a conexão necessários entre os empreendimentos nos diversos pontos da cadeia produtiva. Às vezes, temos no interior um agricultor produzindo algo que é insumo para um outro produtor na cidade. Mas na cidade, os produtores compram aquele insumo no supermercado, pagando caro, enquanto o produtor do campo não tem para quem vender. Sem nos interligarmos nessa cadeia produtiva, continuaremos fracos e dependentes.

■ Falta de comunicação. Às vezes, numa mesma região, há empreendimentos enfrentando dificuldades similares, que poderiam desenvolver ações conjuntas para enfrentá-las, mas um não tem informação sobre o outro, não havendo integração entre eles.

■ Ausência de uma identidade comum, de uma logomarca. Se nós tivéssemos uma marca identificando os nossos produtos de ponta a ponta do país, nós teríamos capacidade de dar visibilidade à economia solidária. Contudo, não temos uma etiqueta, uma logomarca, alguma coisa que represente essa nossa identidade, caracterizada pelo comércio justo e solidário, pela preocupação ecológica e pela promoção do consumo ético.

Financiamento

■ Há duas formas bem distintas de financiamento, por exemplo, o BNDES e as ODSs. Mas podemos organizar cooperativas próprias para o financiamento/crédito voltado a cooperativas de trabalhadores, nas áreas de produção e serviço, consolidando o crescimento da economia solidária.

■ Somos muito radicais na política e muito conservadores no dinheiro. Devemos propor a alternativa de criarmos um Banco Solidário no Brasil e depositar nele o nosso dinheiro. Os recursos do conjunto dos setores que se contrapõem à lógica da exclusão, se forem geridos por um Banco Solidário, permitiriam captar recursos para financiar o desenvolvimento sustentável que nós defendemos, financiando empreendimentos solidários. Precisamos sair deste Encontro com alguns encaminhamentos práticos nessa direção.

■ Ampliar e desenvolver formas de microcrédito, direcionado à população de baixa renda, visando implementar projetos de Socioeconomia Solidária beneficiando as populações locais.

■ Quando existe linha de crédito ou recursos para um projeto, o coletivo se reúne e todos se organizam desenvolvendo atividades. Contudo, no momento em que a linha de crédito ou o projeto termina, então, diversas associações e organizações experimentam uma queda muito brusca.

■ Dar preferência ao crédito integrado aos programas, orientando metodologicamente a implantação e administração dos empreendimentos.

■ A nossa principal fraqueza não é falta de acesso ao crédito e sim a ausência de uma metodologia que dê conta da autonomia, da autogestão.

■ A transparência na cooperativa e associação é fundamental. A autogestão deve primar pela transparência na prestação de contas, estimulando o associado a ser "dono do negócio", criando um clima de confiança entre as pessoas.

Cooperação e Autogestão

■ Cooperativismo é um termo que tem uma carga histórica extremamente pesada no Brasil. Devemos dar acento à noção de cooperação em autonomia e em solidariedade. Ao usarmos o termo cooperativismo devemos considerar que, socialmente, a interpretação sobre o nome é diferente da que nós estamos dando.

■ A noção de cooperação é muito mais ampla que a de cooperativismo. Não importa a forma jurídica de organização do empreendimento. Certas empresas se transformam juridicamente em cooperativas, mas não o são de fato. Por sua vez, outras empresas que juridicamente não são cooperativas praticam a cooperação na forma da autogestão. Há, entretanto, empresas de autogestão que não cooperam com outras empresas au-



togeridas, mas travam com elas uma disputa capitalista na luta pelos mercados. A cooperação solidária nos empreendimentos e entre eles é, portanto, mais ampla que as noções de cooperativismo ou autogestão.

■ Há um grande crescimento de empreendimentos associativos e cooperativos no Brasil. Isso carrega consigo uma série de contradições. Na base deste crescimento também está o oportunismo de várias pessoas que não têm espírito cooperativo. Está também o oportunismo capitalista, que usa o cooperativismo para praticar a precarização das condições de trabalho e assim aumentar sua margem de lucro.

■ Quanto ao cooperativismo oficial, cabe salientar que a maioria das cooperativas têm bases populares e que os desvios existentes são, em grande medida, responsabilidade das suas direções. Podemos atuar junto a essas bases combatendo os desvios das direções.

■ O movimento cooperativo do Rio Grande do Sul é responsável por 11% do PIB gaúcho e articula mais de 400 mil pessoas nas diversas cooperativas. Nós temos que ter muito carinho ao tratar dessa realidade, com todas as suas contradições, perante aquilo que propomos.

■ Devemos estar atentos para evitar que as cooperativas autogestionárias tenham um número excessivo de sócios. Quando o número de cooperados é muito grande, há maiores dificuldades na realização das assembléias e poucos acabam decidindo por muitos.

■ Um ponto negativo é o que se refere ao trabalho e à gestão comunitária dos diversos setores associativistas. Existe vontade, existe intenção, mas na prática essa gestão comunitária ainda é muito precária por conta do individualismo de muitas pessoas.

Mercado Solidário

■ Cabe considerar o mercado como uma relação social, uma relação entre seres humanos e não apenas uma troca material e monetária. O mercado existiu antes do capitalismo e continuará existindo depois dele. Por isso precisamos pensar o mercado historicamente, considerando as possibilidades reais de superação da forma capitalista de organização da economia de mercado.

■ A competência de empreendimentos cooperativos de competir eficazmente no mercado capitalista é

importante. Mas muito mais importante é desenvolver a estratégia de desenvolver o mercado solidário através do aumento sempre maior do intercâmbio complementar e solidário entre empreendimentos cooperativos e associativos. A construção de cadeias produtivas e redes horizontais que articulam empreendimentos dos setores da produção de bens e serviços, comercialização, finanças e consumo solidários é o caminho mais eficaz de implementação desta estratégia.

Legalidade

■ Se permanecermos na economia informal e os empreendimentos começarem a crescer, a fiscalização estatal irá pressionar até fechá-los. Por outro lado, simplesmente legalizar os empreendimentos pode ser uma ameaça também, na medida em que tenhamos de nos submeter à legislação vigente inadequada à Socioeconomia Solidária. Precisamos lutar por uma nova legislação e pelo reconhecimento do setor de economia solidária, ao lado dos setores estatal e privado.

Feminino

■ Precisamos desconstruir a cultura patriarcal, em que se baseia o individualismo e a competição.

■ Precisamos recolocar a questão do masculino e do feminino, escapando da simplificação dos antagonismos e chegando a uma compreensão mais adequada da complexidade das relações de gênero. O masculino e o feminino fazem parte de todos nós e precisamos pensar esse novo a partir das redes. Quanto mais se reconstruírem essas relações no interior desses espaços, maior será a democratização nas relações de gênero: uma nova solidariedade que nos permite renascer como pessoa a cada dia, como homens e como mulheres em suas próprias singularidades.

■ A sensibilização de gênero deve ocorrer também entre os homens e nas direções, e não somente entre mulheres e nas bases. Discutir com todas e todos em todos os níveis.

■ Queremos atacar o capitalismo, que degrada a natureza, sendo uma grande ameaça. O ecofeminismo é uma fortaleza para combatê-lo.

Fóruns e Redes

■ Necessitamos refletir sobre todo o acúmulo alcançado com a criação de nossas organizações populares, fazendo uma avaliação crítica das nossas formas de organização buscando qualificá-las e integrá-las em uma mesma organização nacional de economia solidária. Que esta organização tenha a forma de rede, não hierárquica e baseada na livre adesão, na qual cada elo assuma a dupla responsabilidade da máxima eficiência própria e da rede como um todo.

