



CONSOLIDANDO UMA REDE DE COLABORAÇÃO SOLIDÁRIA NA BAHIA: O CASO DA REDEMOINHO

Consolidating a Solidarity Collaboration
Network in Bahia: The Case of RedeMoinho

La consolidación de una Red de Colaboración
Solidaria en Bahía: el caso de la RedeMoinho

Diogo Ferreira de Almeida Rego*
Ariadne Scalfoni Rigo**

* Mestrem Desenvolvimento e Gestão Social em Administração
pela Universidade Federal da Bahia (UFBA).
E.mail: diogofar@gmail.com

** Doutorado em Administração pela Universidade Federal da
Bahia (UFBA). Professora da Escola de Administração da UFBA e do
Programa de Pós-Graduação em Administração (NPGA).
E.mail: ariadnescaltoni@gmail.com

RESUMO

Este texto nos apresenta a história da RedeMoinho – Comércio Justo e Solidário a partir do relato de um membro dessa, carinhosamente chamada, Rede. Ele começa abordando o seu surgimento e segue narrando a sua trajetória e estratégias construídas ao longo de sua trajetória. Por fim, trata sobre suas conquistas e desafios.

Palavras-chave: Redes de colaboração solidária.

Comércio justo e solidário. Empreendimentos econômicos solidários.

ABSTRACT

The text present the history of the RedeMoinho – Comércio Justo e Solidário from the account of a member of it, affectionately called, Rede. He begins by addressing its inception and

continues narrating his trajectory and strategies built along its path. Finally, comes on their achievements and challenges.

Keywords: Solidarity collaborative networks. Fair trade. Solidary economic enterprises.

RESUMEN

En este trabajo se apresenta la historia de la RedeMoinho – Comércio Justo e Solidário hecho por un miembro del mismo, cariñosamente llamada, Rede. El empeza abordando sus inicios y sigue narrando su trayectoria y estrategias construido a lo largo de su trayectoria. Por ultimo, viene sus logros e desafios.

Palabras clave: Redes de colaboración solidaria. Comercio justo e solidario. Empreendimientos econômicos solidarios.

1. O COMEÇO DA REDE

O sonho da RedeMoinho começou na Bahia, mais precisamente em Salvador, a partir da iniciativa para a criação de um grupo de consumo que faria uma relação direta com os produtores da agricultura familiar e economia solidária. A proposta foi alimentada pelo desejo das pessoas praticarem o consumo responsável sem terem que pagar um preço absurdo por isso nos poucos lugares existentes na capital baiana (nenhum com a bandeira do consumo responsável até então) e aproveitando o forte caráter produtivo que a Bahia tem no interior do Estado com muitos produtos de qualidade e com uma variedade impressionante.

A ideia surgiu a partir da parceria de troca de serviços no ano de 2007 entre o BanSol – Associação de Fomento à Economia Solidária, que atuava na assessoria a empreendimentos de economia solidária, com a Colivre – Cooperativa de Tecnologias Livres, que trabalha com a construção

de softwares em plataformas livres. Nela a Colivre prestava assistência técnica aos computadores do BanSol, em troca a Colivre demandou ao BanSol que este organizasse um processo de compras coletivas entre os membros das duas organizações. Com o passar do tempo esta proposta não conseguia sair do papel pois a dedicação para organizar um processo como este exigiria bastante tempo, estrutura e um certo montante de recurso. Então, em janeiro de 2008, foi fomentada a criação de uma cooperativa de consumo para dar sustentação a este processo de compras coletivas. Entretanto, a equipe inicial da “cooperativa” somente se formou em abril desse mesmo ano e as primeiras compras foram feitas em novembro de 2008. Após 6 meses a sua primeira feira houve a adesão de novas pessoas para a organização desse grupo de consumo. A partir de então passamos a fazer feiras semanais. Esse foi um momento importante para a Rede, de muitos acertos e desacertos. Passamos por problemas de desabastecimento dos produtos, em especial os hortifrutis, mas conseguimos superar as dificuldades.

