UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

RENATA DE SALLES SANTOS PISTELLI

Relações de consumo responsável em educação:

um diálogo com a economia popular e solidária

através da trajetória do Instituto Kairós

São Paulo

2014

RENATA DE SALLES SANTOS PISTELLI

Relações de consumo responsável em educação:

um diálogo com a economia popular e solidária

através da trajetória do Instituto Kairós

Dissertação apresentada à Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Mestre em Educação.

Área de concentração: Sociologia da Educação

Orientador: Prof. Dr. Celso de Rui Beisiegel

São Paulo

2014

AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo

-
334
P679r | <p>Pistelli, Renata de Salles Santos</p> <p>Relações de consumo responsável em educação: um diálogo com a economia popular e solidária através da trajetória do Instituto Kairós / Renata de Salles Santos Pistelli; orientação Celso de Rui Beisiegel. São Paulo: s.n., 2014.
123 p. ; anexo</p> <p>Dissertação (Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Educação. Área de Concentração: Sociologia da Educação) - - Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo.</p> <p>1. Consumo responsável 2. Economia solidária 3. Educação popular
4. Práticas de formação I. Beisiegel, Celso de Rui, orient.</p> |
|--------------|---|
-

Renata de Salles Santos Pistelli

Relações de consumo responsável em educação: um diálogo com a economia popular e solidária através da trajetória do Instituto Kairós

Dissertação apresentada à Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Mestre em Educação.

Área de concentração: Sociologia da Educação

Aprovada em: _____

Banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Celso de Rui
Beisiegel

Instituição: FEUSP

Assinatura: _____

Prof.
Dr.: _____

Instituição:

Assinatura: _____

Prof.
Dr.: _____

Instituição:

Assinatura: _____

Aos que costuram, inventam, tecem e constroem um mundo mais justo.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Celso, agradeço por tê-lo como orientador, pela segurança que senti em ter um “companheiro” de caminho com tamanha bagagem de vida acadêmica, e com tanta experiência, que me ajudava o tempo todo a dimensionar com mais clareza o trabalho a ser realizado. Sou grata pela sua generosidade ao compartilhar seu conhecimento, sabedoria e histórias de vida. E agradeço também pelo respeito aos meus processos e paciência com meus tempos, muitas vezes apertados demais...

Ao amigo Ricardo Costa, que teve um papel fundamental na minha trajetória no campo social, por me fazer repensar as minhas perguntas, e junto com elas, as minhas queridas certezas. E por saber fazer isto com tanto afeto, ajudando-nos a transformar ideias soltas em potência, e a assumir o compromisso de sabermos nos renovar e de aprendermos a justificar aquilo que afirmamos.

À Aida Bezerra, pela convivência que proporcionou tantos aprendizados, pela sua capacidade de explicar de forma clara processos complexos, e de usar palavras tão acertadas. E por saber bagunçar nossa cabeça ao mesmo tempo em que acolhe nossas angústias.

Às professoras Kátia Aguiar e Flávia Schilling, pela abertura para compreensão do trabalho, e pelos toques preciosos durante o processo. À Graça Setton, Maria Helena Augusto, Kimie e Ariovaldo Umbelino, pelas disciplinas em que muito aprendi.

À FAPESP, pela bolsa de estudos que possibilitou esta pesquisa.

À Tamy, por ter cuidado tão bem desse trabalho aqui, que acompanha desde sempre, e pela amizade tão especial. À Lau, Rita e Carlota, pela parceria, conversas e trocas sempre tão profundas e inspiradoras. À Tha Gava e Juju Martins, por acompanhar as angústias e seguir acreditando que vale a pena. À Nat, por tudo e pelo super help, mesmo com o Lucas recém-chegado ao nosso mundo. À Nati, Resinha, Re Lopes e Mari.

À Fá, pela trajetória que compartilhamos, pela persistência de seguirmos andando, seguindo o rumo das nossas inquietações. À Aninha, por todo o afeto, por ter completado o trio, que virou quarteto e que virou coletivo. À Tha Mascarenhas, pelas leituras, trocas, conselhos e ajudas. Ao Digó, Juju Gonçalves, Patê, Danutita, Tomé, Terê, Ciro, Rosana, Kátia, Luis Paulo, Luigi, Vanessa, Flá, Pati, Sig, Rose, José Castillo, Gema, Jose Luis e Lilja, pela aposta nos nossos processos conjuntos e porque caminhar junto, mesmo quando distante, faz sentido.

À minha mãe, Ana Helena, pela confiança, apoio, acolhimento, estímulo, e por ter me proporcionado o conforto do cuidado, que me ajudou imensamente nessa jornada. À Gabi, pela parceria e por vibrar comigo, em cada passo.

Ao meu pai, Eduardo Pistelli, pelo apoio incondicional neste processo intenso, e por ter me mostrado, desde sempre, o que é viver de forma solidária.

Ao Leco, meu parceiro escolhido, valeu por todo o apoio, escuta, troca, e por compartilhar do sentimento de que as melhores coisas da vida não são coisas.

E por fim, agradeço aos amigos *Caminhadas*, pois junto com eles aprendi que o essencial dá para caber em uma mochila.

Todo mundo deve ser intelectual e militante ao mesmo tempo. É difícil, não é certa a saída, mas é certo que o mundo será o que fizermos.

Immanuel Wallerstein

RESUMO

PISTELLI, Renata de Salles Santos. **Relações de consumo responsável em educação: um diálogo com a economia popular e solidária através da trajetória do Instituto Kairós.** 123p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

A expansão do consumo, estimulada pela fabricação sempre crescente de produtos e de desejos, acontece de forma ambientalmente impactante e socialmente desigual. Há alguns anos está em pauta no Brasil e no mundo o debate sobre o “Consumo Responsável”, que trata da adoção de comportamentos conscientes pelos consumidores e/ou do desenvolvimento de práticas solidárias de consumo. Porém, seria possível, no contexto social de hegemonia do modo capitalista de produção, desenvolver práticas de consumo que contribuam para a melhoria das condições de vida das pessoas? A aposta em transformações sociais estimuladas por mudanças nas relações de consumo não se sustenta com ações descoladas da esfera da produção e da comercialização. Nesse sentido, desenvolvemos a presente análise no campo da economia popular e solidária, onde se situam empreendimentos associativos que trabalham pela efetivação de relações econômicas pautadas pela lógica da cooperação e da solidariedade. A economia solidária surgiu no Brasil em meados de 1980, no contexto de uma forte crise, que se agravou na década seguinte. Desde então, esse movimento social teve grande expansão e importantes avanços no campo político. Porém, boa parte dos seus empreendimentos apresentam dificuldades e fragilidades em relação à sustentabilidade de suas atividades e dos sujeitos envolvidos. O Instituto Kairós, organização da sociedade civil, trabalha nesse campo, com o desenvolvimento de práticas de formação em que propõem o consumo responsável como um conjunto de hábitos e ações que fomentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social, visando a melhoria das relações de produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços. A pesquisa destaca a importância das práticas de formação para a ampliação do debate em torno da concepção de consumo responsável como estratégia de fortalecimento dos empreendimentos associativos e como instrumento de alcance da segurança alimentar e demais condições de vida digna por parte das pessoas envolvidas.

Palavras-chave: Consumo responsável. Economia solidária. Educação popular. Práticas de formação.

ABSTRACT

PISTELLI, Renata de Salles Santos. **Responsible consumption in education**: a dialog with the solidarity economy through the trajectory of the Kairos Institute. 123p. Thesis (Masters) - Faculty of Education, Universidade de Sao Paulo, Sao Paulo, 2014.

The expansion of consumption, stimulated by the even increasing manufacture of products and desire, happens in an environmentally impactful and socially unequal way. For the last few years the debate on “Responsible Consumption” is part of Brazil and global agenda and deals with the adoption of behavior awareness by consumers and/or the development of supportive practices of consumption. However, would it be possible, in the social context of hegemony of the capitalist mode of production, to develop consumption practices that contribute to the improvement of people living conditions? The bet on social transformation stimulated by consumer relations change is not tenable with actions detached from the sphere of production and marketing. In this regard, we have developed the present analysis in the field of popular and solidarity economy, in which associative groups work for the realization of economic relations guided by the logic of cooperation and solidarity. The solidarity economy emerged in Brazil in mid 80s, in the context of a strong crisis, which worsened in the following decade. Since then, this social movement had a great expansion and major advances in the political field. However, a good part of their ventures present difficulties and weaknesses in relation to the sustainability of its activities and of the individuals involved. The Kairos Institute, a civil society organization, work in this field with the development of training practices that propose the responsible consumption as a set of habits and actions that promote a model of development compromised with the reduction of social inequality, aiming at the improvement of the relations of production, distribution and acquisition of products and services. The research highlights the importance of training practices for the debate broadening around the concept of responsible consumption as a strategy to strengthen the associative ventures and as an instrument to achieve the food security and other conditions for a dignified life for the people involved.

Keywords: Responsible Consumption. Solidarity Economy. Popular Education. Training Practices.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADM	Fédération Artisans du Monde
Abong	Associação Brasileira das Organizações não Governamentais
BSC	Bases de Serviço de apoio à Comercialização
CEASAS	Centrais Estaduais de Abastecimento
CI	Consumers International
EES	Empreendimento de economia solidária
ENEC	Encontro Nacional de Estudos do Consumo
FACES	Fórum de Articulação do Comércio Justo e Solidário
FBES	Fórum Brasileiro de Economia Solidária
FNECDC	Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor
GCR	Grupo de Consumo Responsável
IDEAS	Cooperativa de Economia Alternativa e Solidária
IDEC	Instituto de Defesa do Consumidor
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MEC	Ministério da Educação
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais
Planseq	Plano Setorial de Qualificação
Pnuma	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
PPCS	Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis
SCJS	Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário
SDT	Secretaria de Desenvolvimento Territorial
SENAES	Secretaria Nacional de Economia Solidária
SIES	Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO I. TRANSFORMAÇÕES DA MODERNIDADE – Algumas considerações sobre a concepção e as engrenagens do modo capitalista de produção.....	16
1.1. Relações de trabalho e produção de valor.....	20
1.2. A produção de mercadorias.....	23
1.3. Perspectivas sobre o debate do consumo nas ciências humanas	27
CAPÍTULO II. O DEBATE DO CONSUMO NO CAMPO SOCIAL.....	33
2.1. As iniciativas no campo da economia dos setores populares.....	40
2.2. A economia solidária e suas práticas no Brasil	42
2.3. A proposta do consumo responsável no campo da economia popular e solidária	46
2.3.1. Os Grupos de Consumo Responsável.....	52
2.4. Considerações sobre as práticas de formação no campo da economia popular e solidária	55
CAPÍTULO III. A ABORDAGEM DO CONSUMO RESPONSÁVEL EM PRÁTICAS DE FORMAÇÃO – Uma análise da experiência do Instituto Kairós.....	58
3.1. Sobre a análise dos dados.....	60
3.2. O consumo responsável na formação de professores – FASE I.....	63
3.3. Entender para intervir – a construção de uma proposta pedagógica – FASE II	73
3.4. Práticas de formação no campo social – A integração com o movimento da economia solidária – FASE III.....	85
3.5. A entrada no campo da agricultura familiar camponesa – FASE IV.....	95
3.6. Considerações sobre formas de gestão e manutenção do Instituto Kairós.....	108
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
REFERÊNCIAS.....	115
APÊNDICE – Roteiro da entrevista de campo.....	121

INTRODUÇÃO

As relações de consumo revelam características importantes da dinâmica social contemporânea. De fato, os padrões de produção e consumo atuais podem representar avanços na qualidade de vida, suprimindo necessidades, oferecendo conforto e satisfazendo desejos. Porém, é preciso reconhecer que isso não acontece de forma equilibrada. Ao contrário, ocorre de forma ambientalmente impactante e socialmente desigual. Segundo Eduardo Galeano (2003, p. 25), este nosso mundo, que “oferece o banquete a todos e fecha a porta no nariz de tantos, é ao mesmo tempo igualador e desigual: igualador nas ideias e nos costumes que impõe e desigual nas oportunidades que proporciona.”