■ Nos últimos 5 anos buscamos criar fóruns e redes de economia popular e solidária em diversos estados. Atualmente vários desses fóruns existem, mas não têm visibilidade e estrutura.

■ Na grande maioria das cidades não temos um mapeamento local dos empreendimentos. Mas basta divulgar a convocação para um fórum ou inscrições para uma feira que surgem dezenas de grupos que não conhecíamos. É só divulgar o convite para descobrir que os grupos foram surgindo em cada região, nos lugares mais diversos, sem que existisse uma articulação entre eles ou um conhecimento recíproco.

■ O fórum ou a rede, além de espaço de articulação, é também uma forma para interlocução com os poderes públicos. Uma associação ou cooperativa sozinha não tem força para essa interlocução, mas a partir de um fórum a relação muda de patamar.

■ Dada a falta de articulação dos empreendimentos de socioeconomia solidária com os movimentos sociais, devemos procurá-los pois fazemos parte de um mesmo bloco social e podemos nos fortalecer mutuamente.

7. Estratégia

Quem somos

Somos um bloco histórico que está em formação e que está confrontando o sistema e a globalização capitalista com um projeto de construção, de baixo para cima, de uma outra economia - a Socioeconomia Solidária - centrada nos valores do trabalho emancipado, na propriedade e gestão cooperativas dos meios de produzir as riquezas e reproduzir a vida, e na construção de sujeitos do seu próprio desenvolvimento pessoal e social, combatendo qualquer forma de opressão e exploração econômica, política e cultural.

Não estamos disputando a representação deste bloco histórico. Somos simplesmente uma parte dele, interligada de forma colaborativa e mesmo confrontativa com outras partes deste mesmo bloco.

O que buscamos e como realizá-lo

Intervir em todo o processo econômico, ocupar estrategicamente um espaço econômico crescente,

integrar produção, comercialização, consumo, crédito como um sistema harmônico e interdependente, coletivamente/democraticamente planejado e gerido, que serve ao objetivo comum de responder às necessidades de sobrevivência e reprodução sustentável da vida de todas as cidadãs e cidadãos em todas as suas dimensões, inclusive, nos âmbitos da cultura, arte e lazer.



Expansão através da construção de cadeias produtivas integradas vertical e horizontalmente, de redes de produtores-consumidores que atuam de forma cooperativa e solidária, e constituem um espaço crescente de socioeconomia solidária no interior do próprio capitalismo em oposição a ele.

Organizar e fortalecer redes locais e regionais que articulem experiências e dêem visibilidade à Socioeconomia Solidária. Organizar as redes dentro do próprio local. Articular, espalhar, organizar, do local ao subregional, ao regional, ao nacional e internacional. Esta organização multidimensional deve ser feita simultaneamente e de modo articulado, integrando as diversas práticas de Socioeconomia Solidárias, movimentos populares, sindicais, ODSs e demais organizações da sociedade civil que compartilhem o espírito da solidariedade.

Criar instrumentos e mecanismos, como o selo de qualidade (logomarcas) e outros, que fortalecem a identidade da rede e a confiança do consumidor, bem como, instrumentos de financiamento, capacitação tecnológica e de integração dos saberes internos às redes, como por exemplo, centros tecnológicos de capacitação, pesquisa e gestão.

A comunicação é uma condição fundamental e estratégica da construção das redes. Devemos estabelecer comunicação sobre questões gerais e específicas a cada local, setor ou movimento, e o seu intercâmbio, organizando espaços de diálogo e articulação entre os diversos atores. Devemos maximizar o uso e a extensão da informática para fortalecer a comunicação: esforço para informatizar as bases populares, difusão de programas livres e solidários, criação ou reforço de portais na Internet. Cabe multiplicar diversas formas de comunicação para integrar produtores e consumidores, promovendo o consumo ético, solidário e o comércio justo, atuando na divulgação dos produtos e serviços solidários e na educação dos que são ou podem ser seus consumidores.

A Educação dos produtores também é vital. Aprende-se fazendo, praticando e participando, apropriando-se, em sentido mais amplo, dos conhecimentos que atendam nossas necessidades, que garantam melhor funcionamento às nossas organizações e aprimorem a auto-gestão, com a participação de todos. As redes devem pensar como resolver elas mesmas suas demandas formativas.

Na construção das redes também encontraremos conflitos, cabendo levar em conta o nível local com

ampla participação democrática para que sejam superados. As crises e conflitos são momentos importantes para que os conhecimentos sejam discutidos e partilhados. Em chinês a palavra CRISE quer dizer risco e oportunidade. Devemos deixar de lado as disputas pelo poder sob a velha ótica dos centralismos, para que possamos crescer sob a nova ótica da solidariedade descentralizada.

Temos que resgatar os saberes presentes nas diversas ações de economia popular, criar e apropriar-nos de novas tecnologias sustentáveis, bem como, reeducar nossa concepção de tempo, definindo quando, como e onde queremos chegar. A Socioeconomia Solidária nasceu das bases de muitas organizações populares e de pessoas engajadas em grupos históricos, sindicatos e partidos populares. A população desorganizada e marginalizada, entretanto, tem outro jeito de controlar o tempo com suas urgências imediatas e vagarosidades processuais.

Ao conceber e executar essa estratégia não podemos desconsiderar as dificuldades que encontramos quando temos que firmar as responsabilidades que integram inúmeras organizações e processos históricos diversos.

Na organização das redes é necessário viabilizar a autogestão coletiva, o que demanda a formulação de políticas de gestão com tal finalidade. Como possíveis formas organizativas dessa autogestão, as redes integram empreendimentos e organizações locais, que podem, entre outras possibilidades, conformar fóruns e redes estaduais, e estabelecer comissões em diversos âmbitos, inclusive de caráter regional e nacional.

Não descuidar das possibilidades e dificuldades de atuação frente ao Estado, podendo haver em alguns casos parcerias ou acordos pontuais e, em outros, ações de pressão ou resistência. Com relação ao Estado, a estratégia deve estar atenta a quatro aspectos em que devemos atuar: 1) Legislação cooperativa: propondo alterações do projeto de lei hoje em discussão no Congresso - número de participantes, tributação, fomento e linhas de crédito, retirada de entraves trabalhistas, autonomia de representação; 2) Crédito: visando linhas de crédito oficiais a juros condizentes com empreendimentos sociais; e apoiando-se em recursos públicos para criar empreendimentos de crédito cooperativa e poupança solidária; 3) Oportunidade: acesso, em tempo hábil, a editais de licitação para fornecimento de bens e serviços ao Estado; 4) Políticas públicas de fomento aos empreendimentos sociais.



Nesta estratégia delineamos objetivos e ações de caráter geral, e outras de curto prazo (até 1 ano), médio prazo (até 5 anos) e de longo prazo (até 10 anos) nas áreas de produção, comercialização, consumo, comunicação e crédito.

7.1 Produção

Geral

- ♦ Garantir grande diversidade de produtos e serviços.
- ♦ Qualidade e qualificação: zelar pela qualidade do produto (forma e conteúdo).
- ♦ Compras em conjunto de insumos para redução de custos.
- ♦ Reconstruir solidariamente as cadeias produtivas, iniciando quanto possível pela ponta do consumo.
- ♦ Compromisso da Rede com o consumidor - oferta sustentada.
- ♦ Respeito ao meio ambiente.

- ♦ Selo de responsabilidade social/ambiental.

♦ Colocar o trabalho emancipado, o conhecimento e a criatividade dos trabalhadores como o valor central do sistema de SES, organizando os empreendimentos e as relações em torno deste valor central.

♦ Autogestão como modo de empoderamento da força de trabalho para controlar o processo produtivo e o produto do seu trabalho. Complementaridade e solidariedade como modo de articulação com outros empreendimentos associativos e cooperativos.

