

Produção, comercialização e consumo solidários

Texto publicado no Caderno de aprofundamento aos debates, Rumo à IV Plenária Nacional de Economia Solidária.

Uma publicação do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES)

Elaboração: João José Correa, Sebastiana Almire de Jesus e Valdener Miranda

Contribuição: Daniel Tygel e Fabíola Zerbini

Data: Novembro de 2007

1. Algumas reflexões

Falar em Produção, Comercialização e Consumo é tratar de um aspecto essencial da economia solidária. Por isso, mesmo sendo um assunto complexo e diversificado, deve ser o nosso debate prioritário neste período de IV Plenária. Há necessidade de traçarmos estratégias no sentido de chamar a atenção para a questão que é crucial para os empreendimentos solidários. Para isto, basta observar nos documentos internos, de nossos encontros e reuniões, quantas vezes este tema foi abordado (veja Banco de deliberações do movimento de Economia Solidária rumo à IV Plenária Nacional, na página internet do FBES).

O movimento já acumulou muitas propostas e reivindicações, porém muita coisa já vem acontecendo, neste país afora: a cadeia do algodão, da semente, do mel e muitas outras, as feiras, os espaços fixos e centrais de comercialização, os clubes de troca. Estes são alguns exemplos do que temos construído.

Temos muito acúmulo de experiências que precisam ser sistematizadas e socializadas para todos e todas, para que, possam, por um lado, ser adaptadas e replicadas dentro do movimento e, por outro lado, virar políticas públicas, criar referenciais, padrões e indicadores. É papel fundamental para a academia e as entidades de apoio e assessoria avançar nesta sistematização: as experiências de tantas redes de produção, comercialização e consumo, experiências de feiras permanentes, itinerantes e pontuais, experiências de articulação com consumidores, experiências de governos populares e democráticos, etc.

Alguns critérios a serem observados na produção, comercialização e consumo:

Igualdade de gênero

Gestão democrática e participativa

Condições de trabalho adequadas

Práticas ambientais sustentáveis

Respeito e valorização do produtor

Pagamento do preço justo e prêmio social

Manutenção de uma relação comercial duradoura

Não praticar a consignação

Pré-financiamento da produção quando solicitado

Garantir informação ao consumidor

Consumo solidário: capacidade e organização das pessoas ou instituição pública ou privada, escolher serviços e produtos que contribuam, de forma ética, para a melhoria de vida de cada um, da sociedade, e do ambiente.

1.1. Produção

O **processo produtivo** representa o núcleo gerador de riqueza, agregador de valores, por meio da transformação de matérias-primas em produtos. Para a economia solidária, ao contrário da concepção taylorista-fordista³, não se pode olhar de forma compartimentada. Há necessidade de se dar conta do fluxo produtivo, em que está inserido e saber de toda a cadeia produtiva e que conseqüências traz para a sociedade, para a saúde e para o meio ambiente. Dentro desta concepção mais abrangente, a qualidade não se limita ao produto, mas envolve todo o processo econômico.

1.2. Organização da produção

Quanto ao **escoamento dos produtos** e à logística, no mercado capitalista a esmagadora maioria da produção agrícola é vendida para pequenos e médios atravessadores que revendem para grandes atacadistas. Normalmente, o produto é beneficiado, embalado e vendido para todo o Brasil. Muitas vezes, como um bumerangue, o produto volta para ser comercializado no mesmo local onde foi produzido. É importante pensarmos que, inicialmente, o melhor mercado para a economia solidária é o mercado local ou no máximo o mercado regional, principalmente, para os produtos alimentícios.

1.3. Comercialização

Para garantir a **comercialização**, é necessário pensar em um sistema de distribuição e infra-estrutura eficientes. Um sistema integrado que permita alcançar os consumidores diretamente. Daí a importância de pensar a comercialização nos territórios, fortalecendo as redes, cadeias, feiras locais, etc. Não podemos esquecer a questão do abastecimento local. Ou seja, necessariamente incidir na política pública local (vários municípios). Desta forma, o fortalecimento das políticas públicas e dos mercados públicos como espaços de comercialização de todos os produtos existentes no território, é fundamental.