A produção de necessidades e o caráter de insaciedade de desejos são características das relações de consumo que emergem com o modo capitalista de produção. A expansão do consumo é constantemente estimulada pela fabricação de mercadorias e de consumidores. Essa produção artificial de necessidades a serem falsamente saciadas pode ser compreendida como consumismo. Para Bauman, o consumo é um elemento inseparável da própria sobrevivência biológica e guarda importantes diferenças com o que considera como consumismo:

Aparentemente o consumo é algo banal, até mesmo trivial. É uma atividade que fazemos todos os dias. Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. [...] Já o consumismo, em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa a felicidade não tanto à satisfação de necessidades (como suas “versões oficiais” tendem a deixar implícito), mas a um volume e uma intensidade de desejo sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la. (BAUMAN, 2008, p. 37.)

O sucesso das empresas capitalistas é orientado por metas sempre maiores de elevação do consumo e de fabricação de seus produtos. Diversas são as estratégias para manterem-se no sistema produtivo e acelerar o ciclo de acumulação do capital, desde a manipulação artificial do consumo de bens duráveis por meio da diminuição de sua vida útil, até a criação da necessidade de novos produtos que leva o consumidor a descartar produtos muito antes de esgotada a sua utilidade. (MESZAROS, 1989.)

Nesse âmbito, situamos o problema a ser tratado na presente pesquisa. É possível, no contexto social de hegemonia do modo capitalista de produção, desenvolver práticas de consumo que contribuam para a melhoria das condições de vida das pessoas?

Há alguns anos está em pauta o debate sobre a construção e o fortalecimento de práticas diferenciadas dos indivíduos e organizações sociais frente às relações de consumo. Existem diversos esforços nesse sentido, em relação à defesa dos direitos dos consumidores, à responsabilidade social empresarial, à produção mais limpa etc. Porém, seria realmente viável conceber o consumo responsável, ético ou sustentável, como uma estratégia de enfrentamento das desigualdades sociais produzidas pelo modo capitalista de produção? Há diferentes concepções sobre consumo no campo social, que guardam contrastes para além da diversidade nas terminologias adotadas. A fim de avançar nessa discussão é necessário analisá-las e buscar perceber as diferenças existentes em suas propostas e no campo de ação em que se situam.

A aposta em transformações sociais estimuladas por mudanças nas relações de consumo não se sustenta com ações descoladas da esfera da produção e da comercialização. E ainda que no contexto de hegemonia do capitalismo, existem (ou resistem) formas diferenciadas de produzir, comercializar e consumir. Muitas dessas práticas são realizadas por empreendimentos da economia popular e solidária, em grande parte, formados por necessidade de sobrevivência de seus membros diante da exclusão social, e/ou como práticas de resistência, que carregam uma intenção político-ideológica de contraposição ao capitalismo. No contexto da forte crise de meados de 1980, começa a se estruturar no Brasil o que viria a ser chamado de economia solidária, que, com base no trabalho associativo, propõe um modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo, conduzido por aqueles que se encontram marginalizados pelo mercado de trabalho (SINGER, 2003.)

Nos últimos anos, é crescente a diversificação dos empreendimentos da economia popular e solidária, sendo possível encontrar grupos que em vez de produzir, realizam coletivamente atividades econômicas de comercialização, e/ou de consumo. No Brasil, a partir da década de 1990, no contexto das experiências de economia

solidária, a organização do consumo ressurge¹ como uma característica das estratégias de consumo responsável, que são iniciativas coletivas, como grupos de consumo, feiras da agricultura familiar e camponesa, lojas especializadas, entre outras práticas, geridas por consumidores finais, produtores e demais parceiros. Essas estratégias têm como objetivo facilitar a compra de produtos da agricultura familiar e camponesa e da economia solidária a preços que sejam acessíveis aos consumidores finais e garantam remuneração e trabalho digno aos produtores.

Na conceituação elaborada pelo Instituto Kairós transparece o entendimento do consumo responsável como elemento impulsionador de um modelo de desenvolvimento econômico contraposto ao hegemônico.

Consumo responsável é um conjunto de hábitos e práticas que fomentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social. O consumo responsável visa melhorar as relações de produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, de acordo com os princípios da economia solidária, soberania alimentar, agroecologia e o comércio justo e solidário. É a valorização e a vivência de atitudes éticas para a construção conjunta de um novo panorama social e ambiental².

O Instituto Kairós é uma organização civil, com sede em São Paulo, que atua há 14 anos com a educação para o consumo responsável. Tem como foco prioritário de trabalho a educação, assessoria e pesquisa em consumo responsável e comércio justo e solidário, entendidos como estratégias para combater a desigualdade social e contribuir na transformação da relação da sociedade com a natureza. (INSTITUTO KAIRÓS, 2013.)³ A equipe adota a prática e o fomento da gestão compartilhada e se propõe a desenvolver suas ações de acordo com os princípios e propostas da economia solidária, bem como da agricultura camponesa/familiar, agroecologia e soberania alimentar.

Fundado em 2000, o Kairós surgiu de um grupo de educadoras com profundas inquietações sobre o consumo, especialmente relacionadas ao meio ambiente e a questões sociais. Numa fase inicial, essas questões foram trabalhadas no desenvolvimento de um projeto educativo, de formação de professores sobre o tema, em escolas da rede pública de São Paulo. Nesse momento, a perspectiva de educação para o consumo responsável estava bastante relacionada à problematização da insustentabilidade dos padrões contemporâneos de produção e consumo, e ao potencial

¹ No Capítulo II esse tema será abordado com mais detalhes.

² Disponível em: <www.institutokairos.net>. Acesso em 20 de novembro de 2013.

³ Idem.

de atuação do sujeito crítico nesse contexto. O consumidor responsável era então considerado como o sujeito bem informado, que reconhece os processos de manipulação a que segmentos da mídia e do *marketing* nos submetem, percebe as consequências ambientais e sociais dos seus próprios hábitos de consumo e reconhece o potencial do ato de consumo como um ato político, entendendo que comprar determinado produto é dar um voto de apoio a determinada empresa e suas práticas. (INSTITUTO KARÓS; CAPINA, 2013.)

Ao longo de sua trajetória, a instituição foi se aproximando da atuação dos movimentos sociais e se envolvendo cada vez mais com a problemática social e do trabalho, ao mesmo tempo que se afastava da educação formal. Assim, é no campo da economia popular e solidária, desenvolvendo, sobretudo, práticas educativas de caráter não formal, que o Kairós firma a sua atuação no campo social. É possível perceber que, conforme o trabalho da entidade foi se consolidando na relação com os movimentos sociais, a percepção do lugar de destaque ocupado pelo sujeito coletivo foi sendo fortalecida entre seus membros. A prática da gestão compartilhada, da partilha de saberes e poderes, e da construção da organização coletiva, vai se tornando um exercício cotidiano entre os integrantes do Kairós e com outros parceiros, sujeitos individuais ou coletivos, com os quais interagem nas redes e fóruns que constituem o movimento da economia solidária. O estreitamento da atuação do Instituto Kairós com o campo da agricultura familiar e camponesa possibilitou a concretização de práticas educativas no contexto de interligação das estratégias de consumo organizado com as práticas de produção e comercialização populares e solidárias, desenvolvidas pelos empreendimentos associativos.

O objetivo desta pesquisa é identificar e analisar como o consumo responsável é abordado nas práticas de formação no campo da economia popular e solidária, e de que maneira se propõe a contribuir para a melhoria das condições de vida das pessoas. A escolha do Instituto Kairós como objeto do estudo se deu pelo fato de ser uma iniciativa que agrega dois elementos relacionados ao objetivo desta pesquisa qualitativa: o foco no desenvolvimento de práticas de formação com o tema do consumo responsável; e a atuação no campo da economia solidária, onde o consumo responsável é percebido de forma integrada às relações de produção e às demais estratégias de apoio aos empreendimentos associativos. Existem outras instituições que realizam trabalhos

bastante legitimados e reconhecidos socialmente com o tema do consumo, porém atuam em diferentes contextos, como na área da defesa do direito dos consumidores ou da responsabilidade social empresarial, à margem do campo que pretendemos abarcar neste estudo.

Um ponto importante a ser considerado e que inspirou a presente pesquisa, é o fato de a pesquisadora ter trabalhado durante dez anos com o tema do consumo responsável, no Instituto Kairós e em outras entidades sociais integrantes do movimento da economia popular e solidária no Brasil, e na Espanha. É preciso ressaltar que mantivemos, ao longo de todo o estudo, cuidadosa atenção com o fato de a autora ter feito parte da trajetória do Instituto Kairós. Assim, somado à ponderação metodológica que adotamos na coleta e análise das informações, é necessário considerar que o estudo elaborado comporta elementos do olhar e da vivência da própria pesquisadora. Dessa forma, um pouco distanciada da noção de neutralidade da ciência, apostamos então no que pode ser criado a partir da interação entre o saber acadêmico, e os saberes dos sujeitos envolvidos na pesquisa, sejam individuais ou coletivos. (ROCHA; AGUIAR, 2003.)

Nossa aposta no presente estudo é que as práticas de formação, situadas no campo do apoio aos empreendimentos da economia popular e solidária, podem fortalecer o desenvolvimento de relações de consumo que contribuam para a melhoria das condições de vida das pessoas. Para tanto, entendemos necessário trabalhar a abordagem das relações de consumo responsável como estratégia (1) de fortalecimento do trabalho desses grupos, e (2) de acesso à segurança alimentar e demais condições de vida digna por parte das pessoas envolvidas.

A análise da experiência do Instituto Kairós foi realizada com o objetivo de investigar o desenvolvimento de práticas de formação que abordam o tema do consumo responsável, em diálogo com a pesquisa teórica a ser apresentada. Para isso, a metodologia foi composta, grosso modo, pela revisão bibliográfica; entrevista em profundidade com membros da equipe central e da diretoria; e análise documental, focada principalmente em três publicações de caráter educacional, lançadas em 2005, 2011 e 2013, que fundamentam o processo vivenciado pela entidade nas diversas formas de abordagem do tema “Consumo” em educação. As especificidades do trabalho de campo desenvolvido serão tratadas no Capítulo III.

CAPÍTULO I. TRANSFORMAÇÕES DA MODERNIDADE – Algumas considerações sobre a concepção e as engrenagens do modo capitalista de produção

O objetivo deste Capítulo é apresentar elementos sobre o processo de constituição das relações de produção e consumo sob o capitalismo, e situar o debate em torno do consumo na contemporaneidade, composto por autores de diferentes perspectivas teóricas que travam um diálogo no campo das ciências humanas.

É possível afirmar que o modo capitalista de produção apresenta características próprias de funcionamento, que representaram profundas transformações na ordem econômica. Considerado um autor de referência no estudo crítico do capitalismo, Karl Marx dedicou seu trabalho intelectual a entender a gênese, o desenvolvimento, a consolidação e a crise da ordem burguesa; a compreender quais as características da organização societal que se funda no capitalismo, visando oferecer subsídios que contribuam para a luta pela sua superação. Para o desenvolvimento dessa pesquisa sentimos necessidade de utilizar, sobretudo, os apontamentos de Karl Marx⁴ a respeito das relações econômicas e sociais estabelecidas sob o capitalismo. Buscamos em sua obra elementos que nos ajudem a compreender as relações de trabalho e produção no capitalismo, e assim procurar entender também o papel do consumo na dinâmica econômica, nessa perspectiva teórica. Também esboçaremos um diálogo entre a perspectiva da teoria marxista a respeito do consumo e a perspectiva de autores que defendem a existência de uma centralidade do consumo nas relações sociais contemporâneas.