1.1. A transformação para uma rede

Durante o processo percebemos que somente trabalhar sendo um grupo estritamente de consumo limitava a nossa atuação e desejo. E porquê isso? Primeiro entendemos que os grupos tem necessidades e limitações anteriores a fase de comercialização de seus produtos. Além disso nossa proposta é atender pessoas que não são cooperadas apenas. Por fim, na economia solidária partimos do pressuposto que todas as pessoas são produtoras e consumidoras, os chamados prosumidores. Sendo assim o antigo grupo de consumo virou a RedeMoinho – Comércio Justo e Solidário, virando um grupo de serviços na área do Comércio Justo e Economia Solidária, tendo na produção e consumo de produtos da agricultura familiar, agroecológicos e da Economia Solidária seu principal objetivo.

Atuamos em duas frentes, uma com o produtor, buscando ampliar a sua venda e dando o suporte necessário para a comercialização, e também aproximando ele da realidade de consumo das pessoas da Região Metropolitana de Salvador. A outra frente é com o consumidor, buscando produtos que este tenha interesse com um preço justo e de qualidade.

Mas por que esse nome? O nome RedeMoinho por si só é um símbolo que representa bem os nossos ideais, pois remete à natureza transformadora. Assim como a rede representa a relação entre os seres humanos, o moinho nos remete ao trabalho e a produção. E esse é o conceito base desse grupo (rede + moinho = redemoinho) que nasceu do sonho de se criar uma estrutura de comércio diferente, integrando a produção e o consumo com base numa relação de confiança, transparência e parceria, com base nos princípios da economia solidária, do comércio justo e do consumo responsável.

Em março de 2010 houve a primeira reunião da RedeMoinho enquanto uma Rede, com os produtores já parceiros na época onde foi explicada a mudança de rumo do grupo e convidando-os para fazerem parte desse novo momento. Três meses depois houve outra reunião, mas dessa vez tendo as pessoas, tanto da zona rural como urbana, produzindo e consumindo dentro dos princípios do comércio justo e solidário, como associados. Os produtores eram todos do Estado da Bahia, de diversas regiões, boa parte já participavam de espaços comuns de articulação, já eram fornecedores da Rede e produziam sobretudo alimentos. Estavam organizados ainda em grupos, de diferentes tamanhos, mas que tinham diretrizes políticas comuns.

Vale salientar que também nos identificamos enquanto cooperativa, mesmo não sendo legalizada ainda enquanto tal, pois entendemos que é o formato jurídico ideal para as ações que a Rede quer realizar e por também estarmos de acordo com os princípios do cooperativismo. Nesse

mesmo período, pela primeira vez a Rede passou a ter pessoas trabalhando exclusivamente nela.

No final de 2010 e começo de 2011 passamos momentos difíceis. Ocorreram duas mudanças de sede em apenas 6 meses e ainda fomos roubados. Além disso, as vendas da Rede estavam caindo assustadoramente pelo difícil acesso aos locais das sedes. As coisas precisavam ser repensadas e assim foram. Na reunião de planejamento da Rede em janeiro de 2011 foi decidido que iríamos suspender as feiras de sábado e focar na abertura de uma loja virtual.

1.2. O salto qualitativo

Entre março e maio a Rede passou por uma reformulação, foi repensada e se aperfeiçoou para melhor atender seus associados, parceiros e consumidores. Com isso em maio de 2011 foi inaugurado o nosso site (www.redemoinho.coop.br) com um espaço para pedidos. A partir desse momento passamos a pedir os hortifrutis com base em pedidos anteriormente feitos no site, evitando com isso desperdícios.

Houve de imediato um aumento nos pedidos e estimulou que novas pessoas se aproximassem da rede, o que serviu de estímulo para a consolidação dessa ligação direta entre produtores e consumidores e para a melhoria na qualidade dos produtos a partir dos “feedbacks” recebidos. Também nesse período começamos a fazer parte da Rede de Coletivos de Consumo Responsável, criada em agosto, da Plataforma Faces do Brasil e da Coordenação Executiva do Fórum Brasileiro de Economia Solidária.

Atualmente a RedeMoinho está num processo de melhorar os seus serviços, aperfeiçoar o processo produtivo existente nos grupos, ampliar a diversidade de produtos, aperfeiçoar o site, criação dos núcleos de consumo e realização de feiras itinerantes.