A feira tem um significado para a identidade cultural. É um espaço de trocas, intercâmbios e articulações com todos/as os/as habitantes. É, portanto, o espaço de relação direta entre produtores e consumidores. Precisamos de uma política pública que garanta condições dignas de comercialização para a economia solidária. Ou seja, devemos disputar desde o território o lugar da economia solidária.

³ A concepção taylorista-fordista caracteriza-se pela produção em massa e em série de mercadorias padronizadas, aspectos que demandavam das/os trabalhadoras/os capacidades cognitivas relacionadas à memorização de conhecimentos e repetição de procedimentos numa determinada seqüência; além da uniformização de respostas, a separação entre tempos de aprender e tempos de repetir procedimentos práticos. Quanto à dimensão ideológica das relações de produção, há controle mediante a fiscalização externa, através da presença de inspetores, gerentes, supervisores, presentes no interior do espaço produtivo.

No que tange a alimentação, sabemos da necessidade de garantir nos locais o consumo de produtos regionais, assim como temos que fomentar a diversidade e cultura de cada região. Resgatar a produção agrícola histórica e esquecida, ou mesmo abafada pelas monoculturas e uniformização dos produtos de consumo ("macdonaldização"). Outros produtos utilitários, artesanatos, roupas e tantos outros, o mercado local também pode ser uma das prioridades. Em muitos casos é mais aconselhável vender para fora, uma vez que o mercado local pode estar saturado, ou ainda, no caso do artesanato, noutros locais é novidade. Principalmente no artesanato, é preciso pensar e discutir com os grupos envolvidos formas de alavancar e buscar novas tecnologia, para inclusive fugirmos do estigma de que "só tem pano de prato".

1.4. Consumo

Falando da comercialização não podemos deixar de falar do **Consumo Responsável e Solidário**. Somente com uma ação forte junto aos consumidores poderemos mudar o padrão das relações comerciais. A campanha de divulgação e crescimento da economia solidária deveria estar muito voltada para atender ao consumo. É preciso explicitar as relações, as ações e as conseqüências dos atos das grandes corporações: O que estamos apoiando de fato ao consumir um determinado produto? O que estamos apoiando de fato ao consumir outro tipo de produto? E assim por diante.

Mostrar as qualidades e os benefícios de nossos produtos e serviços, também, é uma forma de conscientizar para o consumo solidário. No entanto, não é somente a questão social que sensibiliza. Mas, também, a qualidade, a diversidade da produção e o preço. Isto afeta inclusive diretamente os empreendimentos, quando estes precisam repensar a sua produção.

Ao falar do Consumo Solidário, não podemos deixar de refletir a importância de espaços fixos de comercialização, onde nossos produtos possam ser encontrados. Só assim teremos condições de realmente garantir um público consumidor. O grande problema em muitos lugares é ter acesso aos produtos, sobretudo alimentares. Não há uma estrutura a disposição e o contato com os empreendimentos é muito difícil pela distância. Outro espaço alternativo, que ainda é pouco explorado, é a organização dos consumidores.

Existe ainda a complexidade em alcançarmos a capacidade de responder ao consumo de massa. Bem, isto é um longo processo. Há uma dinâmica entre as nossas intenções e vocações e a realidade da economia solidária. Nisso reside a tensão da integração e da articulação com a economia capitalista. Aqui entra a importância estratégica das atividades de formação e capacitação adequada à autogestão. Mas, também o fortalecimento do espaço público como o "lugar" da ação política e da reflexão dos sujeitos sociais. Por isso, não adianta uma legislação que não tenha como referência a construção política e social dos sujeitos a partir de onde eles e elas estão e atuam. complexidade também está na expansão da capacidade de produção. Aí temos um risco enorme, mas impossível de evitar.

É nesse ponto que se tornam estratégicas as redes e cadeias produtivas, que por sua vez necessitam acesso às políticas de diversos aspectos, tais como financiamento, agregação de valores, desenvolvimento tecnológico, etc.