Como a teoria de Marx é bastante extensa e complexa, não tivemos a intenção, nem mesmo condições nesse momento, de aprofundarmo-nos em sua obra, como seria necessário para trazer elementos e análises que pudessem ser considerados suficientes para suportar o debate acerca de como são tratadas as relações de consumo na perspectiva desse autor. Mas justificamos a nossa busca diretamente à obra de Marx para vislumbrar nela argumentos que possam trazer mais luz ao contexto em que se situa a presente pesquisa, qual seja, o universo de experiências e iniciativas da economia popular e solidária, que surgem no campo social ao mesmo tempo como resposta crítica

⁴ O universo pesquisado da obra marxiana restringiu-se a capítulos de *O capital*, livro I, v. 1 e 2; e à obra *Para a crítica da economia política*.

e como resultado da exclusão social produzida com a hegemonia do modo capitalista de produção.

Para abordar o tema do consumo na contemporaneidade, achamos necessário fazer algumas considerações sobre aspectos centrais das transformações nas relações econômicas e sociais com o advento da Modernidade. Assim, temos a intenção de que esta breve análise sobre a gênese e as engrenagens do modo capitalista de produção contribua para abrir um panorama acerca das relações de consumo como instrumento de transformação social, ou seja, ampliar o debate sobre a inserção da esfera do consumo no campo propício ao advento de lutas sociais.

Entendida como processo histórico, ideário, ou ainda como um tipo de sociabilidade⁵, a Modernidade emerge caracterizada por rupturas e (re)criações marcantes na sociedade. Aspectos como o surgimento dos Estados modernos, que apontam a vigência do político; a busca pelos ideais burgueses de liberdade, progresso, igualdade; o desenvolvimento da ciência e o enfraquecimento do poder da igreja, entre outras estruturas sociais; o advento da racionalização e da subjetivação; o surgimento da noção de indivíduo; entre outros, demonstram que a Modernidade trouxe mudanças importantes na dinâmica social.

Concentrada, em um primeiro momento histórico, sobretudo na Europa e nos países industrializados, tais alterações reverberaram de forma significativa no mundo todo, principalmente no ocidente, onde se viveu a Modernidade como uma revolução (TOURAINE, 1994). Ao mesmo tempo que as transformações ocorrem, desenvolvem-se as interpretações sobre tais fenômenos, levando ao entendimento de que a Modernidade emerge trazendo consigo a dimensão da crítica ao mundo moderno.

O advento do modo capitalista de produção aconteceu durante a emergência da Modernidade como processo histórico. A transição do feudalismo para o modo capitalista de produção teve início na Europa, por volta do século XIV, atingindo seu ápice com a Revolução Industrial, na segunda metade do século XVIII. Essa transição ocorreu de forma diversa e em épocas diversas, nos diferentes países, no entanto

⁵ Existem diferentes interpretações em relação ao início da Modernidade. Alguns autores o remetem ao Renascimento, outros, como Voltaire, vão mais atrás e consideram o fim do Império Romano como marco. Adotamos aqui a abordagem que compreende que a Modernidade ganha corpo junto ao processo da dupla revolução, nos séculos XVIII e XIX, como proposto por Alain Touraine (1994) entre outros autores.

somente na Inglaterra, por uma série de fatores, é que o processo teria se dado de forma clássica (MARX, 1998).

O modo feudal de produção reinou por muitos séculos, dominou quase todo o território europeu e, segundo o geógrafo Ariovaldo Umbelino de Oliveira, foi interpretado por vários autores como uma cultura fechada, doméstica, autossuficiente, “uma verdadeira sociedade do território” (OLIVEIRA, 2007). O surgimento do capitalismo, nesse contexto, só foi possível com o paulatino desmoronamento da sociedade feudal ao longo dos séculos, com o processo de urbanização, em que as terras (da Igreja, do Estado, e dos camponeses) foram expropriadas e tiveram seu uso transformado, entre uma série de outros fatores relevantes. A chamada acumulação primitiva é o processo histórico violento que originou o capitalismo, promovendo a dissociação do trabalhador dos meios de produção. É primitiva, pois consiste na “pré-história do capital”, resumida por Marx da seguinte forma:

O roubo dos bens da igreja, a fraudulenta alienação dos domínios do Estado, o furto da propriedade comunal, a transformação usurpadora e executada com terrorismo inescrupuloso da propriedade feudal e clânica em propriedade privada moderna foram outros tantos métodos idílicos da acumulação primitiva. Eles conquistaram o campo para a agricultura capitalista, incorporaram a base fundiária ao capital e criaram para a indústria urbana a oferta necessária de um proletariado livre como os pássaros. (MARX, 1998, p. 265.)

A violência é uma característica marcante da ruptura das relações até então estabelecidas, que darão origem aos atores principais na ordem econômica do capitalismo: a burguesia e os trabalhadores “livres como os pássaros”, não mais submetidos à escravidão e à servidão, porém expropriados dos meios de produção (sobretudo a terra), destinados a vender sua força de trabalho e a consumir os produtos necessários para sua subsistência.

Aos olhos de Marx, como sustenta Flávia Schilling (1997), essa transformação dos produtores em operários disciplinados é um produto artificial da história moderna, distante de ser um simples componente de um movimento histórico fruto de uma evolução natural. Diferentes modos de violência atuaram na transformação dos produtores em proletários: a violência explícita e a violência legal, imposta pelas normas privadas que regiam a relação de trabalho e regulamentaram o prolongamento das jornadas de trabalho, a proibição das coalizões operárias etc. Assim, Schilling (1997) ressalta que o processo de transição ao modo capitalista de produção deu ênfase

não à formação de trabalhadores, mas sim à fabricação dos homens necessários para garantir o funcionamento de sistemas que se renovam, se modificam, se alteram constantemente.

A dinâmica do capitalismo é fundada no movimento, na permanente transformação, sobretudo de dinheiro e mercadoria em capital. No capitalismo, ocorre uma dissociação entre capital e formas materiais de riqueza, de maneira que o acúmulo de capital é essencialmente diferente do acúmulo de riquezas, que se dá através de objetos ostentatórios como signos de poder. O que interessa na lógica de acumulação do capital é a transformação permanente do capital em mais capital. Os autores franceses Boltansky e Chiapello, em *O novo espírito do capitalismo*, sublinham que essa dissociação confere ao capitalismo um caráter realmente abstrato, que contribui para perpetuar a acumulação. Esse aspecto da acumulação está presente no que eles chamam de “definição mínima do capitalismo”:

Entre as diferentes caracterizações do capitalismo (ou, frequentemente hoje, dos capitalismo) feitas no último século e meio, escolheremos uma fórmula mínima que enfatiza *a exigência de acumulação ilimitada do capital por meios formalmente pacíficos*. Trata-se de repor perpetuamente em jogo o capital no circuito econômico com o objetivo de extrair lucro, ou seja, aumentar o capital que será, novamente, reinvestido, sendo esta a principal marca do capitalismo, aquilo que lhe confere a dinâmica e a força de transformação que fascinaram seus observadores, mesmo os mais hostis.
(BOLTANSKY; CHIAPELLO, 2009, p. 35.)

Consideram a insaciedade como um caráter central do capitalismo, uma vez que não há limite para o processo de extração do lucro quando se está investindo e reinvestindo capital, diferentemente do que acontecia na acumulação de riqueza material, em que mesmo para o consumo de luxo havia um horizonte de saciedade possível. Assim como Marx, os autores caracterizam o capitalismo pelo trabalho assalariado, com a diferença que o primeiro coloca esse aspecto no centro de sua definição. Para Marx, o modo capitalista de produção está relacionado intrinsecamente ao trabalho assalariado, à ampliação da produtividade e à produção de mercadorias, a qual define (entre alguns outros aspectos fundamentais) como produção orientada para a venda, para o mercado.

A partir do exposto, e considerando a relação de trabalho e a produção de mercadorias como elementos centrais para o entendimento do capitalismo, tentaremos

abordá-los de forma aprofundada nas seções seguintes deste Capítulo, e ao final, teceremos também algumas análises mais específicas sobre as relações de consumo.

1.1. Relações de trabalho e produção de valor

O trabalho é o pai, mas a mãe é a terra
William Petty (*apud* Karl Marx, 1998.)

Na obra marxiana, o trabalho é considerado como atividade indispensável à existência humana, é a efetivação do vínculo entre homem e natureza que resulta na criação e construção dos produtos necessários à subsistência do indivíduo em sociedade, qualquer que seja a forma por ela estabelecida ao longo do processo histórico.

No modo capitalista de produção, o trabalho adquire características próprias, relacionadas a sua natureza (trabalho assalariado) e fim (produção de mercadorias). No contexto da transição do feudalismo ao capitalismo, diversas são as transformações ocorridas nas relações de trabalho, de maneira que não é possível falar delas de forma generalizada, mas sim, como requer inclusive o materialismo histórico⁶, contextualizada histórica e regionalmente⁷. Nesse contexto, seguindo as contribuições marxianas, pode-se dizer que a grande massa de trabalhadores livres, advindos da deterioração das relações feudais, sem acesso aos meios de produção e subsistência, aliado ao processo de industrialização, constituiu a base produtiva necessária para a implantação do modo de produção capitalista.

O modo capitalista de produção que está essencialmente relacionado à fabricação de mercadorias, transformando também o trabalho humano em mercadoria. Oliveira (2007)⁸ apresenta como elemento central de caracterização do modo capitalista

6 Materialismo histórico é considerado o método proposto por Marx que privilegia o concreto, o processo social na sua dimensão propriamente histórica. (MARTINS, 2010.)

7 O sociólogo José de Sousa Martins, em *O cativo da Terra*, aborda a especificidade da teoria da transição, presente na obra de Marx, a qual se refere sobretudo à Europa ocidental. Para saber mais sobre o contexto brasileiro, a obra de Martins é fundamental. (MARTINS, 2010.)

8 Para essa afirmação Oliveira se apoia em José de Souza Martins. (OLIVEIRA, 2007.)

de produção a geração de mais-valia, que fica aprisionada na mercadoria e só se realizada com a circulação desta, ao ser convertida em dinheiro. Quando a exploração da jornada de trabalho começou a apresentar limites – impostos pela sobrevivência do trabalhador, ou pela conquista de direitos mínimos – os capitalistas passaram a apostar no aumento da produtividade para prosseguir a ampliação dos lucros. Marx (2011, p. 366) explica que “para diminuir o valor da força de trabalho, tem o aumento da produtividade de atingir ramos industriais cujos produtos determinam o valor da força de trabalho, pertencendo ao conjunto dos meios de subsistência costumeiros ou podendo substituir esses meios”.

Assim, a expansão da produtividade se deu pelo desenvolvimento tecnológico e pela inovação – responsáveis por introduzir equipamentos cada vez mais complexos que revolucionaram a forma de produzir – e pela própria racionalização do trabalho, com a divisão técnica e a articulação dos trabalhadores. Nesse sentido, a expansão da produtividade é considerada como um elemento central e específico na caracterização do modo capitalista de produção, de onde decorre a produção em massa e extremamente diversificada, a gênese da multiplicação dos bens que precisam ser consumidos. Desse modo, constitui-se um sistema que necessita de um número cada vez maior de consumidores que queiram adquirir produtos com diversidades e qualidades inusitadas, associados a aspectos como criatividade, imaginação, versatilidade, descartabilidade – características valorizadas pelo próprio capitalismo.