2. OBJETIVO DA REDE

A Cooperativa tem como principal objetivo a criação de uma Rede de Colaboração Solidária (RCS) visando a promoção econômica e social por meio de ajuda mútua, libertando os produtores e consumidores do comércio intermediarista, através da comercialização e beneficiamento de produtos oriundos de uma produção socialmente justa, ambientalmente sustentável e biologicamente saudável, tendo em vista a melhoria de qualidade e preço dos mesmos ou facilidades no seu abastecimento.

A cooperativa segue os princípios da economia solidária, comércio justo, agricultura familiar e agroecologia. Para isso, fomentamos internamente na rede a colaboração entre os cooperados, cidadãos que produzem e consomem, tendo o consumo responsável como um ato político e consciente de mudança social e de fortalecimento mútuo para a transformação e melhoria da qualidade de vida das pessoas e as comunidades onde elas estão inseridas.

3. JUSTIFICATIVA PARA CRIAÇÃO DA REDEMOINHO

Um dos grandes desafios para os produtores da agricultura familiar e economia solidária é a comercialização. Em ambos os casos há uma dependência muito forte do atravessador.

A Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES, em conjunto com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária – FBES realizaram um mapeamento da Economia Solidária que se iniciou em 2006 e está em andamento ainda hoje. Foram registrados mais de 1660 grupos produtivos que trabalham sob essa lógica no Estado da Bahia, em números absolutos perde apenas para São Paulo, Rio Grande do Sul e Ceará. Considerando a importância da Economia Solidária para geração

de trabalho e renda, os números se mostram bastantes significativos para o desenvolvimento do estado. Cerca de 65% desses grupos trabalham na zona rural. Se por um lado os números refletem uma oferta bastante extensa de produtos, por outro, a dificuldade de comercialização desses mostra uma realidade bastante árdua. Desses grupos cerca de 70% remuneram em menos de um salário mínimo seus trabalhadores e 65% deles apontam a comercialização como a principal dificuldade a ser superada.

Diante dessa situação, os produtores ficam obrigados a venderem para os atravessadores, o que os tornam vulneráveis, seja pelo pagamento muito aquém do preço adequado, ou ainda pela descaracterização dos seus produtos. No intuito de articular a produção e consumo, surge a ideia da construção dessa cooperativa para a comercialização desses produtos, atenuando os prejuízos causados pela ação dos atravessadores e levando ao desenvolvimento do segmento.

Em relação à agricultura familiar, de acordo com o IBGE (2009), os Agricultores Familiares (AF) representam 87% do total de estabelecimentos rurais baianos e ocupam 34% da área total e representam 76% da População Economicamente Ativa Rural do Estado e são responsáveis pela produção de 77% do nosso alimento. Recebem, no entanto, cerca de 25% do financiamento destinado a agricultura. A Bahia possui o maior número de agricultores familiares do Brasil, ou seja, 15% dos agricultores familiares brasileiros estão na Bahia.

Porém nem sempre esses números em nossos Estados se refletem em uma condição digna para esses produtores e produtoras rurais, pois ainda segundo o IBGE (2009) 46% são pobres (renda per capita < R\$ 140,00/mês) e 18% são extremamente pobres (renda per capita < R\$ 70,00/mês). Enquanto que no restante do Brasil o Rendimento Médio da AF (R\$/ha/ano) chega a R\$ 1.462,00, na Bahia são de apenas R\$ 375,00. Mesmo assim todos esses números da Agricultura Familiar na Bahia são maiores que o da agricultura

não familiar.

Mesmo com números que demonstram a importância da AF para a soberania alimentar na Bahia e no Brasil, percebe-se que essas pessoas se encontram em situação de fragilidade econômica e dependem das políticas direcionadas a esse setor, um desses resultados mais visíveis atualmente é a alta no preço dos alimentos brasileiros.

Essa situação é dramática, mas não irreversível, pois ultimamente surge a nível global e também no Brasil a consciência dos consumidores. Segundo o Instituto Akatu (2006), cerca de 30% dos consumidores brasileiros tem uma tendência a consumir de forma consciente, ou seja, se preocupando com o ato de consumir em três etapas: compra (escolha), uso e descarte. Desse número, 20% já praticam o consumo consciente em seu cotidiano. Esses consumidores atualmente estão desorganizados e sem uma referência para praticarem suas compras baseados nesses princípios.