1.5. Mercado

Fala-se muito em criar novos mercados. Seria, por exemplo, conseguir vender um produto de uma cidade para outra que ainda não se vendia? Isso é um novo mercado? Mas, se quem não vendia antes passa a vender neste ano, quem deixa de vender? Quem vendia até então? Temos duas opções: ou o mercado consumidor cresceu ou algum outro produtor de algum outro lugar deixou de vender. Esta fórmula sempre trará disputa, na medida do crescimento, mesmo entre empreendimentos solidários. Portanto, o apoio para que o beneficiamento e a venda se dê o mais próximo possível do local da produção é o mais lógico, é o mais econômico (não gasta diesel, energia e tantas outras coisas) e possibilita uma relação com os consumidores.

Nesta perspectiva, é preciso que avancemos na discussão sobre qual a concepção de mercado que orienta as nossas ações no cotidiano. E a definição de contornos mais claros sobre que mercado temos e que mercado queremos. Concretamente, como fazer comercialização de forma justa e solidária?

Mesmo que no momento atual tenhamos que nos articular com o mercado capitalista - estamos falando em *articulação* e não em *inserção* ou inclusão - o que queremos construir a longo prazo, é preciso fazê-lo estrategicamente desde já. Para construir o novo, existe uma relação de desafios.

2. Questões para debate e reflexão

- Produção, Comercialização e Consumo, é prioridade. Como fazer com que esta prioridade ganhe espaço, desde os territórios, onde está situada a produção?
- Outra grande questão a ser tratada: a criação de estruturas de beneficiamento, armazenamento e distribuição sob controle estratégico das organizações solidárias, e regulamentadas com este princípio; o abastecimento tem relação direta com a política pública . Aqui temos restrições no marco legal (as licitações públicas). O que fazer?
- O que precisamos? Qual a logística necessária?
- Muitos falam em novos mercados, e com isso não podemos deixar de nos questionar: quais mercados? É possível criar outros mercados? Como seria isso? O que é criar novos mercados, sem entrar numa lógica de concorrência e buscando a cooperação?
- Comercialização é troca, seja em moeda, seja em produtos. Entretanto, temos que nos desafiar a discutir concretamente como fazer. Para garantir a

comercialização, precisamos fazer alguns questionamentos. Os nossos produtos são atrativos? São diversificados? Têm qualidade e preço justo?

3. Propostas

Visando atender a estas demandas, vocações e necessidades é que o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES) apresenta as principais propostas que estão em debate nacional, a partir de articulações entre o movimento social e órgãos públicos federais, em especial na Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e Emprego (SENAES/MTE), e na Secretaria de Desenvolvimento Territorial no Ministério de Desenvolvimento Agrário (SDT/MDA) e apoiados e debatidos por outros tantos.

O desenvolvimento de Grupos de Trabalhos (GTs) de debate e de consultas chegaram às seguintes proposições abaixo apresentadas. Estas proposições, após serem amplamente debatidas, devem se transformar em políticas públicas que possam contribuir para potencializar a organização dos Empreendimentos de Economia Solidária (EES) e Agricultura Familiar, favorecendo processos e organizações já implementados ou em implementação nos territórios econômicos.

As principais propostas em desenvolvimento pelo movimento em conjunto com todos estes atores atualmente são os SECAFES e o Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário, apresentados abaixo:

3.1. SECAFES – Sistemas Estaduais de Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar e Economia Solidária

Vários são os problemas que enfrentam os produtos oriundos da produção familiar e dos empreendimentos da economia solidária no meio rural, como por exemplo: a dispersão da produção; inadequações de escala e negociação de contratos; a dificuldade de adequação a padrões sanitários e de qualidade; dificuldades no escoamento da produção. Portanto, os agricultores familiares, pescadores, artesãos, entre outros, só obtêm maior possibilidade de se apropriarem do valor gerado no sistema produtivo, através do aproveitamento de economias de escala, organização da produção (cooperativas, redes, verticalização etc.) e pelo aprimoramento e/ou incorporação de novas tecnologias de produção (desenho de novos produtos, matéria-prima, marcas etc.).

A questão da segurança alimentar e nutricional dos produtores torna-se central, e deve orientar a busca de suporte para o estabelecimento de condições contratuais mais justas e solidárias no processo de comercialização.