Na obra *O capital*, Marx relaciona toda a estruturação que se funda no capitalismo com as relações de trabalho que vão sendo criadas e transformadas. Assim, entendemos que, na visão marxiana, a dinâmica das relações de trabalho é a fonte para a explicação do funcionamento do capitalismo como um sistema, que vai além do modo de produção. Nesse sentido, Marx discorre sobre as inúmeras características do trabalho humano e desenvolve uma série de conceitos chave para a compreensão de sua teoria.

Para discutir valor, Marx recorre necessariamente ao trabalho. O autor apresenta o que entende como o caráter dual assumido pelo trabalho no contexto da produção de mercadorias. Trata-se da diferenciação entre trabalho concreto e trabalho abstrato. O trabalho concreto é aquele que produz os objetos e está relacionado às características materiais que atribuem utilidade aos objetos e fazem com que supram necessidades humanas. Nesse contexto, Marx não está preocupado em especular a qualidade das

necessidades humanas, se provenientes do corpo ou do espírito, mas sim em atribuir clareza ao fato de que uma mercadoria possui utilidade se atende a alguma necessidade humana. Já o trabalho abstrato é caracterizado pela capacidade humana de trabalho direcionado à produção das mercadorias, pela força de trabalho em si, independente de sua qualidade específica.

Todo trabalho é, de um lado, dispêndio de força humana de trabalho, no sentido fisiológico, e, nessa qualidade de trabalho humano igual ou abstrato, cria o valor das mercadorias. Todo trabalho, por outro lado, é dispêndio de força humana de trabalho, sob forma especial, para um determinado fim, e, nessa qualidade de trabalho útil e concreto, produz valores-de-uso. (MARX, 201, p. 68.)

O trabalho abstrato permite a identificação do trabalho humano como o que atribui valor às mercadorias e que se configura como um elemento comum a todas elas. Tal concepção é a base para a teoria do valor-trabalho, desenvolvida por Marx a partir da elaboração de Adam Smith e Ricardo⁹. Isso quer dizer que, na teoria marxiana, uma mercadoria possui valor porque é a representação de trabalho humano socialmente necessário. A quantidade de valor de certa mercadoria será determinada pela quantidade de trabalho humano necessário para a sua produção, quando comparada a outra mercadoria. Assim, entendemos que é na troca, na circulação, que a mensurabilidade do valor da mercadoria é manifestada, por meio do chamado valor-de-troca. E só é possível mensurar o valor-de-troca das mercadorias porque elas possuem um elemento comum, o trabalho humano necessário para sua produção.

Em oposição à teoria marxiana sobre valor, pautada no trabalho humano, desenvolveu-se a teoria do valor-utilidade, elaborada pelos economistas da corrente marginalista¹⁰. De acordo com o professor Paul Singer, que estabelece uma clara distinção entre essas duas correntes de pensamento, trata-se de um embate entre uma concepção objetiva e outra subjetiva de valor (SINGER, 1987). A teoria do valor-trabalho é considerada como uma teoria objetiva, pois, como já abordamos, atribui o valor da mercadoria a algo material ou objetivamente verificável, que é o trabalho

⁹ Entendemos que é justamente a concepção do trabalho humano abstrato como o elemento comum às diferentes mercadorias a contribuição e o diferencial central que Marx traz à teoria do valor-trabalho elaborada por Smith e Ricardo, os quais avançaram até o ponto em que não conseguiram equalizar o dilema de como comparar trabalhos qualitativamente diferentes. (HARVEY, 2012.)

¹⁰ Os principais nomes vinculados à corrente marginalista, também conhecida por utilitarista, são: William Stanley Jevons (1835-1882); Carl Menger (1840-1921); Léon Walras (1834-1910); e Alfred Marshall (1842-1924).

humano empregado em sua produção. Nota-se que, nessa teoria, a concepção de objetividade caminha junto à noção de imaterialidade da mercadoria:

A realidade do valor das mercadorias difere de Dame Quickly por não sabermos por onde apanhá-la¹¹. Em contraste direto com a palpável materialidade da mercadoria, nenhum átomo de matéria se encerra no seu valor. Vire-se e revire-se, à vontade, uma mercadoria: a coisa valor se mantém imperceptível aos sentidos. (MARX, 2011, p. 69.)

Já a teoria do valor-utilidade compreende valor como uma “manifestação de comportamento essencialmente subjetivo” (SINGER, 1987, p. 13). Afirma que o valor do objeto está relacionado ao seu potencial de satisfazer uma necessidade humana, a qual é subjetiva.

Eu tenho fome, o alimento que pode satisfazer a fome é objeto de uma atividade econômica que valorizo na medida em que ele satisfaz esta necessidade. Para mim, esta necessidade é subjetiva. Ela depende de quanta fome eu sinta, de minha preferência por este ou aquele alimento. Em princípio, cada necessidade humana pode ser satisfeita por mais de um objeto. Estou, portanto, em condições de escolher e posso valorizar os objetos de acordo com minha preferência subjetiva. (SINGER, 1987, p. 13.)

A questão da subjetividade, que é característica da teoria utilitarista, está relacionada a comportamentos de indivíduos e considera a variedade e diversidade na escolha dos indivíduos para satisfazer suas necessidades. Nesse caminho, Singer demonstra que os marginalistas colocaram o consumidor no centro do sistema, como soberanos e capazes de realizarem escolhas racionais, reconhecendo suas necessidades e os modos de satisfazê-las. Mas toca em um aspecto essencial ao advertir que, com o desenvolvimento do *marketing*, iniciou-se uma espécie de jogo inconsequente em que os capitalistas, por um lado, reforçam a concepção marginalista do consumidor como “rei do mercado” e, por outro lado, desenvolvem de forma cada vez mais elaborada campanhas publicitárias visando levá-los a comprar e consumir quantidades e coisas diferentes do que viriam a fazer espontaneamente (SINGER, 1987).

1.2. A produção de mercadorias

Como o trabalho, Marx enxerga a mercadoria de uma dupla perspectiva: em relação à qualidade de uso, conferida pelas suas propriedades materiais; e em relação ao

¹¹ Shakespeare, *Henrique IV*, parte 1ª., ato III, cena III.

fato de ser produto do trabalho humano, exatamente o que lhe confere valor, como abordado na teoria do valor-trabalho.

Sabemos que o valor-de-troca é a manifestação de uma substância que se pode distinguir da mercadoria e que é algo comum a todas as mercadorias, não sendo, portanto, uma propriedade delas. Eis o centro da questão que queremos abordar nesse momento¹². Para buscar resumir a questão, podemos dizer que Marx considera o trabalho como a substância do valor; a medida de sua magnitude é o tempo de trabalho e a sua forma é o valor-de-troca. Do ponto de vista da dialética, Harvey ressalta a importância em perceber a relação orgânica presente aqui, pois, apesar dessa complexidade de conceitos, esses elementos possuem plena relação com a vida cotidiana das pessoas, uma vez que todos fazem escolhas diárias entre ficar com o valor de uso ou o valor-de-troca de uma mercadoria da qual são portadores. Portanto, para Harvey (2012), ao abrir o livro *O capital* com a análise sobre a mercadoria, Marx situa o tema no campo de ação cotidiana das pessoas.

Achamos importante buscar compreender como Marx diferencia mercadoria de produto ou coisa útil. O autor afirma que “uma coisa pode ser útil e produto do trabalho humano, sem ser mercadoria”, o que acontece quando um trabalhador produz algo que satisfaz sua própria necessidade, gerando, assim, valor-de-uso. Ao passo que, para criar mercadoria, é necessário produzir valor-de-uso social, ou seja, produzi-lo para outros. Afirma que “o produto, para se tornar mercadoria, tem que ser transferido a quem vai servir como valor-de-uso, por meio de troca”. (MARX, 2011, p. 63.) O que não quer dizer, como ressalta Friedrich Engels (*apud* MARX, 2011, p. 63, nota 11a), que o autor de *O capital* considera como mercadoria qualquer produto desde que não seja consumido pelo produtor, mas por outra pessoa.

O conceito de mercadoria para Marx está necessariamente atrelado ao fato de o trabalho ser um atributo objetivo da própria mercadoria e afirma que o surgimento da

¹² Podemos perceber, assim, que o valor de uma mercadoria é conferido pelo trabalho humano objetivado nela e o valor de troca é a mensuração da quantidade de trabalho humano necessário para a sua produção, considerada como elemento comum às outras mercadorias e que as torna permutáveis. Na efetivação do intercâmbio entre elas, “o valor de uma mercadoria está para o valor de qualquer outra, assim como o tempo de trabalho necessário à produção de uma está para o tempo de trabalho necessário à produção da outra”. (MARX, 2011, p. 61.) O valor da mercadoria está relacionado à representação do trabalho que nela está contido, assim como a grandeza do valor está relacionado ao tempo de trabalho socialmente necessário para produzi-la. “Tempo de trabalho socialmente necessário é o tempo de trabalho requerido para produzir-se um valor-de-uso qualquer, nas condições de produção socialmente normais existentes e com grau social médio de destreza e intensidade do trabalho”. (MARX, 2011, p. 61.)

forma do valor e da forma-mercadoria são coincidentes. Assim, entendemos que, ao mesmo tempo que a força de trabalho humano (comprada pelo empregador) é um tipo de matéria-prima da mercadoria, ela é também o elemento que lhe confere a característica essencial de forma-mercadoria, o que lhe atribui valor.

Em todos os estágios sociais, o produto do trabalho é valor-de-uso; mas, só um período determinado do desenvolvimento histórico, em que se representa o trabalho despendido na produção de uma coisa útil como propriedade “objetiva”, inerente a essa coisa, isto é, como seu valor, é que transforma o produto do trabalho em mercadoria. Em consequência, a forma simples de valor da mercadoria é também a forma-mercadoria elementar do produto do trabalho, coincidindo, portanto, o desenvolvimento da forma-mercadoria com o desenvolvimento da forma do valor. (MARX, 2011, p. 83.)

Há diversos críticos à visão de Marx que propõem outras formas de conceituar mercadoria. Um autor expoente dessa crítica é Arjun Appadurai, que em 1988 organizou uma publicação retratando o diálogo entre antropólogos e historiadores sobre o tema da mercadoria. O intuito do livro *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural* foi retratar a visão de autores sobre a circulação das coisas, os percursos e trajetórias que elas traçam na sociedade, ou seja, olhar para as coisas, deslocando o foco das relações sociais que a precedem. Com essa informação já é possível perceber que se trata de uma linha de pensamento diferente do materialismo histórico, o qual entende que as relações sociais são centrais para a conceituação da mercadoria.

Appadurai explicita sua crítica à visão marxista de diversas maneiras, apesar de reconhecer que a discussão elaborada por Marx sobre mercadoria na obra *O capital* é a mais instigante e elaborada que conhece. Os pontos de discordância têm origem no próprio entendimento sobre valor, pois Appadurai afirma que a troca econômica cria o valor e a partir desse argumento desenvolve a tese de que as mercadorias, assim como as pessoas, têm uma vida social. O autor opta pela concepção subjetiva ao definir mercadoria como objeto de valor econômico, utilizando a definição de Simmel sobre valor econômico. Afirma que, nessa concepção, “valor jamais é uma propriedade inerente aos objetos, mas um julgamento que sujeitos fazem sobre eles”, mas lembra também que Simmel alerta para o caráter de provisoriedade dessa subjetividade. (APPADURAI, 2010, p. 15.)