Essas pessoas em geral têm uma média de idade que não envolve a terceira idade, pois essa prática de consumo responsável é recente (CENTRO VIRTUAL DE COMÉRCIO JUSTO, 2007). Esse público tem uma postura de vida não materialista, escolhem profissões de maior retorno intelectual que financeiro, e por isso sua relação de consumo não é financeira. Eles também têm uma forte percepção do impacto do meio ambiente sobre a própria saúde (SEBRAE, 2004; AKATU, 2006).

4. FILOSOFIA DE AÇÃO DA REDE

Abaixo, veremos a filosofia geral que guiam as ações da Rede Moinho, além da metodologia de atuação da própria rede com/entre os seus associados. A Rede parte do princípio das Redes de Colaboração Solidária (RCS). Considerando o seu aspecto econômico, trata-se de uma estratégia

para conectar empreendimentos solidários de produção, comercialização, financiamento, consumidores e outras organizações populares (associações, sindicatos, ONGs, etc.) em um movimento de realimentação e crescimento conjunto, autossustentável, antagônico ao capitalismo (MANCE, 2000).

As RCS são uma forma de organização de pessoas e grupos que buscam gerar alternativas de autossustentação comprometida com a transformação estrutural da sociedade, conectando seus anseios políticos e suas ações de produção e consumo em uma ampla rede de colaboração solidária. A proposta é que grupos que comunguem dos mesmos valores possam se juntar e criar um mercado alternativo, com a circulação de informação/conhecimento, valor e produtos, gerando consigo trabalho e renda aos participantes, além de promover uma articulação política dos mesmos (MANCE, 2000).

Quando uma RCS é organizada, ela passa a atender demandas imediatas da população por trabalho, melhoria no consumo, educação, reafirmação da dignidade humana das pessoas e do seu direito ao bem-viver, ao mesmo tempo em que combate as estruturas capitalistas de exploração e dominação responsáveis pela pobreza e exclusão, e começa a implantar um novo modo de produzir, consumir e conviver em que a solidariedade está no cerne da vida (MANCE, 2000).

As Redes de Colaboração Solidária, portanto: a) permitem aglutinar diversos atores sociais em um movimento social orgânico com forte potencial transformador; b) atendem demandas imediatas desses atores por emprego de sua força de trabalho e por satisfação de suas demandas por consumo, entre outras; c) negam estruturas capitalistas de exploração do trabalho, de expropriação no consumo e de dominação política e cultural, e d) passam a implementar uma nova forma pós-capitalista de produzir e consumir, de organizar a vida coletiva afirmando o direito à diferença e à singularidade de cada pessoa, promovendo

solidariamente as liberdades públicas e privadas eticamente exercidas (MANCE, 2000).

Segundo Mance (2003), quatro são os critérios básicos de participação na rede: a) que nos empreendimentos não haja qualquer tipo de exploração do trabalho, opressão política ou dominação cultural; b) busque-se preservar o equilíbrio ecológico dos ecossistemas (respeitando-se todavia a transição de empreendimentos que ainda não sejam ecologicamente sustentáveis); c) compartilhar significativas parcelas do excedente para a expansão da própria rede; d) autodeterminação dos fins e autogestão dos meios, em espírito de cooperação e colaboração. Entendemos que assim como há a transição para a agroecologia e para a economia solidária, também estamos num processo de consolidação da Rede com todos os princípios que almejamos, ou seja, alguns dos itens acima não estão plenamente consolidados dentro da RedeMoinho.

4.1. A realidade do cotidiano

A realidade da cooperativa, ou seja, o seu dia a dia, mudou bastante desde a sua primeira reunião, que ocorria na sala das casas dos fundadores e fundadoras. Atualmente estamos sediados no Bairro do Santo Antônio, em Salvador. Temos como desafio envolver mais as pessoas do bairro na dinâmica da Rede, além de darmos nossa parcela de contribuição para transformar esse território na mesma medida em que somos transformados. Para as pessoas fazerem parte da Rede há um estímulo para que tanto os que consomem e produzem na Rede se envolvam e fomentem essa relação direta entre todos, fazendo com que as realidades urbana e rural dialoguem.