♦ Incorporar, criar e compartilhar tecnologias sustentáveis.

Curto prazo

♦ Identificar e mapear grupos existentes, a partir de bancos de dados em funcionamento (Banco Geração/Fase, Unitrabalho, Recopa, FCP-RJ, etc.) e de outros instrumentos, visando melhor entrosamento das cadeias produtivas.

♦ Criar Bases de Dados regionais e nacional que mapeiem redes de produção e consumo locais -

recursos junto ao poder público e parcerias. Quanto possível, ampliar a Base Nacional para que inclua uma dimensão internacional e facilite a troca com empreendimentos solidários de outros países e continentes.

Médio prazo

- ♦ Organizar redes locais em nível experimental, utilizando a pesquisa-ação como metodologia de análise.

Médio e longo prazo

- ♦ Criação de um escritório de consultoria solidária (composto por pessoas profissionalizadas, voluntárias e estagiárias) para subsidiar o desenvolvimento de temáticas específicas: autogestão, metodologia das redes e cadeias produtivas solidárias, legislação, tributação, publicidade, administração, sociologia, agronomia, etc.

7.2 Comercialização

Geral

- ♦ Estar sempre atento a qualidade, embalagem e frete, compondo custos com sustentabilidade social e ecológica.

- ♦ Possibilidade de alugar containers em comum para facilitar exportações.

- ♦ Produzir catálogo de produtos, serviços e fornecedores.

- ♦ Localizar as necessidades dos consumidores e produtores

- ♦ Desenvolver logística solidária de distribuição e armazenagem.

- ♦ Cultivar a relação produtor-consumidor.

- ♦ Na construção das cadeias produtivas solidárias, buscar maximizar a cooperação entre produtores e consumidores, eliminando quanto possível o atravessador que explora. A garantia de uma intermediação eficiente é benéfica tanto para os produtores quanto para os consumidores. Ela deve estar referenciada aos princípios de cooperação e solidariedade.

- ♦ Considerar os mecanismos de comercialização capitalista para superá-los (apropriar-nos do que for positivo e ultrapassá-los criativamente) pela comercialização justa e solidária.

- ♦ Gerenciar corretamente a informação, pois o maior trunfo do atravessador não é o transporte, mas a informação.

- ♦ Compreender o encadeamento solidário dos diversos serviços entre o produtor e o consumidor como parte da construção de cadeias produtivas solidárias.

- ♦ Organizar mercados (pontos de comercialização) permanentes.

Curto prazo

- ♦ Incentivar a criação de feiras e mercados da RBSES, do local para o nacional.

- ♦ Identificar e mapear o potencial de compra e venda dos grupos e organizações existentes.

- ♦ Montar um balcão da Rede durante o encontro internacional de cooperativismo que se realizará no Rio de Janeiro.

Médio prazo

- ♦ Elaborar um guia prático de orientação sobre a

montagem de feiras em nível local, regional e nacional (planejamento, gerenciamento e captação de patrocínios).

- ♦ Coordenar a participação da Rede em eventos e feiras para divulgação e fechamento de pedidos dos produtos e serviços da Rede (isto pode ser feito por uma cooperativa de segundo grau dentro da Rede).

Longo prazo

- ♦ Realizar pressões sobre o Congresso Nacional para a reformulação e elaboração de legislação nas áreas de tributação, fiscalização e afins.

- ♦ Encontrar meios para enfrentar as dificuldades de transporte.

7.3 Consumo

Geral

- ♦ Organizar redes de consumo.

- ♦ Considerar a nós mesmos, pessoas e entidades que fazemos parte das redes, em nosso potencial de demandas, como consumidores a serem atendidos.

- ♦ Cuidar das embalagens, evitando a poluição e criando facilidades ao consumidor pela sua praticidade e informação sobre os produtos.

- ♦ Organizar pólos de troca e distribuição.

- ♦ Realizar propaganda educativa.

- ♦ Planejamento integrando demanda-produção.

- ♦ Controle da qualidade de produtos e serviços para bem atender os consumidores.

- ♦ Desenvolvimento de novos produtos.

Curto prazo

- ♦ Identificar e mapear o potencial de consumo dos grupos existentes na Rede.

- ♦ Fazer o mesmo em relação a todas as entidades sociais e governamentais que sintonizam com a economia solidária (sindicatos, escolas, universidades, igrejas, hospitais, associações de moradores, diversas organizações populares, governos participativos, etc.).

- ♦ Promover oficinas de sensibilização em nível local para a criação de Clubes de Troca Solidária como prática de consumo solidário.

Médio prazo

- ♦ Oferecer orientação para a criação de grupos de consumidores/produtores em nível local, regional e nacional.

Longo prazo

- ♦ Promover a educação para o consumo solidário, iniciando pelos grupos existentes na rede.

7.4 Comunicação / Educação

Geral

- ♦ Desenvolver práticas de comunicação, difundir materiais de informação.

- ♦ Instituir centros de referência de comunicação e informação que atuem como facilitadores

- ♦ Aproveitar espaços nas rádios e TVs comunitárias.

- ♦ Ampliar acesso aos sítios da Internet para aceder e distribuir materiais educativos, realizar negócios, etc.
- ♦ Produzir vídeos populares.
- ♦ Manter mala direta atualizada.
- ♦ Realizar visitas mútuas entre os diversos empreendimentos.

Curto prazo

- ♦ Comissão para elaborar proposta de política nacional de educação contendo os princípios e as práticas de SES - capacitação de agentes locais multiplicadores.
- ♦ Gerenciar uma rede de intercâmbio vivencial entre os grupos favorecendo o processo de aprendizagem.
- ♦ Criação de lista de discussão na Internet para a rede.
- ♦ Criar um jornal informativo dos empreendimentos da nossa Rede - GIRASSOL - (Órgão de divulgação da Rede de Socioeconomia Solidária).

- ♦ Produzir catálogos para divulgar ofertas e demandas das entidades participantes.
- ♦ Produzir programas radiofônicos sobre Socioeconomia Solidária para distribuição na Rede.
- ♦ Divulgar a Rede junto a igrejas, associações de bairro e outras organizações comunitárias.
- ♦ Apropriar-se de tecnologias disponíveis livremente na área de informática para o aprimoramento dos empreendimentos.

Médio prazo

- ♦ Criação de uma logomarca/selo e certificação dos produtos da rede de Socioeconomia Solidária e de uma entidade responsável pela sua gestão.
- ♦ Fomentar a criação de laboratórios de aprendizagem em nível local, como sistema de troca de conhecimento entre os grupos.
- ♦ Promoção de eventos culturais (festivais, CDs, etc.) a partir da diversidade regional.

- ♦ Sistematizar experiências dos grupos para registro histórico e apoio a grupos menos experientes.

Longo prazo

- ♦ Utilização de novas tecnologias (vídeo e teleconferências, programas eletrônicos, etc.)

7.5 Finanças

Geral

- ♦ Desenvolver uma estrutura para autogestão do crédito e dos recursos.
- ♦ Difundir organizações de crédito ético.
- ♦ Estabelecer fundos de poupança interna, garantindo à rede autofinanciamento, autonomia e apoio a novos empreendimentos.

Curto prazo

- ♦ Difundir as experiências existentes na Rede (metodologia, etc.).

- ♦ Realizar evento para sistematização das metodologias em aplicação, construindo um guia de orientação prática para a sua implantação.