Outra diferença substancial que Appadurai traz em relação a Marx é o entendimento de que as mercadorias existem em uma enorme gama de sociedades, não

somente nas sociedades capitalistas modernas, embora tenham força e projeção especiais nestas. Afirmar que atualmente a centralidade conceitual da ideia de mercadoria foi substituída pelo conceito neoclássico e marginalista de “bem”, sendo que a palavra “mercadoria” é usada na economia neoclássica apenas como referência a uma subclasse específica de bens primários, com exceção das análises marxistas (APPADURAI, 2010).

É possível tentar resumir o que Appadurai busca caracterizar a respeito das mercadorias em três considerações: a) propõem um entendimento amplo de mercadoria: enxerga a dimensão mercantil de todas as coisas, não somente as produzidas no modo capitalista; b) propõem a noção de “trajetória” das mercadorias como um olhar além da produção: rompe de modo categórico com a visão marxista da mercadoria, dominada pela perspectiva da produção, e concentra-se em toda a trajetória, desde a produção, passando pela troca/distribuição, até o consumo; e c) entende a mercantilização como um processo que envolve de forma diferenciada questões de fase, contexto e categorização, em que o modo capitalista de mercantilização é visto em interação com uma miríade de outras formas sociais nativas de mercantilização.

Por fim, vale ressaltar também concepções de importantes outros autores apresentadas por Appadurai na referida obra. Afirmar que Baudrillard traz a ideia de “emergência do objeto” na sociedade contemporânea, o que entende como “uma coisa que já não é mais um produto ou uma mercadoria, mas, em essência, é um signo em um sistema de signos de *status*”. Sobre o momento de emergência do objeto, Appadurai sinaliza que existem diferentes entendimentos. Para Baudrillard, o objeto surge plenamente apenas no século XX, no contexto das formulações teóricas de Bauhaus¹³, enquanto Mukerji demonstra que o surgimento do objeto na cultura europeia remonta do Renascimento. (APPADURAI, 2010, p. 65.)

Após a apresentação de diferentes entendimentos a respeito da mercadoria, cabe-nos retornar à concepção marxiana para estender um pouco mais esse debate. Caracterizada como elemento que simboliza o modo de produção capitalista, e, ao

¹³ Bauhaus, ou *Staatliches-Bauhaus* (literalmente, *casa estatal da construção* ou “casa construída” – há controvérsias quanto à tradução – mais conhecida simplesmente por Bauhaus) foi uma escola de *design*, artes plásticas e arquitetura de vanguarda que funcionou entre 1919 e 1933 na Alemanha. A Bauhaus foi uma das maiores e mais importantes expressões do que é chamado Modernismo no *design* e na arquitetura, sendo a primeira escola de *design* do mundo. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Bauhaus>>. Acesso em: 30 set. 2012.

mesmo tempo, como objeto trivial que circula na vida das pessoas de forma cotidiana satisfazendo desejos e necessidades, a mercadoria guarda, na visão de Marx, uma aura de mistério. Em relação ao valor-de-uso, não há o que suspeitar. Porém, em relação à sua característica de materialização de processos de trabalho, ou seja, em relação ao seu valor e a outros elementos decorrentes disso, a mercadoria chega a ser considerada fantasmagórica na obra marxiana.

Dessa forma, trazemos ao debate um dos conceitos mais discutidos de Marx – o fetichismo da mercadoria. O conceito de fetichismo é utilizado no sentido de ocultação, disfarce, dissimulação, como algo que transparece o que não é e oculta o que é, ou seja, a origem de suas características essenciais. Se partirmos da compreensão proposta por Marx de que as propriedades que conferem valor à mercadoria não são das coisas em si, mas sim dos processos de trabalho que as geraram, podemos compreender que:

A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar, portanto, a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho total, ao refleti-la como relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho (MARX, 2011, p. 94.)

Esse conceito de fetichismo é central para a compreensão de mercadoria na teoria marxiana, pois o autor entende que “através dessa dissimulação, os produtos do trabalho se tornam mercadorias, coisas sociais, com propriedades perceptíveis e imperceptíveis aos sentidos”. (2011, p. 94.) De maneira resumida, entendemos que, se a mercadoria é uma representação do valor, então é a representação do trabalho nela contido; dessa forma, o trabalho, que é processo, é representado pela mercadoria, que é uma coisa. A coisa é uma representação do processo. Assim, estabelece-se o que Marx vai chamar de uma “relação social entre coisas e uma relação material entre pessoas”. A relação entre as mercadorias, de forma descolada das relações sociais de produção, está na base do conceito de fetichismo da mercadoria.

1.3. Perspectivas sobre o debate do consumo nas ciências humanas

Certamente as transformações ocorridas a partir do advento do modo capitalista de produção, no contexto da Modernidade, tiveram impacto sobre as relações de

consumo. Mas como se deram as transformações no âmbito do consumo ao longo desse processo histórico? O significado de consumo atualmente tem dimensão similar ao estabelecido no século XVIII? O consumo é uma ação do campo individual ou social? Apresentamos esses questionamentos para iniciar a discussão sobre o tema e para demonstrar, de certa maneira, a diversidade que existe na abordagem teórica do assunto no campo das ciências humanas.

O processo de desenvolvimento do capitalismo fundou-se em um modo determinado de produção, que se consolida com a Revolução Industrial, muda radicalmente o processo de produção de bens e conduz – de forma orientada para a lucratividade – a transformação das relações de trabalho, o aumento da produtividade, o processo de circulação de mercadorias, e a ampliação (criação) de necessidades de consumo. Procurar analisar os processos por esse ângulo sinaliza um alinhamento com a perspectiva teórica marxista. Nessa via, a superação do capitalismo se daria de forma revolucionária, tendo como protagonistas os trabalhadores, organizados como classe. Assim, grosso modo, a gênese e o potencial de superação do capitalismo estão relacionados à esfera da produção. Essa corrente teórica vai reconhecer o debate do consumo e atribuir-lhe relevância quando abordado de maneira atrelada à produção, distribuição e troca, ou seja, como um dos elementos da estrutura econômica e social.

A ideia que se apresenta por si mesma é esta: na produção, os membros da sociedade apropriam-se [produzem, moldam] dos produtos da natureza para as necessidades humanas; a distribuição determina a proporção dos produtos de que o indivíduo participa; a troca oferece-lhe os produtos particulares em que queira converter a quantia que lhe coube pela distribuição; finalmente no consumo, os produtos convertem-se em objetos de desfrute, de apropriação individual. (MARX, 1999, p. 30. Grifos nossos.)

Na leitura da Introdução à crítica da economia política, é possível perceber que Marx traça uma forte relação de complementaridade e identidade entre produção e consumo. Estabelece uma dialética entre esses dois elementos, pela qual acaba determinando que a produção é imediatamente consumo, assim como consumo é imediatamente produção. Por um lado, emprega o conceito de *consumo produtivo* referindo-se, por exemplo, ao que ocorre com o indivíduo que gasta, consome, suas próprias faculdades no ato da produção, assim como os meios de produção e as matérias-primas que são utilizadas na fabricação de novos objetos. Por outro lado,

entende que acontece a *produção consumidora*, como no caso da fotossíntese da planta ou da alimentação humana, em que o homem produz seu próprio corpo. (MARX, 1999, p. 31.)

Na obra citada acima, ainda que de forma breve, o autor atribui, na relação com a produção, certas qualidades ao consumo, que lhe conferem importância na dinâmica do capitalismo. Afirma que o produto só se torna produto efetivo no consumo, ou seja, só se realiza ao ser utilizado pelo indivíduo. Estabelece também que o consumo é o fundamento ideal que move internamente a produção, uma vez que cria a necessidade de uma nova produção. Mas, em paralelo, Marx afirma que a produção cria a necessidade de consumir, fornece o objeto material e determina também o modo de consumir, uma vez que o objeto é um objeto específico, que deve ser consumido de uma certa maneira. O caráter subjetivo aparece nesse momento: “O objeto de arte, tal como qualquer outro produto, cria um público capaz de compreender a arte e de apreciar a beleza. Portanto a produção não cria somente o objeto, mas também um sujeito para o objeto”. (MARX, 1999, p. 34.)

Para Marx, o consumo se encontra na esfera individual, privada, fora da economia. Depende da relação entre os indivíduos e representa a etapa em que o objeto sai da esfera social para atingir sua dimensão última subjetiva.

Produção, distribuição, troca e consumo, formam assim [segundo a doutrina dos economistas] um silogismo correto: produção é a generalidade; distribuição e troca, a particularidade; consumo, a individualidade expressa pela conclusão. [...] [...] o ato final do consumo, concebido não somente como o ponto final, mas também como a própria finalidade, se encontra propriamente fora da Economia, salvo quando retroage sobre o ponto inicial fazendo com que todo o processo recomece. (MARX, 1999, p. 30.)

Na obra marxiana, é no âmbito da produção que as determinações sociais se dão, é onde se estruturam as classes e se definem as relações sociais que travam entre si. Por esse motivo é que o seu foco de análise estaria na base produtiva. Já o consumo, entendido como dimensão individual, não expressaria a relação entre classes, mas sim entre indivíduos e do indivíduo consigo mesmo. Como já abordamos, o consumo finaliza a produção, mas é por ela direcionado, uma vez que é a produção que cria os instrumentos e seus usos, que só assumirão uma forma subjetiva ao ser consumidos. (OLIVEIRA, 2007.)

A abordagem marxista prevaleceu desde o princípio no campo das ciências sociais, o que pode justificar o fato de haver escassa produção acadêmica nessa área com foco no consumo, uma vez que, na visão de alguns autores e pesquisadores, tal assunto seria considerado de menor importância pelos marxistas, em comparação com as dinâmicas que envolvem as relações de trabalho e produção. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006.) Para a pesquisadora Milena Oliveira, é um equívoco pensar que, na análise centrada na produção, Marx teria discriminado o consumo. Em sua visão, a produção era o “elemento revolucionário óbvio do momento”, mas essa análise não exclui a compreensão de que no campo do consumo também se estavam processando transformações importantes. (OLIVEIRA, 2007.)

O inglês Neil McKendrick foi um dos primeiros historiadores a tratar do tema do consumo, desenvolvendo uma importante pesquisa sobre o papel do consumo no contexto de formação do capitalismo na Inglaterra. Em suas análises, propõe uma leitura bastante inovadora da transição do capitalismo ao feudalismo, na qual afirma que teria ocorrido uma *Revolução do Consumo*, de forma paralela e complementar à primeira Revolução Industrial. (OLIVEIRA, 2009.) Aponta, junto com outros autores¹⁴, que ocorreram transformações essenciais do lado da demanda, e não somente na oferta de produtos: “houve uma reorganização da sociedade que girou em torno da ruptura entre consumo e subsistência, que deixaram de ser coincidentes.” (OLIVEIRA, 2009, p. 3.)

McKendrick é considerado um clássico da perspectiva teórica que propõe uma ruptura com a visão de consumo determinada pela produção. Essa abordagem traz certa centralidade ao consumo, na sociedade contemporânea¹⁵. Barbosa e Campbell, pesquisadores dessa área de conhecimento, acreditam que a análise do consumo nas ciências sociais ainda enfrenta muitas dificuldades. Entendem que o maior desafio a ser superado é o que chamam de *bias produtivista*, no qual o consumo ainda aparece como um tema pouco relevante em relação à produção, que é sempre considerada predominante, mesmo na maioria das análises sobre consumo. Seguindo o entendimento dos autores, isso faz com que se desconsidere a exterioridade do campo do consumo em relação à produção (BARBOSA; CAMPBELL, 2006.)

¹⁴ Sobre o conceito de Revolução do Consumo, vide também McCracken, 1990.

¹⁵ As seguintes obras são consideradas clássicas nesta perspectiva: *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, de Colin Campbell, *Cultura e consumo*, de Grant McCracken, e *O mundo dos bens*, de Mary Douglas e Baron Isherwood. (BARBOSA, 2006.)