Alguns incentivos são dados aos associados da Rede para que ela atinja seus objetivos. Para todos que consomem na Rede, por exemplo, após um ano de compras o(a) consumidor(a) associado(a) tem direito a um bônus em novas compras de 10% do valor total consumido na Rede

no período. No final de 2011 se deliberou em reunião geral que cada pessoa para se configurar enquanto associado deveria:

1- consumir ou fornecer, ao menos, R\$ 360,00 no ano, participar das atividades e dedicar voluntariamente uma parte de seu trabalho na Rede, e;

2- Estar de acordo com os princípios do comércio justo e solidário e da agroecologia.

Para os grupos produtivos há a diluição dos custos operacionais ligados a comercialização, principalmente, para acesso a mercados e promoção dos seus produtos em Salvador, pois a Rede sempre participa de feiras e eventos, além da constante busca por apoios e projetos para investir no processo produtivo e nos produtos dos associados. Nesse ponto tentamos investir no aumento da diversidade de produtos e maior qualificação dos próprios produtos, comprando equipamentos e investindo em embalagens que comuniquem melhor o produto e consiga condicioná-lo de forma mais adequada. A parceria com uma empresa de design nesse sentido é fundamental também para a construção de materiais de (in) formação e sensibilização para os consumidores.

Outra iniciativa da Rede, que partiu dos grupos produtivos, é a adoção de um Fundo Rotativo Solidário (FRS). O FRS é uma metodologia de apoio financeiro às atividades produtivas de caráter associativo mediante compromissos devolutivos voluntários, considerando formas flexíveis de retorno monetário ou de equivalência por produtos ou serviços, ou ainda, sem retorno, dirigidos para o atendimento de comunidades ou grupos associativos produtivos que adotam princípios de gestão compartilhada e convivência solidária. Na RedeMoinho com a captação de recurso em projetos tanto com organizações da sociedade civil como através das políticas públicas, foi encaminhado que todo o recurso disponível e executado para equipamentos deveria ser

devolvido em produtos ou dinheiro para um fundo coletivo para ser reinvestido em equipamentos para outros grupos da rede. O prazo para devolução é de até quatro anos tendo um juro básico apenas para repor a inflação do período. Esta é uma importante iniciativa para nos tornarmos independentes com relação ao investimento para a melhoria e aumento da diversidade dos próprios produtos.

Para intensificar a interação entre os associados fazemos intercâmbios sempre que possível. Esse é um dos principais espaços de formação da Rede. A estrutura destes intercâmbios pode variar de acordo com cada contexto. Alguns grupos da Rede fazem atividades festivas de divulgação de seus produtos e de suas cadeias produtivas periodicamente como as festas e festivais do umbu, licuri e da cachaça, por exemplo. Sempre que possível fazemos reuniões e atividades da Rede nesses eventos.

A forma como é construído o preço também fortalece as relações entre os membros. O desafio constante é adotarmos um preço justo ao mesmo tempo em que buscamos tornar a cooperativa viável economicamente, mesmo assim a precificação dos produtos da Rede sofreu poucas variações com o tempo. Há ainda um desafio a mais na Rede, se considerarmos a realidade dos demais grupos de consumo responsáveis no Brasil. A RedeMoinho tem que arcar com despesas fixas como aluguel, água, luz, internet e mão de obra. No começo adotávamos uma taxa única de 30% para todos os produtos, mas com o tempo os custos da cooperativa aumentaram devido a proposta de crescimento da mesma, com o aumento nos custos operacionais (ligações, comunicação) e necessidade de pessoas trabalhando em sua estrutura, com isso a taxa média cobrada “em cima” dos produtos é de 50% atualmente. Essa porcentagem incide em cima do valor do produto e é adicionado ao preço final eventuais custos decorrente do transporte desse produto, ou seja, os produtos tem a seguinte composição de preço: preço de compra (pago ao produtor) * taxa da

cooperativa (50%) + mais custos operacionais do produto (transporte principalmente) = valor de venda. Mesmo com esse aumento a maior parte dos produtos da cooperativa se mantém com um preço abaixo de mercado (principalmente nos produtos orgânicos).