É com vistas à superação dessas condições que surge a proposta de fomento a iniciativas de comercialização e sua articulação em um sistema

estadual, que buscará apoiar a inserção dos produtores familiares e grupos autogestionários nos mercados locais, nacional e externo, orientando-se pelas características de seus produtos e pela opção por um modelo de relações produtivas mais justas e solidárias.

Em todas as propostas orientadas para o Desenvolvimento Rural Sustentável as questões relacionadas à comercialização dos produtos da agricultura familiar e empreendimentos da economia solidária assumem grande relevância, tanto no plano teórico quanto na prática diária de seus atores.

É através da comercialização que se efetiva a transformação dos produtos em renda aos produtores e que se completa o circuito de dinamização econômica de qualquer economia. Portanto, para que a comercialização possa de fato permitir aos produtores a apropriação do valor por eles gerado é fundamental que se faça uma nova abordagem de geração de trabalho e renda, sob uma ótica não exploratória nas relações de produção, consumo, comercialização.

O objetivo do SECAFES está em possibilitar o fortalecimento da organização dos produtores/as e da produção, com base em formas associativas, desde as mais simples até as mais complexas, buscando aumentar o seu poder de governança nas cadeias produtivas onde se inserem e, conseqüentemente, incrementar o seu nível de renda. Esse objetivo pode concretizar-se por duas vias:

- obtenção de melhores preços na venda dos seus produtos.
- obtenção de insumos de serviços de boa qualidade e a custos mais baratos, diminuindo conseqüentemente os custos da produção.

Os SECAFES consistem num conjunto de ações ligadas diretamente ao processo de comercialização no âmbito da agricultura familiar e economia solidária, sendo formado por um conjunto de atividades e parcerias integradas no apoio ao processo de comercialização. Visa articular as políticas e projetos já disponíveis desde as unidades familiares de produção até as cidades de maior porte em cada território. Entre tais ações de apoio, figuram como de maior importância:

- Beneficiamento da produção;
- Agroindustrialização;
- Venda direta aos consumidores (feiras livres, mercados públicos, pontos de vendas, etc.);
- Distribuição;
- Transporte e armazenamento.

O que são e como funcionam as Bases de Serviços de Apoio à Comercialização (BSC) dentro do SECAFES?

As BSCs são institucionalidades que prestam um ou mais tipos de serviços (especializados ou não) de apoio ao fortalecimento dos sistemas de comercialização, como o SECAFES, tanto de bens quanto de serviços produzidos em unidades familiares e empreendimentos solidários no meio rural e urbano.

As Bases de Serviços são estruturadas a partir de competências locais que possam ser aperfeiçoadas através de formação técnica centrada nos elementos e funções da comercialização.

Os/as trabalhadores/as a serem formados e o processo de gestão das BSC's devem ser originados de maneira equilibrada, tanto de profissionais liberais prestadores de serviços atuantes na região, como de técnicos e dirigentes de cooperativas e associações e também de jovens agricultores cujas unidades produtivas estejam no âmbito de ação da respectiva BSC. Lembra sempre que são os/as trabalhadores/as que vão gerir. Por conta disso, eles/elas devem estar organizados/as e capacitados/as.

A atuação das BSCs nos estados convergirá para a formação de redes solidárias, de modo a abranger a comercialização nos espaços locais, territoriais e estaduais.

3.2. SBCJS – Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário

Para entendermos melhor como chegamos à proposição de um Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário (SBCJS) é preciso retornar aos idos do ano 2000 onde diversos grupos de produtores e produtoras (principalmente do artesanato) já estavam exportando. Aí já se tem um início do fortalecimento e organização da Economia Solidária e muitas ações de fortalecimento da Agricultura Familiar. De 2001 a 2003 muitas atividades e organizações de produtores e de apoio já discutiam o Comércio Justo e Solidário, criando-se inclusive algumas organizações específicas, articulações e plataformas sobre o tema.

No ano de 2005 é criado o GT Produção, Comercialização e Consumo Solidário e dentro deste GT foi criado, em 2005, o Sub-GT denominado de Sistema Brasileiro de Comércio Justo Ético e Solidário. No ano de 2006 no I Seminário Nacional do Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário (realizado junto à Feira Nacional de Cultura e Economia Solidária realizada em São Paulo) é criado o GT Interministerial para Construção do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário composto pelo Fórum de Articulação para o Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES do Brasil), FBES, ECOJUS, SENAES, Secretaria de Agricultura Familiar (SAF) e SDT.