A autora Fátima Portilho se propõe a analisar o movimento dos consumidores no âmbito dos movimentos sociais econômicos e os classifica de acordo com as diferentes formas de atuação que assumem.

O que designamos, genericamente, por movimento de consumidores parece representar, pelo menos, três categorias distintas de movimento social, com objetivos e ações, às vezes, bem diferentes entre si: (a) os movimentos de defesa dos direitos dos consumidores, ou consumerismo, que surge como reação à situação de desigualdade entre fornecedores e consumidores, construindo a noção de direito do consumidor; (b) os movimentos anticonsumo, vinculados à crítica à “sociedade de consumo” e (c) os movimentos pró-consumo responsável, que visam a construir uma nova cultura de ação política através das práticas de consumo. (PORTILHO, 2009, p. 201.)

No entanto, para além dos movimentos de consumidores, a autora também aborda em suas obras as formas de participação e ação política na esfera do consumo individual, o que chama de consumo político. Trata-se, segundo Portilho (2010), de uma ação política inovadora e não institucionalizada que, ao contrário da privatização da política, propõe que seja analisada como politização da vida privada.

O estudo do consumo sob a perspectiva que esses últimos autores abordam vem adquirindo significativa importância nas ciências sociais contemporâneas, refletida no crescente número de pesquisadores e trabalhos produzidos na área. No Brasil, esse campo de estudo também está ganhando projeção e conta atualmente com uma produção acadêmica bastante significativa. As áreas de estudo que geralmente aparecem vinculados a essa tendência nas ciências são a Sociologia do Consumo e a Antropologia das Coisas. As pesquisadoras Livia Barbosa e Fátima Portilho coordenam um grupo de pesquisa denominado Grupo de Estudos do Consumo¹⁶, responsável pela edição da revista *Consumption, Culture and Society*¹⁷ e pela realização anual do Encontro Nacional de Estudos do Consumo (Enec), que no ano de 2012 completou sua VI edição. Está confirmada a realização do VII ENEC em 2014, com o tema “Mercados contestados – as novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei”, que será

¹⁶ O grupo é vinculado à Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), onde as pesquisadoras citadas são professoras. Mais informações em: <<http://estudosdoconsumo.com.br/en/>>.

¹⁷ *Consumption, Culture and Society* é a revista eletrônica luso-brasileira, multidisciplinar criada em torno do Grupo de Estudos do Consumo (<<http://estudosdoconsumo.com.br/quem-somos/>>) e do Enec, que ocorre no Rio de Janeiro a cada dois anos, desde 2004. Nos últimos quatro anos, o Grupo de Estudos e o Encontro se expandiram, tornando-se uma iniciativa luso-brasileira e consolidando, assim, uma ampla rede de pesquisadores no Brasil e em Portugal, como a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, a Universidade Federal Fluminense e a Universidade Nova de Lisboa, que agora apoiam essa revista. Disponível em: <<http://estudosdoconsumo.com.br/publicacoes>>. Acesso em: 30 set. 2012.

organizado junto a dois eventos internacionais do mesmo escopo, o III Encontro Luso-brasileiro de Estudos do Consumo, e o I Encontro Latino-americano de Estudos do Consumo.¹⁸

Entendemos que o aprofundamento do estudo das pesquisas e elaborações que estão sendo realizadas nesse campo é de grande contribuição para o tema da presente pesquisa. Porém, não foi nossa intenção fazê-lo neste momento, uma vez que o objeto da presente pesquisa nos levou a uma maior concentração nas práticas de formação desenvolvidas no campo social, motivo que nos fez dar maior ênfase aos autores e às informações desenvolvidas no próprio campo da economia dos setores populares, os quais serão abordados nos capítulos seguintes.

¹⁸ Disponível em: <<http://estudosdoconsumo.com.br>>. Acesso em: 10 fev. 2014

CAPÍTULO II. O DEBATE DO CONSUMO NO CAMPO SOCIAL

Como consumir é, de fato, uma necessidade humana, seria viável desenvolver relações sustentáveis de consumo? É possível, no contexto social de hegemonia do modo capitalista de produção, desenvolver práticas de consumo que contribuam para a melhoria das condições de vida das pessoas?

Compartilhamos do entendimento de que o consumo é um elemento vinculado ao modelo de desenvolvimento adotado, à forma social de produção. Assim, encontramos dificuldade em afirmar a possibilidade de desenvolver práticas de consumo alinhadas ao bem-estar social, no contexto de hegemonia do modo capitalista de produção. Isso porque o modelo de desenvolvimento capitalista pressupõe o consumo acentuado como elemento condicionante da prosperidade econômica das empresas. O consumo em massa é uma necessidade do sistema capitalista, é um pressuposto para alcançar o objetivo fundante de seus empreendimentos, que é a obtenção do lucro máximo. Haja vista o alto investimento do setor produtivo no desenvolvimento de mecanismos de estímulo e indução ao consumo de bens produzidos em ritmo sempre mais acelerado, em quantidades e variedades sempre maiores, e com vida útil programada para mais curta.

O século XX foi o cenário da ascensão da cultura de consumo, que alcançou as mais diversas sociedades do globo, ainda que com graus de intensidade variados entre as sociedades ocidentais, orientais, predominantemente rurais, urbanas etc. A cultura do consumo semeia a padronização, propõe produtos e serviços que se pretendem universais, feitos para qualquer um e vendidos como soluções para todas as necessidades e respostas a todos os desejos.

É possível afirmar que vivemos sob a hegemonia da cultura de consumo, mas é certo que ela tem que conviver com outros elementos culturais, enraizados em diferentes comunidades, povos e regiões. Assim, as culturas tradicionais, originais, ao mesmo tempo que são afetadas, seguem representando a diversidade, as singularidades, as preferências por outros gostos, outros costumes, outros padrões de beleza e de diversão, outras comidas, outros desenhos de famílias, outras formas de amar e de habitar o mundo. Ao seguir reproduzindo a vida de maneira diferente da hegemônica, essas culturas (e/ou movimentos, e/ou pensamentos) simbolizam resistências.

As resistências, assim como as minorias, ao insistirem em existir de forma diferente do “convencional”, enfrentam dificuldades. Assim, a agricultura camponesa mantém-se porque resiste ao predomínio da monocultura e do agronegócio. O trabalho artesanal resiste porque convive com a preferência pelos produtos industrializados. O cabelo crespo resiste ao alisamento. A salada de legumes convive com a porção de batatas fritas. O terreno do quintal da casa resiste ao prédio. A praça, ao condomínio. O teatro à TV. A brincadeira criativa reveza com os *games*. O encontro presencial pode ser facilitado pelas redes sociais. Porque resistir hoje, na maioria dos casos, é resistir na convivência, não (somente) na negação. E esse é um grande desafio que o desenvolvimento capitalista coloca a todos os seus críticos – resistir na convivência. É resistir naquilo que nos dá sentido, ao mesmo tempo que aceitamos e desejamos o que o desenvolvimento tecnológico e científico tem de bom a oferecer para a nossa vida. Porém, o problema é que esse mesmo desenvolvimento, na matriz capitalista, acontece à custa da exploração e da produção de desigualdades, de abismos sociais. Essa é mais uma das contradições intrínsecas ao capitalismo, o que Marx já considerava como a característica principal desse sistema.

A ampla penetração da cultura do consumo nas mais diversas sociedades do globo é um indicador do sucesso logrado pelos mecanismos de incentivo e estímulo ao consumo acentuado, promovidos pelas economias mundiais. A contradição é que, justamente em decorrência dessa superpropagação da cultura de consumo, as sombras presentes nos padrões de produção, necessários para que proporcionem os padrões de consumo em níveis sempre mais acentuados, também começaram a ser expostas. E muitas características inerentes aos padrões de consumo contemporâneos demonstram desequilíbrios. Assim, a divulgação dos impactos ambientais e sociais decorrentes dos padrões de produção e consumo contemporâneos vem causando reações por parte da sociedade internacional. É nesse campo que se encontram as diferentes propostas de enfrentamento da questão, que têm em comum o olhar para o consumo como um instrumento de apoio à visão de sociedade que se busca concretizar.

Diversas organizações no Brasil e no mundo vêm trabalhando para a construção e o fortalecimento de práticas diferenciadas dos indivíduos e organizações sociais frente às relações de consumo. Existem diversos trabalhos que apontam esforços nesse sentido, seja em relação aos direitos dos consumidores, seja no âmbito da

responsabilidade social empresarial, seja no campo da produção mais limpa (pela adoção de critérios sustentáveis na produção), seja no campo dos movimentos sociais populares.

Diferentes adjetivos são adotados para qualificar esses comportamentos de consumo “diferenciados”: ético, consciente, crítico, sustentável, responsável, ou ainda, solidário. Lançando um primeiro olhar sobre a questão, é possível pensar que se trata apenas de diferentes nomenclaturas com o mesmo significado ou com a mesma intenção. Porém, é necessário observar de forma mais aprofundada para entender as divergências entre as propostas dos diferentes atores que compõem o debate sobre o consumo no campo social. Esses diferentes atores compartilham da visão de que o “consumo qualificado” trata da capacidade de o consumidor elaborar questionamentos sobre os atuais padrões de produção e consumo e orientar suas escolhas com base nessa reflexão. Dessa forma, entende-se que a opção pelo consumo de determinados produtos ou serviços simboliza um ato de apoio do consumidor àquela empresa ou instituição responsável pelo processo produtivo, pela “história” que existe atrás de tais produtos ou serviços. E por isso o consumidor precisaria conhecer mais sobre a atuação da esfera de produção e distribuição de mercadorias e serviços.

Alguns atores colocam ênfase na perspectiva ambiental do tema e optam pela terminologia consumo sustentável. Eles compreendem que o debate do consumo no campo social surgiu no final do século XX, das preocupações ambientais com a insustentabilidade dos padrões de produção e consumo, apresentadas na Agenda 21 Global, documento produzido e assinado por diversos países na Conferência Rio 9219 (SMA; IDEC; CI; 1998)

O Ministério do Meio Ambiente no Brasil utiliza essa terminologia em suas políticas públicas, de forma alinhada ao Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e aos parceiros internacionais signatários do Plano de Marrakesh²⁰.

¹⁹ A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, também conhecida como Cúpula da Terra, foi realizada no Rio de Janeiro, em junho de 1992.

²⁰ O Plano de Marrakesh foi estabelecido para cumprir do Plano de Johannesburgo (aprovado na Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, ou Rio+10, em 2002), que propôs a elaboração de um conjunto de programas, com duração de dez anos (*10 Years Framework Program*), que apoiasse e fortalecesse iniciativas regionais e nacionais para promoção de mudanças nos padrões de consumo e produção. Como a ONU nomeia os documentos e processos oficiais resultantes de suas reuniões de acordo com a cidade sede da reunião, esta foi batizada assim por ter sido realizada em Marrakesh, no Marrocos, em 2003. Disponível em:

Com essa adesão, o Brasil assumiu o compromisso de elaborar seu Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS), que foi apresentado à sociedade em novembro de 2011²¹ e apresenta o seguinte conceito de consumo sustentável:

Consumo Sustentável é “o uso de bens e serviços que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso dos recursos naturais e materiais tóxicos, a geração de resíduos e a emissão de poluentes durante todo ciclo de vida do produto ou do serviço, de modo que não se coloque em risco as necessidades das futuras gerações”. (BRASIL, MMA, 2011.)²²

Outra forma de propor esse debate é apresentar o *consumo consciente* como o papel dos cidadãos no reconhecimento e valorização das atitudes responsáveis das empresas. Nesse sentido, citamos como exemplo a atuação do Instituto Akatu e seus parceiros da área empresarial, que têm como objetivo promover o consumo consciente como:

um instrumento fundamental de transformação do mundo, já que qualquer consumidor pode contribuir para a sustentabilidade da vida no planeta: por meio do consumo de recursos naturais, de produtos e de serviços e pela valorização da responsabilidade social das empresas. (AKATU, 2012.)²³

Até aqui, entendemos que está em destaque, por um lado, a problematização dos impactos e desequilíbrios causados pelos padrões de produção e consumo insustentáveis e, por outro lado, a aposta na adoção de comportamentos conscientes e ecológicos, por parte dos consumidores, e na melhoria do uso dos recursos naturais, por parte das empresas.