Médio prazo

- ♦ Realizar debate sobre o Marco Legal e dar consultorias para adequação estatutária dos empreendimentos.
- ♦ Interferir no orçamento e programas dos governos (municipal, estadual e federal) para linhas de crédito com melhores condições de financiamento para os pequenos empreendimentos e as iniciativas solidárias.
- ♦ Criar iniciativas de microcrédito solidário visando atender a uma massa de trabalhadores e empreendimentos autogestionários que não têm acesso ao crédito.

Longo prazo

- ♦ Orientar a criação de cooperativas/banco de crédito e poupança da Socioeconomia Solidária.

8. Encaminhamentos Finais e Equipes

Na plenária final, que durou mais de três horas de intensa discussão para amadurecer a decisão mais fundamental do Encontro, reafirmamos a confiança mútua que o Encontro logrou forjar e afastamos os receios de repetição de erros do passado, sobretudo no plano organizativo e relacional. Criamos então a Rede Brasileira de Socioeconomia Solidária (RBSES).

Definimos como tarefas de todos e todas avançar na organização de redes envolvendo atividades de Produção de Bens e Serviços, Comercialização, Consumo, Crédito e Finanças envolvendo o conjunto de nossos empreendimentos e integrando outros empreendimentos solidários nas diversas regiões.

Montamos algumas equipes a serem ampliadas, que ficam responsáveis por contribuir na implementação da estratégia, em particular no que se refere aos "núcleos" ou "campos de ação" da RBSES que estas equipes contemplam. Elencamos também algumas ações mais prioritárias.

8.1 Animação e Finanças

Equipe: PACS-Marcos/SE e Polis/SE; F. Souza (Messias/Centro de Defesa da Vida Herbert de Souza) CDV e Banco Palmas-Joaquim/NE; SNS-Raimunda/N; IFiL/PR, Central de Cooperativas e Empreendimentos Autogestionários/RS.

Atividades:

- ❑ organizar listas de correios eletrônicos;
- ❑ construir lista ampliada nas regiões;
- ❑ elaborar plano regional de ação para os diversos campos (núcleos);
- ❑ disponibilização do relatório;
- ❑ produção do primeiro número do Jornal Girassol, garantindo-se a sua periodicidade.

8.2 Informática / Pesquisa-Mapas

Equipe: FASE-Rose/SE; Fundesol/NE; Central de Cooperativas e Empreendimentos Autogestionários - Pinheiro/RS.

Atividades:

- ❑ partilha de banco de dados e cadastro (PACS e FASE);
- ❑ levantamento dos bancos de dados de empreendimentos solidários em todo o país;
- ❑ gerar um Banco de Dados único em formato ACCESS;
- ❑ converter os dados para o Redesol e gerar diagnósticos de Rede;
- ❑ informática solidária (IFiL/PR).

8.3 Educação

Equipe: Rede Mulher de Educação, CEDAC/SE e Projeto Gepam e São Paulo Apóstolo-Andréia/SE; UFC, CTC e Cetra/NE; Cooper/S.

Atividades:

- ❑ referência para receber o material (Noé/Prefeitura de Santo André e Andréia/Centro Comunitário São Paulo Apóstolo);
- ❑ disponibilizar em rede todo o material levantado sobre educação;
- ❑ realizar encontro sobre o tema.

8.4 Políticas Públicas e Legislação

Equipe: Patrícia e Manuel, I. Victus do FCP/SE; Esplar/NE; Centru/NE.

Atividades:

- ❑ que as outras regiões indiquem os participantes;
- ❑ realizar encontro sobre o tema.



8.5 Comunicação

Equipe: Pinheiro/S e Sandra Regina/CO.

Atividades:

- Jornal Girassol;
- Logomarca e Selo.

criar condições para fazer encontros estaduais e regionais;

prever outro encontro brasileiro em um ou dois anos.

SIGLAS: N = Norte; NE = Nordeste; SE = Sudeste; S = Sul.

8.6 Outros

avançar em projetos concretos, como o curso sobre Rede de Trocas Solidárias já acertado entre Heloísa Primavera, Centru/MA e Asmoconp/CE;

- garantir a representatividade por regiões;
- criar uma equipe de animação;
- intensificar contatos;
- fortalecer fóruns e redes locais;

9. Anexos

CARTA DO ENCONTRO

Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias

CARTA DE MENDES

Entre 11 e 18 de junho de 2000, cerca de 80 pessoas estiveram reunidas no Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias, em Mendes, RJ. Depois de uma convivência intensa e trabalho coletivo durante uma semana, discutindo a realidade brasileira e mundial e compartilhando visões e experiências inovadoras no campo socioeconômico, político e cultural, elaboraram e aprovaram a seguinte Carta que resume as visões, proposições das entidades/pessoas participantes.

NÓS FAZEMOS PARTE DE ORGANIZAÇÕES E INICIATIVAS DE SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA. Somos mulheres e homens de várias idades e etnias, profissionais de vários campos, que trabalhamos no meio rural e urbano em cooperativas e associações autogestionárias

e solidárias, em sindicatos, instituições de desenvolvimento, educação, meio ambiente e assessoria, representantes de governos democráticos e populares, e convidadas de outros países da América Latina e Europa. Procedemos do Amazonas, Tocantins, Maranhão, Piauí, Ceará, Pernambuco, Bahia, Rondônia, Goiás, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Participamos também de redes solidárias que atuam articuladamente para transformar e humanizar as relações sociais nas esferas local, nacional e global.

Em resposta às propostas do Encontro Latino de Cultura e Socioeconomia Solidárias, realizado em Porto Alegre (agosto de 1998), buscamos criar e gerenciar redes de produção solidária, de comércio justo, de consumo ético, de trocas, crédito, debate e informática solidárias. Fizemos um diagnóstico e uma avaliação dos empreendimentos cooperativos e solidários nas diferentes regiões do Brasil aqui representadas, e traçamos diretrizes de ação estratégica visando a construção e o fortalecimento dessas redes, assim co-

mo uma ação mais efetiva de pressão por políticas públicas a serviço do empoderamento da sociedade e de um desenvolvimento socioeconômico aut centrado e soberano.

Além do trabalho de reflexão e aprofundamento dos conceitos, fizemos um intercâmbio de nossas motivações, experiências e produções que mobilizaram nossa intuição, emoção e espiritualidade, bem como facilitaram nossa disponibilidade para ouvir uns aos outros, aprender uns com os outros e consolidar nossa confiança mútua, e nosso sentido de irmandade e solidariedade.

Partimos da crítica veemente do capitalismo, sobretudo na sua forma neoliberal, que tem feito acompanhar a produção sempre mais rápida de bens materiais por uma intensa concentração de terras, riqueza, controle dos recursos, poder e saber nas mãos de um número sempre menor de grandes banqueiros, empresários, latifundiários e especuladores. Denunciamos o êxodo que desenraíza as famílias rurais e provoca a sobrepopulação das cidades, o desemprego maciço resultante da rápida introdução de novas técnicas e novos métodos gerenciais, mas também da política recessiva em obediência à receita

de ajuste do FMI; a crescente dívida interna e externa, e os altos juros que sufocam a capacidade de investimento do Estado e produzem uma sangria dos fundos públicos em favor dos especuladores; a desnacionalização e privatização desordenada que alienam o patrimônio público; a abertura predatória ao capital estrangeiro, sobretudo especulativo; a renúncia da soberania popular e nacional em favor das empresas, bancos, políticos e burocratas do mundo rico e das agências multilaterais; a destruição sistemática dos ecossistemas, das florestas tropicais, dos solos e dos mananciais. Rejeitamos a cultura da competição que tem por princípio a exclusão, a forma dominadora, hierárquica e egocêntrica de organizar a economia, assim como o autoritarismo e a violência delas decorrentes.