É importante ressaltar que há uma avaliação permanente dos preços praticados pelos produtores na tentativa de adoção de um preço justo para quem consome e para quem produz o produto. Por falta de uma equipe técnica a adoção do preço justo tem sua limitação, pois não conseguimos fazer um estudo detalhado e formativo com o produtor para construir de forma mais objetiva essa precificação. Alguns produtos que estão com um preço muito acima do preço praticado pelo mercado procuramos junto ao produtor entender a composição do preço para a partir daí diminuir ou repassar os motivos do aparente alto preço ao consumidor. A negociação é feita na base do diálogo e o preço final é construído conjuntamente. As condições de pagamento são negociadas da mesma forma, como a cooperativa não possui capital de giro, então vemos quais produtores tem condições de receberem seu pagamento à vista (que seria o ideal) e qual tem condição de receber a prazo. É importante destacar que as compras à prazo são mais viáveis para se pedir em grande quantidade, barateando assim os custos de transporte.

A divulgação da RedeMoinho é feita basicamente por e-mail, inclusive a divulgação da distribuição dos produtos. Sabemos da limitação desse meio de comunicação, mas é a forma que tem um melhor custo benefício e pode ser feito sem disponibilizar uma pessoa para tratar exclusivamente dessa área. O site tem papel central na estruturação da comunicação da Rede, concentrando lá informações sobre os produtos, produtores, como entrar na rede, como chegar em nossa sede, notícias, dentre outras questões que consideramos importantes. As pessoas devem fazer o pedido antecipadamente no site para assegurar os seus produtos que são entregues

semanalmente aos sábados. As pessoas podem pegar os seus produtos na sede ou recebê-los em casa mediante a cobrança de uma taxa de entrega. Estamos em um processo de estímulo a retirada dos produtos na própria sede, principalmente para os moradores do bairro. Estamos investindo, no momento, na criação dos núcleos de consumo. Os núcleos são grupos de pessoas que residem ou trabalham próximos e podem fazer pedidos conjuntos.

Por fim, a RedeMoinho procura sempre participar dos espaços do que podemos chamar de “construção política”. Consideramos que somente a articulação em rede com outros grupos possibilitará alguma mudança sistêmica na estrutura dessa sociedade. Atualmente participamos do Fórum Baiano de Economia Solidária, da Articulação Baiana de Agroecologia, do Faces do Brasil, dos Conselhos Estaduais de Seguranças e Soberania Alimentar (CONSEA) e de Economia Solidária (CEES). Além disso, fazemos parte de uma articulação de uma Rede Nacional de Grupos de Consumo Responsável e de Comercialização Solidária (Rede ComSol).

5. A GESTÃO DA REDEMOINHO

A busca na RedeMoinho pela autogestão é constante, portanto buscamos a transparência em nossas ações para que democraticamente os membros fiscalizem e contribuam em suas ações. Cada pessoa que se relacione na rede tem direitos iguais de voz e voto em suas decisões.

Temos na Rede uma equipe que faz a gestão cotidiana da Rede. Há um esforço cotidiano para que essas pessoas sejam remuneradas, e seu tamanho depende do contexto de momento que permita esta remuneração. Para isso a Cooperativa busca projetos tanto para atuar com os produtores no aperfeiçoamento e diversificação dos seus processos produtivos, além disso estes projetos ajudam a manter uma equipe maior e multidisciplinar para operacionalizar as ações da

RedeMoinho.

Atualmente a rede tem uma “coordenação” colegiada que damos o nome de Secretaria. Há ainda um comitê gestor do Fundo Rotativo Solidário.

A proposta é que num curto prazo todos os cooperados que dedicarem suas horas para a cooperativa terão essas horas computadas num banco de horas, que será trocado por produtos e/ou serviços dentro da própria rede, mas isto ainda é uma construção.

A Rede, historicamente, se divide nas seguintes atividades:

- Administrativo/ financeiro: gere os recursos financeiros, inclusive planejando investimentos, avalia e efetua o pagamento.

- Relação com o produtor: contacta os produtores, faz pedidos, prospecta novos fornecedores, mapeia a necessidade desses grupos, estrutura a logística de recebimento dos produtos, condicionamento dos produtos, controle de estoque.