Então temos um processo em curso no Brasil, no sentido de garantir concretamente o estabelecimento da coordenação de um fluxo diferenciado de comercialização que possibilite o fortalecimento dos empreendimentos, tendo o desenvolvimento de uma política de fomento e promoção dos produtos e serviços garantindo ao mesmo tempo uma identidade nacional a esse comércio. Este sistema está em debate há pelo menos um ano; todos e todas temos de nos apropriar desse debate e melhorá-lo ao máximo. Então vamos debatê-lo, vamos ver o que já foi proposto, o que já foi feito, o que tem de idéias, etc.

O que é o SBCJS?

O SBCJS se propõe a ser o conjunto integrado de conceitos, regras e procedimentos, com validade em todo o território nacional. É um conjunto ordenado de parâmetros que delimitam as relações de produção, prestação de serviços e comercialização, que caracterizam o Comércio Justo e Solidário no Brasil, seus agentes normas e as relações entre os mesmos.

Terá seu reconhecimento pelo Estado Brasileiro a partir da aprovação de uma Instrução Normativa (IN). Tem como função o reconhecimento, a valorização e o fomento às novas práticas e novos mercados, com fluxos diferenciados e alternativos ao padrão capitalista. Deverá ainda, atender as normas vigentes quanto às informações que devem constar nas embalagens, os produtos e serviços reconhecidos como Justos e Solidários deverão conter uma identificação padrão (selo), de caráter nacional, a ser registrada na regulamentação que o criar.

Os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) reconhecidos pelo Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário serão registrados e monitorados segundo a normatização da Instrução Normativa que está em discussão. O SBCJS será controlado e gerido pela Comissão Nacional de Comércio Justo e Solidário (CNCJS) e por cinco comissões regionais de Comércio Justo e Solidário (CRCJS).

Objetivo do SBCJS

O SBCJS vem se construindo com o duplo desafio de estabelecer uma política de regulamentação do tema, que garanta uma uniformidade nacional e mecanismos de identificação dos produtos e serviços executados ou produzidos pelos mesmos, com uma política de fomento público de reconhecimento e fortalecimento das experiências práticas de produção, comercialização e consumo alternativos e solidários já em curso no país.

Ou seja, não se trata de construir um sistema puro de monitoramento e certificação de cadeias justas de comercialização. Mas, também, uma política de estímulo a tais cadeias como mecanismos de fortalecimento da produção, comercialização e consumo solidários, em suas potencialidades de redução da má distribuição de renda e de geração de desenvolvimento local sustentável.

Assim, o SBCJS se constitui em um processo tanto político quanto econômico. Político, pois institucionaliza publicamente o potencial de transformação social que o tema Comércio Justo tem, na medida que se impõe como alternativa (de longo prazo) a exclusão e as injustiças geradas pelas transações comerciais convencionais. E econômico, pois pretende identificar e fortalecer relações comerciais concretas, baseadas em outros princípios que não os convencionais, proporcionando soluções a curto e médio prazo a grupos produtivos, comerciantes e consumidores que já se somam a esta proposta.

Este duplo elemento impõe um desafio ao SBCJS de buscar mecanismos de reconhecimento de conformidade que não sejam excludentes e sim estimuladores. Ou seja, que equilibrem credibilidade dos princípios e critérios (e por tanto, o valor socioambiental agregado aos produtos e serviços) com ações que estimulem cada vez mais e mais produtores, comerciantes e consumidores a mudarem suas práticas rumo ao cumprimento de tais princípios e critérios.

Para atender a tais demandas, duas estratégias estão sendo postas em marcha, no quadro de formulação do SBCJS. Uma delas é a estrutura do conteúdo do texto da normativa pública que comporta distintos elementos de maneira integrada. A outra é a dinâmica de funcionamento do SBCJS que se está colocando para depois da promulgação da normativa jurídica, com dois níveis de

reconhecimento de conformidade, um para empreendimentos e outro para produtos.