Reafirmamos nossa convicção de que uma outra globalização é possível e desejável, fundada na cultura da cooperação e na ética da solidariedade; na participação ativa de todas as cidadãs e cidadãos do país e do Planeta, no controle e na gestão dos meios para o seu desenvolvimento pessoal e coletivo. Uma globalização que seja cooperativa e solidária. Afirmamos também nosso compromisso de implementar vias de desenvolvimento humano que partam

de dentro para fora, dos potenciais da pessoa para os da coletividade, do local para o nacional e global, do micro para o macro.

As experiências presentes no Encontro mostraram que é da dimensão interpessoal e social das transações econômicas que emergem os laços de afetividade e confiança. O crédito com aval solidário e com controle social, apoiado na confiança recíproca e no empoderamento local, garante uma demanda sustentada e altos níveis de retorno dos empréstimos. A promoção da cultura da cooperação e da solidariedade, e de uma educação voltada para a prática destes valores, viabiliza a autogestão, o trabalho emancipado, e o desenvolvimento sustentável fundado no pleno respeito aos direitos sociais, econômicos, pessoais, culturais e ambientais, no sentimento humano e na partilha efetivamente democrática do poder.

Na perspectiva solidária, a relação entre quem consome e quem produz vai muito além de comprar e vender o produto, envolve uma consciência e um compromisso comum em prol do Bem Viver de todos no presente e no futuro, que implica no cuidado com a natureza e a biodiversidade, na equidade entre mulheres e homens e entre etnias, numa concepção

de trabalho que realiza, e numa forma de produzir orientada para satisfazer às necessidades de cada ser humano e de toda a humanidade.

Afirmamos que é possível diagnosticar, planejar, acompanhar e administrar de forma autogestionária e solidária o desenvolvimento das cadeias produtivas - produção, comercialização, consumo e crédito - e dos serviços de fomento, como a tecnologia apropriada, e outros. Assim, a viabilidade da proposta da Socioeconomia Solidária se apóia na complementaridade e na solidariedade ao longo de toda a cadeia produtiva.

Buscando reforçar e ampliar as conquistas do Encontro de Porto Alegre, decidimos estabelecer uma Rede de Socioeconomia Solidária local, regional e nacional, que garanta a continuidade do contato e da interação entre nós e com outros empreendimentos solidários existentes no Brasil e noutros países. Novas teias para a ampliação desta rede são bem-vindas. Sua fortaleza está na sua tecitura, na sua inclusividade, na qualidade da ligação solidária e amorosa entre seus componentes.

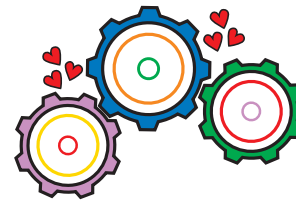
*PARTICIPANTES DO ENCONTRO BRASILEIRO
DE CULTURA E SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIAS*

EU-ALIANÇA

Pensando, sou razão,
 Decidindo, sou vontade,
 Antevendo, sou intuição,
 Agindo, sou relação,
 Mas sobretudo sentindo,
 Pintando, cantando,
 Acariciando e amando,
 Sou emoção.

Como a aranha tece
 sua teia de prata,
 - Na teia ela vive,
 Na teia se alimenta,
 Na teia se reproduz -
 Assim tecemos nossa vida toda,
 Em ouro, prata,
 Bronze ou lodo.

Aprender a escolher
 Em cada momento o melhor fio,
 Aprender a tecer,
 A fazer de cada fio da vida
 Uma obra de arte,
 Um sublime pensamento,



Uma iluminada decisão,
 Uma penetrante visão,
 Uma compassiva ação,
 Uma enlevante tela e canção,
 Um acolhedor gesto de carinho,
 Um ato de amor... eis a questão.

As estreitas margens do meu corpo
 Desenham no espaço-tempo
 Os limites da minha pessoa.
 Além de mim, porém,
 Se situa a Outra.

Na Outra me vejo,
 Na Outra me prolongo,
 Na Outra me complemento.
 À Outra eu toco,
 Com a Outra eu sinto.

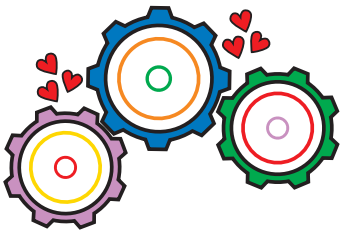
Com a Outra teço uma teia
 Muito maior do que a minha.

Uma teia planetária,
Que interliga conscientemente
geratrizes de emoção
matrizes de pensamento.

Uma teia cósmica,
Que projeta no espaço-tempo,
Da unidade a intuição,
Da irmandade a visão,
Da compaixão a vontade.

Eu, a Outra, o Cosmos
Indissociavelmente unidos
Por uma teia de vida e consciência
Tecida a cada momento,
Fio por fio, nó por nó,
Por mim e por nós.

Marcos Arruda, Genebra, 2000



GIRASSOL

Gira, Gira, Gira
Girassol
Todo Povo Troca Troca
Nesta Rede eu vou que vou

O que você precisa
Pra completar sua felicidade
Eu tenho pra lhe oferecer
E o que eu também preciso
Neste mesmo tom
Você também tem pra me fazer feliz

Gira, Gira, Gira
Girassol
Todo Povo Troca Troca
Nesta Rede eu vou que vou

*Música de Ubirajara Rodrigues, Mendes,
11-18/6/2000*

POEMA SOBRE AS LÁGRIMAS

Cada lágrima que me cai dos olhos
desliza como semente
nos campos e trilhas de muitos caminhos

E cada lágrima que cai dos olhos
de todos os injustiçados e oprimidos,
de todos os amantes e poetas
que acolho como lágrimas minhas,
fecundam as sementes que em mim existem,
regando minha alma.

E em meio ao pranto de todo esse povo,
floresce em cada uma e em cada um de nós
as sementes que caíram,
nascendo - da dor e da alegria
da angústia e da poesia -
uma nova sociedade
em que a verdade é acolher
a singularidade de cada ser humano
reconstruindo a utopia
com a água salgada dos olhos

que nos banham
no salgado líquido
das origens de nossa espécie
reafirmando a certeza
que na correnteza da vida de nossas forças
um mundo novo pulsa em seu devir.

Euclides André Mance, Mendes, 16/6/2000

POEMA DOS DEVIRES

Eu sou um pouco
de muitas mulheres e de muitos homens.
Carrego em minha alma
a angústia e a fragilidade dos filhotes...
E a tranqüilidade do condor
que voa sereno por entre os penhascos.

Eu sou um pouco das plantas
que necessitam fincar raízes,
amam florescer e produzir sementes.

Eu sou um pouco das ondas do mar,
às vezes tranqüilas,
às vezes revoltas,
eternamente atraídas
pela força do luar em seus devires.

Mas sempre que olho para mim mesmo
encontro um pouco das pessoas que me amam
e das pessoas a quem eu amo
porque sem elas nada seria,
seria uma semente estéril,
um pássaro que não voa
um mar que não marulha
um luar que não ilumina.

Por isso sou um pouco...
de muitas mulheres e de muitos homens.
Carrego em minha alma
a angústia e a fragilidade dos filhotes
que precisam do acolhimento alheio.
E a tranqüilidade do condor
que voa sereno por entre os penhascos.
Por que na solidariedade com todos os que amam
me transformo a cada dia
em um novo ser humano.

Euclides André Mance, Mendes, 12/6/2000

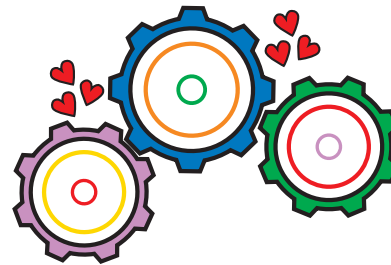
IMAGENS

Imagens... gestos... sensações...
Redor de um mundo fugaz
Redor de um eu com tu contínuo de esperança.