- Relação com o consumidor: recebe pedidos, prospecção de novos consumidores, organização das feiras semanais, entrega dos pedidos.

- Comunicação: responsável pela comunicação interna e externa da Rede.

Na prática, muitas vezes essas ações são executadas por todos da secretaria executiva e conta com o apoio pontual de alguns voluntários e cooperados, embora haja a divisão de responsabilidades por áreas, ou seja, quanto menor a equipe menos essa divisão acontece na prática.

6. DESAFIOS

6.1. A autogestão na Rede

Caminhamos um passo por vez rumo à autogestão, mas essa jornada é bastante

desafiadora. Tornar as decisões da Rede as mais coletivas possíveis nos espaços de construções políticas e nas suas questões operacionais é um enorme desafio. Devido a dificuldade de comunicação e mesmo a não realização de reuniões dentro de uma periodicidade, a construção coletiva de determinadas decisões não se viabiliza. E isso põe em xeque a própria autogestão da Rede.

Uma constatação na Rede foi com relação ao voluntariado. Percebemos que apenas com o voluntariado não conseguiríamos realizar todas as atividades cotidianas necessárias ao seu funcionamento da Rede, por isso se optou por mesclar o trabalho voluntário com o trabalho remunerado, assim como na constituição de uma secretaria executiva, o que ajudou no aumento dos seus custos.

Há ainda um desafio maior no campo da autogestão. Com a “profissionalização” da secretaria executiva, os membros se desobrigaram em fazer parte de atividades operacionais da Rede. Com isso perde-se o protagonismo dos associados nas atividades cotidianas da Rede, passando pelo risco de centralização excessiva das ações e decisões, podendo fortalecer entre os membros e outras pessoas externas uma relação clientelista e meramente de compra e venda de produtos, e não de construção de uma outra lógica de organização. Esse é um desafio constante: a busca por um caminho onde não percamos o princípio da autogestão, dentro de um contexto onde a participação voluntária tem seus limites e uma dedicação de tempo mínima da rede é necessária.

6.2. Em busca da sua sustentabilidade financeira

Outro desafio bastante importante se refere a sustentabilidade financeira e ponto de equilíbrio da Rede. Como já destacado no texto dependemos de algumas políticas públicas para investimos na rede e termos uma equipe de

trabalho consolidada. Embora já tenhamos dado passos em direção ao fortalecimento de uma maior autonomia da Rede com relação a esses subsídios, como a adoção do FRS e incentivo para a ampliação do consumo na Rede, muita coisa ainda precisa ser feita, principalmente com relação ao aumento nas receitas da Rede a partir da produção, comercialização e consumo dos seus membros.

Vale salientar que esse debate sobre o subsídio do Estado é amplo, e entendemos que todas as grandes empresas recebem apoios públicos, sejam em isenções de impostos ou de apoio em infraestrutura. Por isso consideramos que é um dever do Estado direcionar políticas públicas para os empreendimentos de economia solidária.

7. ALGUMAS CONQUISTAS

Abaixo destacamos apenas alguns resultados que consideramos mais expressivos nessa nossa curta história:

- Realização permanente da distribuição dos produtos, que é o principal espaço de interação da RedeMoinho com o público em geral. Como chamamos, as feiras, hoje contam com uma dinâmica própria, tendo consumidores fixos. Espaços como estes são uma vitória, pois há muito poucos na capital baiana. Aos poucos a sede da Rede começa a dialogar com os moradores do Bairro do Santo Antônio e redondezas;

- Criação e consolidação, na Bahia, de uma rede de produção, comercialização e consumo de produtos com base na agricultura orgânica, familiar, na Economia Solidária e agroecológica. Tanto produtores já estruturados que inclusive exportam (pois para eles é mais fácil exportar do que vender para o mercado interno) como pequenos produtores que não comercializavam seus produtos para além de sua região hoje conseguem expor seus produtos na RedeMoinho e consequentemente, em Salvador. E os

consumidores que antes não tinham espaços para o consumo desses produtos tem um espaço onde todo o processo é transparente e feito de forma dialogada;