É difundida a informação de que diversas empresas, inclusive as grandes marcas, já vêm aplicando há anos mudanças no uso dos recursos materiais, energéticos e bióticos no processamento de seus produtos. Essas empresas estão fazendo da sustentabilidade um objetivo estratégico e, dessa forma, apropriam-se dela, não só pelo

<http://www.mma.gov.br/images/arquivos/responsabilidade_socioambiental/producao_consumo/PPCS/PPCS_VolumeII.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2014.

²¹ Este documento é o resultado de um processo de articulação, elaboração e consulta pública, desenvolvido ao longo de quase quatro anos pelo Ministério do Meio Ambiente em conjunto com o Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável (CGPCS). Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

²² Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/images/arquivos/responsabilidade_socioambiental/producao_consumo/PPCS/PPCS_Sumario%20Executivo.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2014.

²³ Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Institucional/OAkatu>>. Acesso em: set. 2012.

discurso, mas também pelas suas práticas. (ABRAMOVAY, 2013.) O reconhecimento da problemática ambiental pela sociedade civil gera pressão sobre as companhias, que vêm construindo respostas, seja para não colocar em risco sua reputação (sua imagem, sua marca), seja para diminuir custos com a racionalização do uso de recursos ambientais.

Porém, voltamos àquilo que nos propomos a questionar na presente pesquisa: qual a efetividade dessas práticas para a concreta melhoria da condição de vida das pessoas no planeta? Se essas empresas empenham-se em consumir menos água, fazer a transição para fontes renováveis de energia e reciclar cada vez mais, por que isso não se traduz, globalmente, em melhores indicadores ambientais? (ABRAMOVAY, 2013.)

A razão é que, ao mesmo tempo que as corporações buscam reduzir o impacto na produção, elas seguem lançando cada vez mais produtos no mercado. Assim, mesmo com mais eficiência ambiental, como a fabricação de cada empresa não para de crescer, essa redução no uso dos recursos não basta para que a economia se encaixe nos limites ambientais.

O automóvel individual é um exemplo gritante desse paradoxo: apesar do aumento em sua eficiência, a Agência Internacional de Energia prevê que as emissões anuais do setor de transporte dobrem até 2025. Apesar de mais eficientes, os carros particulares responderão por 90% deste aumento. A maior quantidade de carros vai contrabalançar seu melhor desempenho.

Outro exemplo vem da produção de cimento: entre 1990 e 2011, cada tonelada do produto foi produzida emitindo 17% a menos de gases de efeito estufa. Mas a produção aumentou tanto que as emissões totais do setor ampliaram-se 44% no período. (ABRAMOVAY, 2013.)

O reconhecimento de que o atual conceito de crescimento econômico e os índices de aumento do consumo não se mostram capazes de proporcionar o alcance da sociedade do bem-estar²⁴ também já está presente no discurso das corporações mundiais²⁵. Resta saber se as grandes marcas globais estarão dispostas a orientar suas atividades não por metas de crescimento sempre maiores, mas sim por sua capacidade de preencher reais necessidades humanas. Segundo Abramovay, o verdadeiro avanço na

²⁴ Termo utilizado na *Pesquisa Akatu 2012: Rumo à sociedade do bem-estar*. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/pesquisa/2012/PESQUISAAKATU.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

²⁵ O relatório apresentado em 2012 pelo Fórum Econômico Mundial trata especificamente dessa problemática. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_ConsumptionDilemma_SustainableGrowth_Report_2011.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2012.

atuação das grandes marcas globais se daria não no sentido da redução de males, mas sim no debate sério sobre as finalidades, os propósitos e as utilidades daquilo que oferecem à vida social. Seriam essas atitudes compatíveis com as empresas que atuam sob a matriz capitalista de produção, cuja meta suprema é sempre orientada para o lucro? Seria razoável apostar que as corporações, estrategicamente organizadas para a geração de lucro, muitas vezes em detrimento da melhoria das condições de trabalho e renda de seus funcionários, poderiam comprometer-se efetivamente a contribuir para o bem-estar da sociedade?

Como podemos perceber, as perguntas formuladas para analisar criticamente a proposta da responsabilidade socioambiental das empresas nos conduzem, inevitavelmente, ao questionamento do próprio modelo capitalista de desenvolvimento, ou da possibilidade de haver melhorias sociais efetivas no escopo do modo capitalista de produção. Nesse contexto, a concepção do consumo consciente como instrumento de transformação da sociedade esbarra no mesmo impasse.

Nesse momento, acrescentamos à nossa reflexão as formulações elaboradas pelo Instituto Kairós, que levam o debate do consumo para o campo das relações não hegemônicas de produção. Na concepção dessa entidade, a prática do consumo responsável deve estar alinhada a relações de produção e comercialização pautadas pela busca da justiça social e pela redução das desigualdades. Assim, a entidade situa a sua concepção de consumo responsável no campo dos movimentos sociais populares.

Entendemos que o consumo responsável é “um conjunto de hábitos e práticas que fomentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social. O consumo responsável visa melhorar as relações de produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, de acordo com os princípios da economia solidária, soberania alimentar, agroecologia e o comércio justo e solidário. É a valorização e a vivência de atitudes éticas para a construção conjunta de um novo panorama social e ambiental.” (INSTITUTO KAIROS, 2012.)²⁶

Essa perspectiva compreende o consumo responsável além da mudança de hábitos de consumo que levam em conta apenas o menor desperdício ou o maior bem-estar individual, e direciona a atenção para o contexto no qual o produto ou serviço está inserido, sua história, as características que carrega e as consequências desse ato.

²⁶ Disponível em: <www.institutokairos.net>. Acesso em: 23 dez. 2013.

Sendo assim, de acordo com as características presentes ao longo da cadeia produtiva – mão de obra utilizada, origem da matéria-prima, transformação, relações de compra e venda etc. – compreende-se que o consumidor pode apoiar processos favoráveis à manutenção dos padrões de produção e consumo hegemônicos ou, por outro lado, apoiar e fortalecer processos produtivos construídos sob a lógica da cooperação e solidariedade. Nesse contexto, a entidade busca atuar a partir do reconhecimento da necessidade de mudanças estruturais na esfera da produção e da comercialização, para que se possam concretizar mudanças nas relações de consumo e assim trabalhar o tema não de forma isolada, mas a partir das relações de interdependência nessa cadeia.

Para compreendermos melhor essa concepção de consumo responsável, é necessário conhecer de forma mais aprofundada o contexto das iniciativas populares que não se encontram na esfera capitalista. Como abordamos anteriormente, são os empreendimentos que resistem à hegemonia do modo capitalista de produção. Porém, dada a força do capital, é necessário reconhecer que a resistência à sua hegemonia é uma luta. Além disso, muitas vezes essa resistência não é somente opção ou combate ideológico, mas é o que restou como possibilidade de sobrevivência a milhões de pessoas, que constituem uma parcela significativa da população que sobrevive de trabalhos não situados na esfera capitalista da economia.

A fim de subsidiar essa discussão sobre as diferentes esferas da economia, recorreremos à diferenciação proposta por Fernand Braudel. Esse historiador defende que a economia moderna tem três níveis: o da vida material; o da economia de mercado; e o do capitalismo. Quanto ao que chama de vida material, pode-se entender como economia de subsistência (BRAUDEL, 1987). Para o presente estudo, é importante compreender melhor essa diferenciação para distinguir de forma clara a dimensão econômica do capitalismo – que abarca o poder econômico e político – e as dimensões em que se situam os empreendimentos da economia dos setores populares, afastados das esferas de poder e de decisões “macro”, e mergulhados na necessidade diária de lutar pela sobrevivência através do trabalho. A obra de Fernand Braudel nos foi apresentada por Ricardo Costa, secretário executivo da Capina²⁷, em palestras e oficinas de

²⁷ A Capina é uma associação civil que exerce atividades de administração e gestão da produção, de comercialização e de educação para o trabalho que se inserem no âmbito da economia dos setores

formação ministradas entre 2010 e 2013. Nesta pesquisa, não foi nossa intenção fazer um estudo aprofundado sobre esse autor, mas optamos por utilizá-lo como referência para justificar a diferenciação entre os empreendimentos que circulam na esfera capitalista da economia e o que chamamos de iniciativas não hegemônicas, situadas no campo da economia popular e solidária. Assim, nossa proposta para este Capítulo é aprofundar o debate do consumo no campo das iniciativas não hegemônicas de produção.

No Capítulo anterior, procuramos caracterizar as relações que dão forma ao modo capitalista de produção, para então fazer a apresentação das práticas econômicas que se situam fora desse eixo, no campo da economia popular e solidária. Isso posto, pretendemos demonstrar de que maneira a proposta e as práticas de consumo responsável, contextualizadas nesse campo, são encaradas como uma estratégia de fortalecimento dos grupos associativos e de melhoria das condições de vida das pessoas. Encerramos o presente Capítulo com considerações sobre a importância das práticas de formação que favoreçam a ampliação deste debate, o qual vincula a concepção de consumo responsável à busca pela justiça social.

2.1. As iniciativas no campo da economia dos setores populares

Como vimos, à margem do desenvolvimento capitalista, que há tempos é hegemônico, remanescem formas diferenciadas de produzir, comercializar e consumir. Essas práticas econômicas não hegemônicas são bastante diversificadas e, de acordo com as características que carregam, podem ser consideradas como: ações de contraposição ao capitalismo, movidas por intenção político-ideológica; ou práticas tradicionais de produção agrícola ou artesanal, que preexistem ao surgimento do capitalismo; ou simplesmente iniciativas de sobrevivência, em sua maioria, tomadas por trabalhadores excluídos socialmente do sistema predominante. Estar fora da esfera capitalista não significa não se relacionar com a dimensão econômica capitalista, pois

populares, incluindo as iniciativas da economia solidária. É uma organização parceira do Instituto Kairós e será apresentada com mais detalhes no Capítulo III, item 3.4, da presente pesquisa.

isso seria impossível, dada a hegemonia desse sistema. O que procuraremos demonstrar agora são as variadas feições das práticas econômicas não caracterizadas como capitalistas e as relações diferenciadas de consumo que podem ser desenvolvidas no campo em que elas se inserem, a partir da ampliação do debate sobre a proposta do consumo responsável.

Para alguns autores e pesquisadores da área da economia popular ou social, as práticas não hegemônicas estão inscritas em uma esfera mais ampla, denominada economia dos setores populares, que não deve ser eclipsada pelo que usualmente se denomina economia informal.

Convencionamos designar por economia dos setores populares as atividades que, possuem uma racionalidade econômica ancorada na geração de recursos (monetários ou não) destinados a prover e repor os meios de vida, e na utilização de recursos humanos próprios, agregando, portanto, unidades de trabalho e não de inversão de capital. (KRAYCHETE. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000, p. 15.)