Esperar para ver, sentir o ritmo e o processo
Fazer a sua parte, a nossa
São tantos os interlocutores,
Tantas as atrizes, agentes futuros do consciente...

Já não se sabe quantas ou quantos atingir,
Fazer atingir a energia,
a sintonia para solidarizarmos a vida, o ser, o
sentimento.

Ruth Espínola Soriano, Mendes, 15/06/2000



Equipes que atuaram no Encontro

Na composição das equipes buscou-se a maior diversidade, considerando-se região, gênero, urbano/rural e faixa etária. As equipes ficaram assim compostas:

Integração

Valéria Barreto (SE), Luzia Arlete Góes Bento (SE), Liliane Gomes da Cunha (SE), Bruno Leonardo (SE); Maik ferreira torres (NE).

Comunicação

Gil Barreto (SE) e Patrícia Vasconcelos Lima (NE)

Documentação e Redação

Cristina Schroeter Simião (SE), Jeane (SE), Luis Antônio Pinheiro (S), Odenilson Argolo de Santana (SE), Maria Ruth Takahashi (SE), Luis Oscar Ramos Corrêa (S), Euclides Mance (S).

Rascunho da Carta de Mendes

Marcos Arruda (SE), Guilherme Nunes (S) e Rosemary Gomes (SE).

Avaliação

Silvana Santana Pazoli (SE), Ubirajara Rodrigues (SE), Aldecy Pereira (NE), Manuel Messias Moreira da Mota (NE) e Jairo Carneiro (S), Raimunda Gomes da Silva (N) e Alfonso Botera Fretel (Peru).

Finanças

Alcindo Gonçalves Cunha Júnior (SE) e Ruth Espínola Soriano (SE).

Relato Financeiro

(Valores em Reais)

Despesas	
Hospedagem	15.611,20
Passagem	27.005,57
Outras despesas	18.877,40
Despesas totais	61.494,17
Receitas	
Fundação Ford	30.000,00
Fundação para o Progresso Humano	16.000,00
Cese	6.000,00
Ceris	3.000,00
PACS (secretaria, serviços gerais, etc.)	5.800,00
Outros Financiamentos*	25.756,80
Receitas totais	86.556,80
Total Despesas	61.494,17
Total Receitas	86.556,80
Saldo Aproximado do Encontro	25.062,63

* Financiado pelos próprios participantes/entidades do Encontro.

Listagem de Participantes do Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias

Participante	Instituição	Endereço
01 - Adriana Bezerra Cardoso	CEDAC - Centro de Ação Comunitária	Rua Benjamin Constant, 108 Glória, RJ 20241-050 Tel.: 242-9693 / 222-2527 Cel.: cedac@alternex.com.br
02 - Alberi Petersen	Secretaria Desenvtº Econômico e dos Assuntos Internacionais Economia Popular Solidária (SEDAI) Governador do Estado do Rio Grande do Sul	Av. Borges de Medeiros, 1501/17º Porto Alegre, RS 90119-900 Tel.: (51) 288-1074 / 288-1075 Fax: 228-6634 Cel.: alberip@pro.via-rs.com.br
03 - Alberto Portilla Muñoz	Coop. Dos Produtores Populares e Trabalhadores Sociais - COOPOP	Rua Carlos Gomes, 180 Petrópolis, RJ 25845-000 Tel.: (24) 243-9227 / 231-2340 (telefax)
04 - Alcindo Gonçalves Cunha Junior	COOPE e FCP/RJ (Forum de Desenvolvimento do Cooperativismo Popular do Rio de Janeiro)	Rua Angelo João Brand, 1510 Independência, Petrópolis/RJ 25645-240 Tel.: (24) 242-9845 / 237-0604 (fax) Cel.: coope@serraon.com.br
05 - Aldecy Pereira	Centru-MA (Centro de Educação e Cultura do Trabalhador Rural)	Rua Brasil, 794 Nova Imperatriz, MA 65907-330 Tel.: (98) 525-3128 / 525-3142 (fax) Cel.: centru@uol.com.br ou filipe.pc@bol.com.br
06 - Alfonso Botera Fretel	GRES P Grupo Red de Economía Solidaria del Peru	Av. César Vallejo, 335 Lince, Lima, Peru Tel.: + 221-6070 (telefax) / + 458-4731 Cel.: gresp@amauta.rcp.net.pe
07 - Andréia Alves	Centro Educacional Comunitário São Paulo Apóstolo	Praça Miguel Ramos de Moura, 86 São Paulo, SP 03937-010 Tel.: (11) 6721-2318 (telefax) Cel.: cecspa@uol.com.br
08 - Antônio Alves Matias	CETRA Centro de Estudo e Assessoria ao Trabalho	Travessa Pará, 12 sala: 705 Ed. Sul América Ceará 60025-120 Tel.: (85) 231-1693 / 231-1056 Cel.: cetra1981@secrel.com.br
09 - Bruno Leonardo	Participante do Projeto GEPAM	Rua Cambará, 15 Santo André, SP 09160-000 Tel.: (11) 950-79297
10 - Célia Maria Alves	IFAS-Inst. de Formação e Assessoria Sindical	Rua 77, nº 7 Centro Goiás 74055-090 Tel.: (62) 213-3033 / 213-1682 (fax) Cel.: ifas@cultura.com.br
11 - Chillo Villarreal	Coalición Rural (COSYDDHAC)	Calle 24, nº 3007 Chihuahua Chih. 31030 México Tel.: + 5214 20-4396 Cel.: chilov@infosel.net.mx
12 - Claudir Frederico	COOLABORE Coop. Reciclagem de Lixo, RS	Rua Vicente Celestino, 165 Porto Alegre, RS 93700-000 Tel.: (51) 598-4269 / 597-1356 (fax)

Participante	Instituição	Endereço
13 - Cristina R. Gusmão	FUNDESOL-Fundação de Economia Solidária	Cel. João Correia, 889 Santo Amaro, CE 60540-260 Tel.: (85) 497-1131 / 498-4738 / 497-2162 (fax) Cel.: fundesol@secrel.com.br
14 - Cristina Schroeter Simião	ADITEPP-Associação Difusora de Treinamento e Projetos Pedagógicos	Rua Dr. Westphalen, 1373 Curitiba, Pr 80230-100 Tel.: (41) 223-3260 (telefax) Cel.: aditepp@cnb.palm.br
15 - Daniel Jaunas	Project AS	23 rue Jean Bleuzer - Vanves 92170 França Tel.: + 33 1 4648-3183 Cel.: daniel.jaunas@caposte.net
16 - Elza Maria da Silva Santos	FETAGRO-Federação dos Trabalhadores na Agricultura de Rondônia	Tel.: (69) 421-5985 (telefax)
17 - Elza Sousa Kraychete	CEADE/CESE-Centro Ecumênico de Apoio ao Desenvolvimento	Rua da Graça, 164 - Graça Salvador, BA Tel.: (71) 336-6795 Cel.: ceade@lognet.com.br
18 - Epitácio Luiz Epaminondas	Confederação dos Metalúrgicos CNM/CUT	Rua Tomaso Tomé, 69 São Paulo, SP 09571-340 Tel.: (11) 3277-6829 r.: 109, ramal: 224 (fax) Cel.: epaele@uol.com.br
19 - Euclides André Mance	IFIL-Inst. de Filosofia da Libertação	Rua Irmãs Paulinas, 5505 Bl. 03 Aptº 13 Curitiba, PR 81020-230 Tel.: (41) 247-4441 (telefax) Cel.: mance@milenio.com.br Site: www.milenio.com.br/mance
20 - Eudes Xavier	Instituto Florestan Fernandes	Rua João Cordeiro, 1534 Ceará 60110-301 Tel.: (85) 221-4450 Cel.: instflores@zipmail.com.br
21 - Francisco Flávio Silva	Coopermóveis	Rua Alfredo Wust, 645 Porto Alegre, RS 95690-000 Tel.: (51) 547-1322 (telefax)
22 - Francisco Rodrigues Soares	CETRA e APAESA	Travessa Pará, 12 sala 705 Ed. Sul América Ceará 60025-120 Cel.: cetra1981@secrel.com.br
23 - Frank Volcan	Central das Coop. Autogestionárias do Rio Grande do Sul	Rua Barão do Amazonas, 1157/01 Porto Alegre, RS Tel.: (51) 336-2249 Cel.: volcan@sgm.prefpoa.com.br
24 - Franklin Coelho	Viva Rio e UFF (Universidade Federal Fluminense)	Tel.: 717-1235 / 719-3286 (fax) Cel.: fdcoelho@alternex.com.br
25 - Gil Barreto de Carvalho	Associação Rural Artesanal Mãos Mineiras para o Eco-Desenvolvimento	Br-267 Km151 - Manejo Lima Duarte, MG 36140-000 Tel.: (32) 281-1936 (telefax) Cel.: barreto@artnet.com.br
26 - Gilda da Silva Rebelo	COOPERCOM - Coop. Central de Oportunidades de Negócios, Prestação de Serviços e Comercialização	Rua Benjamin Constant, 108 - Térreo Glória, RJ. Tel.: 233-7553 (telefax)