- Aproximação de produtores e consumidores. Não é incomum terem produtores nas feiras ou até em outros espaços em que a Rede participa. Isto propicia a aproximação com os consumidores, para que eles possam entender melhor sobre o produto e o produtor, assim como o produtor pode aprender com a opinião, críticas e sugestões de quem consome o seu produto;

- Consolidação de um processo de integração logística entre os produtores e consumidores. Em geral, não há estudos e nem sistematizações acerca do transporte de pequenas quantidades de cidades pequenas para importantes polos consumidores. A RedeMoinho já conseguiu estabelecer parcerias e estruturar uma práxis que contempla o transporte de pequenas quantidades através, por exemplo, das caronas solidárias, das compras coletivas com outras organizações e estímulo a melhoria da embalagem dos produtos para que eles possam ter mais durabilidade e assim possamos comprar em maior quantidade. O desafio agora é integrar os transportes entre seus associados, ou seja, aproveitar rotas comuns e compartilhar a entrega dos produtos, além de aproveitar a abertura de outros espaços de comercialização no Estado e fazer a entrega coletiva de produtos. A Rede pretende expandir sua ação para outras cidades, tendo pontos de divulgação e comercialização de seus produtos em outros territórios além da Região Metropolitana.

Uma experiência como a da RedeMoinho, embora seja nova com relação ao seu tempo de fundação, já é bastante intensa, principalmente, no contexto que ela foi criada, onde há produtores e consumidores interessados na constituição dessa rede. Sabemos que, devido ao pequeno número de pedidos, boa parte da renda desses grupos não provem ainda das vendas oriundas da RedeMoinho, porém a meta é que cada vez mais possamos

fortalecer essa rede produzindo, comercializando e consumindo os produtos provenientes dela.

8. CONCLUSÃO

Por fim, a experiência da RedeMoinho nos mostra que é praticamente inviável consumirmos e produzirmos com base nos princípios da agroecologia e da economia solidária de forma isolada, é preciso nos articularmos em rede. Cada vez mais temos a certeza que uma estratégia de emancipação econômica e política desse sistema hegemônico somente são possíveis através do trabalho coletivo e da articulação dos diversos atores do processo produtivo.

Enfim, mostramos todos os dias que outro comércio existe e outra economia acontece.

9. REFERÊNCIAS

AKATU, Instituto. Pesquisa nº. 7 - **2006: como e por que os brasileiros praticam o consumo consciente?**. Disponível em <[http:// www. empresaresponsavel.com](http://www.empresaresponsavel.com)>. Acessado em 20 de julho de 2012

CENTRO VIRTUAL DE COMÉRCIO JUSTO. **Apertura de una Tienda de Comercio Justo:: Aspectos y pasos fundamentales**. Disponível em: <[http:// comerciojusto.eurosur.org/guias_ creartiendas. htm](http://comerciojusto.eurosur.org/guias_creartiendas.htm)>. Acesso em: 10 maio 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo agropecuário – 2006**. Rio de Janeiro, 2009

MANCE, Euclides André. **A Revolução das Redes - A Colaboração Solidária como uma Alternativa Pós-Capitalista à Globalização Atual**. Editora Vozes, Petrópolis, 2000

MANCE, Euclides A. **Redes de Colaboração Solidária**. Petrópolis, Vozes, 2002

MANCÉ, Euclides. **Palavras sobre a economia solidária no Brasil**. Mídia da Paz, maio 2003. Disponível em:< <http://www.midiadapaz.org/entrevistas/solidaria.htm>>. Acesso em: 06.jun. 2003

SENAES. **Ministério do Trabalho e Emprego - Mte**. Sistema nacional de informações de economia solidária –sies – disponibiliza nova base de dados: Divulgação do dados do SIES 2013. 2013. Boletim Senaes Acontece - Edição Especial. Disponível em: <[http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3D183F81013D274F4D3F6E19/Acontece SENAES 2012 - n31.ed.especial.pdf](http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3D183F81013D274F4D3F6E19/Acontece%20SENAES%202012%20-%20n31.ed.especial.pdf)>. Acesso em: 27 dez. 2013.

Este processo está sendo debatido agora e podem mudar algumas dessas condições aqui citadas.