Como se organiza o Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário

O SBCJS é composto de quatro elementos fundamentais, que são:

- a) *conjunto dos princípios e critérios* que caracterizam as relações comerciais justas e solidárias;
- b) os *mecanismos e as regras de avaliação de conformidade* que garantam, monitoramento e identificação tais relações;
- c) uma dinâmica de *gestão do SBCJS* a ser feita por estruturas formadas por representantes da sociedade civil e do governo, e,
- d) uma política de *fomento público* ao tema contendo projetos e ações públicas de pelo menos dois ministérios, o Plano de Ação e Fomento Integrado ao Comércio Justo e Solidário (PAFIS-CJS).

Principais pontos de debate do SBCJS

O texto final da normativa pública está em fase conclusiva de elaboração devendo passar pela última consulta pública antes de sua promulgação oficial, prevista ainda para este ano de 2007. Assim, alguns pontos são fundamentais de serem discutidos para que o FBES tenha uma posição concreta a ser defendida no GT SBCJS. São eles:

- *Beneficiários diretos*: individuais, familiares ou supra-familiares (EES)?
- *Política de Fomento – PAFI-CJS*: como garantir incremento desta política e efetiva integração de ações e projetos dos distintos setores governamentais envolvidos?
- *Sistema de Controle e Gestão*: serão comissões regionais ou estaduais? Como será a sua composição (% de produtores, de sociedade civil em relação ao governo, etc)?
- *Mecanismos de melhoria contínua do SBCJS*.

4. Desafios e perspectivas

O Comércio Justo e Solidário é uma construção social, que não vai chegar pronta, via SBCJS e SECAFES, devendo ser construída no dia-a-dia, a partir da prática de relações comerciais diferenciadas.

Estes são os principais temas em debate no campo da produção, comercialização e consumo. Pensamos com isso sair do muro das lamentações e ir direto às principais proposições. A participação das diversas organizações que trabalham com estes temas é fundamental, a participação dos Empreendimentos Econômicos Solidários e da Agricultura Familiar também, pois, somente o debate poderá trazer a realidade, os desafios e propostas que estão espalhadas por todo o país.

Dentre as ações governamentais, também temos o Programa de Promoção do Comércio Justo e Consumo Consciente - Feiras em Rede de Economia Solidária e Agricultura Familiar no Brasil. Este tem sido um programa importante de divulgação e comercialização da economia solidária. Contudo, este programa ainda se caracteriza pela sua eventualidade. Por conta disto, devemos refletir sobre:

- como evoluirmos das feiras como eventos, para as feiras como estratégias de inserção de nossos empreendimentos na vida econômica diária das comunidades onde estes empreendimentos estão localizados?
- o que devemos fazer para aproveitar, por exemplo, os espaços das feiras públicas semanais que em boa parte dos municípios brasileiros, já existem? Criando "territórios" (espaços) da economia solidária nestas feiras?
- como garantir que o Programa de Feiras, por exemplo, tenha um volume de recursos, minimamente duplicado, já que as feiras podem se transformar na grande porta de entrada da economia solidária?

O que significa a produção de mandioca, milho, feijão e outros produtos básicos de nossa alimentação? tanto que uma política baseada na exportação que não garante sustentabilidade nem segurança alimentar.

Devemos interiorizar e praticar dentro de todo o território brasileiro. A segunda prioridade é a integração com a América Latina. Iniciar lentamente um processo de articulação solidária entre as redes de economia solidária desta região, promovendo a comercialização de produtos.

Como desenvolver um processo de interação nas redes de economia solidária de forma que um elo da cadeia produtiva não explore outros elos? Por exemplo, na reciclagem, como fazer que os benefícios da cadeia final sejam distribuídos de forma justa e solidária entre os trabalhadores e trabalhadoras? Para isto, cada integrante da cadeia deve participar dos resultados finais, entendendo participar como saber, decidir e poder partilhar dos resultados. Pensando nas relações com a América Latina, como fazer com que a diversidade regional, cultural, tecnológica e étnica não se transformem em desigualdade social e econômica através de um rede que reproduza a exploração. Esta não seria a melhor maneira de combater o trabalho escravo de nossos dias, como o que acontece com os cidadãos migrantes de países vizinhos?