Participante	Instituição	Endereço
27 - Guilherme Nunes Silva	Núcleo de Estudos e Assessorias em Empreendimentos de Produtos Populares UFSC	Rod. SC 404 2025 Gr. 1/308 SC 88034-000 Tel.: (48) 334-1879 Cel.: alisboa@inbox1.ufsc.br
28 - Heloísa Helena Primavera	Rede Latinoamericana de Socioeconomia Solidaria (REDLASES)	Posadas 1120, 26° C 1011 Buenos Aires Tel.: +5411 4815-6824 Cel.: primavera@clacso.edu.ar Sítio : http://redlases.org.ar
29 - Henryane de Chaponay	CEDAL	15 Quai de Bourbon, Paris 75004 França Tel.: +33 1 4354-9344 / 4325-7759 Cel.: cedal@globenet.org
30 - Ivo Eugênio Meyer	CEPAGRI-Centro de Assessoria e Apoio aos Trabalhadores Rurais	Cx. Postal 6073 Florianópolis, SC 88036-971 Tel.: (49) 563-1947 (telefax) Cel.: cepagri@conection.com.br ou ivomeyer@th.com.br
31 - Jairo Carneiro	Escola Sul da CUT	Rua Luiz Boiteux Piazza, 4810 - Ponta das Canas Florianópolis, SC 48261-400 Tel.: (48) 261-4060
32 - Jeane Andréia Ferraz Silva	Universidade Federal do Espírito Santo Deptº de Serviço Social/CCJE	Rua Amélio Barcelos, 194 - São João Batista Cariacica, ES 29156-580 Tel.: (27) 335-2606 (telefax, trab) Cel.: jeaneffs@bol.com.br
33 - Jeferson Rebello	Fundação Vitória Amazônica Projeto FIBRARTE	Rua 11 c/242 Conj. 31 de março Manaus, AM 69077-120 Tel.: (92) 237-2237 Cel.: acai@man.sol.com.br ou jeff_am@zipmail.com.br
34 - João Joaquim de Melo Neto Segundo	Banco Palmas	Av. Val Paraíso, 698 Conj. Palmeira CE 6080-440 Tel.: (85) 269-3800 (telefax) / 261-2607 Cel.: asmoconp@br.homesopping.com.br
35 - José Ítalo B. De Albuquerque	CADTS - Centro de Aprendizagem e Desenvolvimento Técnico Social	Rua Antônio Hermon, 107 - São Mateus S. João de Meriti, RJ 25525 Tel.: (25) 756-0451 (telefax) Cel.: cadts@uol.com.br
36 - Jurema da Silva Constancio	Cooperativa Habitacional e Mista Shangri-lá	Rua Japomirim Lote, 18 c/14 Tel.: 440-5418 / 446-7418 (fax)
37 - Liliãne Gomes da Cunha	Centro de Cooperação a Atividades Populares CCAP	Rua Abraão, 4 Jacarepaguá, RJ. 22773-600 Tel.: (21) 342-4258 Cel.: lilliebe@bol.com.br ou lilianegomes@bol.com.br
38 - Luis Oscar Ramos Corrêa	UFRGS-Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Rua Lucas Oliveira, 1609/103 Rio Grande do Sul 90046-001 Tel.: (51) 316-3977 (fax) / 316-3455 / 316-3398 Cel.: lorc@prorext.ufrgs.br
39 - Luiz Antônio Pinheiro	COMSAÚDE COOPERATIVA	Rua dos Andradas, 1270 Porto Alegre, RS 91004-002 Tel.: (51) 226-0664 / 246-9496 (fax) Cel.: comsaude@ez-poa.com.br
40 - Luiz Geraldo Cervi	CESMA-Cooperativa dos Estudantes de Santa Catarina Ltda.	Rua Astrogildo de Azevedo, 68 Santa Maria, RS 97015-150 Tel.: (55) 221-9165 / 221-9165 (telefax)

Participante	Instituição	Endereço
41 - Luzia Arlete Góes Bento	Prefeitura de Santo André Assessoria dos Direitos da Mulher	Rua Osório de Almeida, 103 São Paulo, SP 09260-290 Tel.: (11) 4473-2320 / 411-0177 (fax) Cel.: saleguma4754@hotmail.com
42 - Maik Ferreira Torres	C.T.C - Centro de Trabalho e Cultura	Rua dos Coelhos, 317 Pernambuco Tel.: 222-5384 (telefax) Cel.: ctcong@elogica.com.br
43 - Manoel da Conceição Santos	Centru - Centro de Educação e Cultura do Trabalhador Rural	Rua Brasil, 749 65907-330 Nova Imperatriz - MA Tel.: (98) 525 3128 Fax: 5253142 Cel.: centru@uol.com.br
44 - Manoel Messias Moreira da Silva	Centro de Defesa da Vida Herbert de Sousa	Rua Fernando Augusto, 987 Santo Amaro, CE 50070-550 Tel.: (85) 497-1131 / 498-4738 / 497-2162 (fax) Cel.: cdvhs@secrel.com.br
45 - Marcos Arruda	PACS-Inst. Políticas Alternativas para o Cone Sul	Av. Rio Branco, 277 / 1609 Centro CEP 20.040-009 Rio de Janeiro/ RJ Telefax: (0xx21) 2210-2124 Correio Eletrônico: pacs@pacs.org.br
46 - Marcos M.A. de Albuquerque	IDACO - Inst. Desenvolvimento e Ação Comunitária	Rua Visconde de Inhaúma, 134 sala 529 Centro CEP 20091-110 Tel.: (21) 2337727/2324535 Cel.: idaco@alternex.com.br
48 - Maria Isabel dos Santos Cardoso	Comunidade Kolping de Vila Aliança	Rua Oscar Dantas, 724 - Bangú Rio de Janeiro, RJ 21840-460 Tel.: 332-6862 (telefax) Cel.: kolping.aliança@ig.com.br
49 - Maria Marcia Buss de Sousa	Oficina da Rede de escolas de Trabalhadores	Rua Evaristo da Veiga, 16/1601 Rio de Janeiro - RJ Tel.: (21) 220 4580/ 220 1616(fax) Cel.: capina@alternex.com.br
50 - Maria Ruth Freitas Takahashi	Instituto Pólis	Av. Cons. Rodrigues Alves, 539/Apt° 104 São Paulo, SP 04014-011 Tel.: (11) 5084-1172 Cel.: ftaka@terra.com.br
51 - Mário José Costa Filho	Coop. Dos Produtores Populares e Trabalhadores Sociais - COOPOP	Rua Álvaro Machado, 120 A Rio de Janeiro, RJ 25845-210 Tel.: (24) 248-0598 / 231-2340 (fax)
52 - Nelson Diehl	Associação Harmonia Ambiental - COONATURA	Rua Newton Prado, 65 Rio de Janeiro, RJ 22930-440 Tel.: 580-8504 (telefax) Cel.: coonatura@ig.com.br
53 - Noé Humberto Cazetta	Prefeitura Municipal de Santo André	Rua José M. Albuquerque, 33 São Paulo, SP 09870-520 Tel.: (11) 411-0423 / 758-3148 / 411-0421 (fax) Cel.: mcazetta@uol.com.br ou nhcazetta@santoandre.sp.gov.br
54 - Odenilson Argolo de Santana	Fundação Centro de Defesa dos Direitos Humanos Bento Rubião	Av. Beira Mar, 216/401 - Centro Rio de Janeiro, RJ Tel.: 262-3406 / 533-0837 (fax) Cel.: oargolo@bol.com.br
55 - Patrícia Vasconcelos Lima	CEPES Centro de Educação Popular Esperantinense	Rua Coronel José Fortes, 1004 Centro Piauí 64180-000 Tel.: (86) 383-1386 (telefax) Cel.: cepes@mnet.com.br

Participante	Instituição	Endereço
56 - Raimunda Gomes da Silva	CNS- Conselho Nacional dos Seringueiros e Secretaria da Mulher	Rua Duque de Caxias, 215 Tocantins 77925-000 Tel.: (63) 447-1143 (fax) Cel.: amazonia@jupiter.com.br
57 - Regina Di Ciommo		Tel.: (16) 271-7708 Cel.: diciommo@linkway.com.br
58 - Ricardo	ADS-CUT - Agência de Des. Solidário	Tel.: (11) 3272-9411 Cel.: r_cifuentes@ig.com.br
59 - Robson Patrocínio de Souza	PACS Inst. Políticas Alternativas para o Cone Sul	Av. Rio Branco, 277 / 1609 Centro CEP 20.040-009 Rio de Janeiro/ RJ Telefax: (0xx21) 2210-2124 Correio Eletrônico: pacs@pacs.org.br
60 - Rosemary Gomes	FASE Nacional	Rua das Palmeiras, 90 - Botafogo Rio de Janeiro, RJ 22270-070 Tel.: 286-1441 / 286-1209 (fax) Cel.: rgomes@fase.org.br - www.fase.org.br
61 - Ruth Espinola S. Soriano	PACS Inst. Políticas Alternativas para o Cone Sul	Av. Rio Branco, 277 / 1609 Centro CEP 20.040-009 Rio de Janeiro/ RJ Telefax: (0xx21) 2210-2124 Correio Eletrônico: pacs@pacs.org.br
62 - Sandra Quintela	PACS Inst. Políticas Alternativas para o Cone Sul	Av. Rio Branco, 277 / 1609 Centro CEP 20.040-009 Rio de Janeiro/ RJ Telefax: (0xx21) 2210-2124 Correio Eletrônico: pacs@pacs.org.br
63 - Sandra Regina Monteiro	CNPT - Centro Nacional Desenvolvimento Sustentável Popular Tradicional	Rua Rui Barbosa, 401 São Miguel de Tocantins, TO 77925-000 Tel.: (63) 447-1144 / 447-1143 (telefax) Cel.: amazonia@jupiter.com.br
64 - Sebastião Soares	Desenvolvimento e Estratégia (Escritório) e PACS	Rua do Ouvidor, 50/901 Centro Rio de Janeiro, RJ Tel.: 224-7488 Cel.: desenvolve@aternex.com.br
65 - Silvana Santana Palozzi	Incubadora de Cooperativas de Santo André	Rua das Açucenas - Bairro Parque Andreense São Paulo, SP 09400 Tel.: (11) 718-9472 Cel.: saleguma4754@hotmail.com
66 - Tania Carreiro	Cooperativa de Confecção e Costura Girassol	Av. Colatina, casa: 3 - Planalto Serrano Serra, ES 29178-960
67 - Tarcizo Farias	Horta Comunitária	Tel.: (11) 718-9544 / 718-9033 (A/C Marilza - Ad.Regional)
68 - Thânia Feijó	COOPEARGS - Coop. Prof. Educ. Est. Rio Grande do Sul	Rua Lindolfo Collor, 66 Porto Alegre, RS 91900-590 Tel.: (51) 474-6137
69 - Ubirajara Rodrigues	CCAP - Centro de Coop. Atividades Populares	Rua Agropiro, 8B - Morro da Lagartixa Costa Barros RJ CEP: 21515 560 - Telefax: 361 2703
70 - Udo Fickert	ESPLAR	Rua Princesa Isabel, 1968 Ceará 60015-061 Tel.: (85) 252-2410 / 221-1324 (fax) Cel.: esplarcp@brhs.com.br
71 - Valéria Barreto	Associação Rural Artesanal Mãos Mineiras para o Eco-Desenvolvimento	Br-267 Km151 - Manejo Lima Duarte, MG 36140-000 Tel.: (32) 281-1936 (telefax) Cel.: barretos@artnet.com.br
72 - Walmir José de Almeida	Cooperativa dos Trabalhadores do Instituto CAJAMAR - COOPERINCA	Rod. Anhanguera Km465 São Paulo, SP 07760-000 Tel.: (11) 486-9077 / 486-9082 (fax)
73 - Xico Lara	CAPINA Cooperação e Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa	Rua Evaristo da Veiga, 16/16º andar, sala 1601 - Centro Rio de Janeiro, RJ Tel.: 220-4580 Cel.: capina@aternex.com.br

Neste número da Série Semeando Socioeconomia o tema tratado é o Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias, realizado em Mendes, Rio de Janeiro, de 11 a 18 de junho de 2000. O evento contou com a participação de aproximadamente 80 pessoas, integrantes de empreendimentos econômicos solidários ou de organizações de apoio a essas iniciativas - em sua maioria provenientes de diversas regiões do Brasil, do campo e da cidade, com a participação também de alguns companheiros (as) de outros países da América Latina e da Europa.

O Encontro foi um momento muito marcante de intercâmbios humanos, em que compartilhamos não apenas reflexões sobre nossas lutas e esperanças, mas dividimos sentimentos, forças e vivências, cujas dimensões transcendem as possibilidades de sistematização desse documento. Aquele momento também marcou o nascimento da Rede Brasileira de Socioeconomia Solidária, seguido de um plano de ação e da plataforma de políticas em economia solidária que tem sido acionada e reeditada a cada evento da rede e vigora até nossos dias. O Encontro de Mendes, como também é conhecido, tornou-se um marco do movimento de economia solidária no Brasil e no mundo. Nesta publicação apenas recolhemos as elaborações dos grupos sobre temas, conceitos, estratégias, os seus resultados que foram socializados ao debate coletivo em plenárias. Os temas centrais foram: produção e consumo ético; comercialização; crédito e finanças; formação, educação e cultura; desenvolvimento sustentável; princípios de gênero; poder, estado e sociedade.



ISBN 85-89366-05-7



9 788589 366052