No âmbito dessa economia dos setores populares, convivem tanto as atividades realizadas de forma individual ou familiar como as diferentes modalidades de trabalho associativo, onde estão incluídos os empreendimentos da economia solidária. Assim, a designação de economia dos setores populares pretende “expressar um conjunto heterogêneo de atividades, tal como elas existem, sem idealizar os diferentes valores e práticas que lhes são concernentes. Portanto não se trata de adjetivar essa economia, mas de reconhecer que os atores nela inscritos são vinculados principalmente aos setores populares.” (COSTA e KRAYCHETE, 2007, p. 10). Na visão de Coraggio (2000), a economia dos setores populares possui uma racionalidade econômica própria, que se diferencia da empresa capitalista, a qual adota procedimentos como a dispensa de trabalhadores, pela busca do lucro e da competitividade. Ao passo que a racionalidade econômica dos empreendimentos populares está subordinada às necessidades da reprodução da vida e da unidade familiar.

O professor Paul Singer, dirigente da Secretaria da Economia Solidária (Senaes), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), entende que a economia não capitalista se caracteriza basicamente pela presença de princípios socialistas ou cooperativistas, ou seja, são as empresas ditas igualitárias, cuja posse é de todos os que trabalham nela, igualmente. São os empreendimentos democráticos, onde todos os trabalhadores, por

princípio, têm poder de decisão. (SINGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000.) Segundo o professor, o que o economista Coraggio chama de “economia do trabalho, ou economia popular”, é necessariamente uma economia autogestionária, palavra que quer dizer “igualdade e democracia: igualdade econômica relativa e democracia de decisão absoluta”. (SINGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000, p. 149.)

Para avançarmos no entendimento sobre a dinâmica dos empreendimentos de produção e comercialização solidária, faremos um breve resgate histórico da economia solidária no Brasil para, em seguida, tratar da sua relação com o consumo responsável e as práticas de formação.

2.2. A economia solidária e suas práticas no Brasil

O documento da V Plenária do Fórum Brasileiro de Economia Solidária considera a

economia solidária como estratégia de desenvolvimento territorial, sustentável, diverso e solidário, como opção de organização popular e luta emancipada das/os trabalhadoras/es associadas/os. A economia solidária é, assim, uma proposta transversal e articulada com diversos temas, sujeitos e iniciativas para o enfrentamento e superação do modelo capitalista. (FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA, 2012.)

Essa definição retrata o avanço da proposta e das articulações em torno da economia solidária, que conta hoje com a atuação de diversos atores sociais em sua base, situados nas universidades, no poder público, nos 22 mil empreendimentos econômicos e solidários de produção, comercialização e consumo mapeados²⁸, nas entidades de apoio, entre outros.

A origem da economia solidária no Brasil nos remete a meados de 1980, no contexto da forte crise econômica da época, que se agravou na década seguinte com a adoção das políticas neoliberais e a abertura dos mercados. Nesse marco, surgem diferentes iniciativas populares, empreendimentos associativos de cunho comunitário, grupos de geração de renda formados dentro dos movimentos sociais, ou vinculados ao

²⁸ Informação extraída do *Atlas da economia solidária no Brasil*. (ASSOCIAÇÃO NACIONAL TRABALHADORES E EMPRESAS DE AUTOGESTÃO E PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA, 2009.)

trabalho de entidades assistencialistas, filantrópicas, etc., em reação à crise do trabalho. Aos poucos, esse campo vai conquistando visibilidade social e também política, quando o conceito de economia solidária começa a ganhar forma, próximo ao ano 2000.

Para Singer, as experiências de economia solidária que surgem nesse contexto têm como característica principal a prática da autogestão e compõem o que o professor considera como um modo de produção contraposto ao capitalismo.

A economia solidária surge como modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo, criado e recriado periodicamente pelos que se encontram (ou temem ficar) marginalizados do mercado de trabalho. A economia solidária casa o princípio da unidade entre posse e o uso dos meios de produção e distribuição (da produção simples de mercadoria) com o princípio da socialização destes meios (do capitalismo). (SINGER, 2003, p.13.)

As experiências da economia solidária, também chamadas de empreendimentos, são cooperativas, associações ou outras formas de organização coletiva em que os integrantes praticam os princípios do cooperativismo no exercício da atividade econômica, seja esta de produção, distribuição ou consumo. Paul Singer (2003, p. 13-14) acredita que a economia solidária é uma “criação em processo contínuo”, que já apresenta resultados históricos, dentre eles as conquistas dos “assalariados que se associam para adquirir em conjunto bens e serviços de consumo, visando ganhos de escala e melhor qualidade de vida”.

O pesquisador Luiz Inácio Gaiger entende que, por volta dos anos 2000, há uma evolução importante das experiências no campo da economia solidária, inclusive na forma de agir das entidades de fomento, que ampliaram o olhar para a questão da viabilidade dos empreendimentos, da autossustentabilidade, para que pudessem constituir-se como alternativas duradouras. Começa a surgir nessa fase uma clara busca de novos formatos de geração e apropriação de tecnologias para dar sustentação a esses empreendimentos, (GAIGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000.) É nessa época que se estrutura o conceito de empreendimento econômico e solidário, que, na visão de Gaiger, se refere a empreendimentos que:

primeiramente, combinam a busca de eficiência e viabilidade com o aprimoramento dos princípios cooperativos e democráticos; combinam, por outro lado, sua autonomia de gestão com uma atitude de responsabilidade e de envolvimento social; por fim, conjugam a obtenção de resultados econômicos com outros benefícios, no plano da educação, da qualificação profissional, da cultura e assim por diante. (GAIGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000, p. 177.)

O autor alerta que, obviamente, não se trata de afirmar que os empreendimentos, na prática, atingem essa perfeição, mas sim de entender o conceito como uma ferramenta para analisar e comparar os casos concretos. (GAIGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000). Essa afirmação nos leva a abordar o tema da idealização. Podemos dizer que o conceito de economia solidária, para alguns autores, carrega projeções e desejos, traduz uma economia solidária que existe antes na esfera ideal, para só então ser perseguida na realidade, nas práticas dos diversos sujeitos que a constroem como movimento social. Segundo o pesquisador, os conceitos ideais de economia solidária podem ajudar a apresentar questões para a análise da realidade, mas é necessário evitar o equívoco de confundir desejo e realidade, esquecendo-se do contexto, das circunstâncias, dos problemas. (GAIGER, 2000.) Eis o perigo dos conceitos ideais, uma vez que há um limite tênue entre o papel que eles podem exercer para ajudar a construir o novo e o poder de deixar a todos tão encantados que se abstenham de enxergar a realidade.

Singer também contribui para esse debate quando fala da diferença entre o ideal e o que existe na realidade das cooperativas hoje, mergulhadas na sociedade capitalista, nos valores competitivos, individualistas etc. “Fechar os olhos a isso é dizer: não, vamos fazer um parêntese, vamos criar uma coisa completamente fechada, protegida”. O professor alerta que a proposta da economia solidária é para todos, “não é para uma minoria seleta que pelo seu exemplo, exclusivamente, vai ajudar a transformar a humanidade”. (SINGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000, p. 150.)

O que parece ser consenso entre os pesquisadores da área é que a economia solidária não é uma receita que se aplica imediatamente, seguindo regras de conduta. Ela envolve a prática da democracia no coletivo, é uma luta contínua, um exercício cotidiano, que provavelmente vai prosseguir sempre. (SINGER. In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000.)

Costa e Kraychete, na introdução do livro *Economia dos Setores Populares – sustentabilidade e estratégias de formação* reconhecem os importantes avanços alcançados pela articulação política em torno da economia solidária nos primeiros anos da década de 2000, porém manifestam preocupações sobre os limites de sustentabilidade dos grupos associativos.

Se é grande a vitalidade política do movimento da economia solidária [...], os seus empreendimentos, quando observados de perto, apresentam grandes dificuldades e fragilidades ainda pouco analisadas e situam-se, por razões históricas, num contexto reconhecidamente adverso. (COSTA; KRAYCHETE. In: AGUIAR; KRAYCHETE, 2007, p. 9.)

A questão da sustentabilidade dos empreendimentos da economia popular e solidária não pode ser considerada como um problema meramente econômico, mas sim como uma questão ampla, que deve contar com ações políticas de longo prazo, comprometidas com a transformação social, que, por meio do “fortalecimento da cidadania, imponham direitos sociais como princípios reguladores da economia.” (KRAYCHETE, In: AGUIAR; KRAYCHETE, 2007, p. 33.) Nesse sentido, é fundamental considerar as especificidades desses empreendimentos, pois a noção de viabilidade e eficiência para eles pode ser diferente do que é para as empresas capitalistas. Por exemplo, em uma empresa capitalista, o fator trabalho é um meio, um instrumento, enquanto num empreendimento solidário o fator trabalho é também um fim, e os trabalhadores são sujeitos do empreendimento. (GAIGER, In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000.) A viabilidade, para os empreendimentos, é pensada no sentido de trazer resultados para todos e para o coletivo. Ou seja, medidas como demissões, baixas salariais, férias negociadas, que para empresas capitalistas seriam justificáveis em nome da redução de custos, para a maioria dos empreendimentos solidários não fariam sentido.

O tema da sustentabilidade dos empreendimentos leva o pesquisador Gaiger ao debate das externalidades, produzidas muitas vezes pelas empresas capitalistas na busca de produtividade, que dizem respeito à preocupação com a sustentabilidade do meio ambiente e da sociedade como um todo.

Uma empresa capitalista pode ser eficiente e ter um crescimento bastante importante, mas descontando na sociedade. Poluindo um rio, uma indústria de celulose pode ser muito eficiente e acabar com o ecossistema. Então, se, na verdade, nós pensarmos viabilidade e autossustentação, temos que extrapolar o empreendimento em si e pensar na ideia de eco-sustentabilidade. Isso é extremamente importante: pensar o empreendimento nas suas relações com o ambiente social e natural. (GAIGER, In: KRAYCHETE; LARA; COSTA, 2000, p. 181)

Quando falamos em relações solidárias e cooperativas, assim como deve ser considerada a responsabilidade dos empreendimentos com a sociedade, também é

preciso reconhecer a importância da valorização social dos empreendimentos por parte da sociedade, como nos lembra Coraggio:

A sustentabilidade vai exigir que o trabalho dos empreendimentos associativos seja valorizado socialmente, não apenas do ponto de vista estritamente comercial e do desejo de que as coisas sejam compradas, mas também do ponto de vista cultural e do ponto de vista ideológico. Não é suficiente que se façam as contas e que elas tenham um resultado positivo, para que haja sustentabilidade. Temos que ser reconhecidos pela sociedade e, como tais, valorizados pela sociedade. (CORAGGIO, In: In: AGUIAR; KRAYCHETE, 2007, p. 77)

É nesse sentido que entendemos a importância de convocar os diversos atores sociais ao debate, incluindo a percepção do potencial de contribuição, presente nas estratégias de consumo responsável, para a sustentabilidade dos empreendimentos da economia popular e solidária. Como desenvolver práticas de formação que promovam a valorização social dos empreendimentos associativos? De que maneira o debate sobre as relações de consumo pode ser incluído nessas atividades? Na seção seguinte, abordaremos a proposta do consumo responsável, com a intenção de contribuir para a busca de respostas a esses questionamentos. Além disso, a análise sobre a experiência do Instituto Kairós no desenvolvimento de práticas de formação com o tema do Consumo Responsável, que será apresentada no Capítulo III, foi desenvolvida para auxiliar-nos a avançar em direção a possíveis respostas para as dúvidas formuladas.

2.3. A proposta do consumo responsável no campo da economia popular e solidária

A estratégia de organizar o consumo como alternativa de acesso a produtos e suporte ao trabalho cooperativo não é nova. Existem referências em diversos momentos da história sobre a formação de organizações para aquisição coletiva de bens e serviços. Está presente, por exemplo, na origem das experiências cooperativistas na Europa, no início do século XIX, inspiradas pelas ideias de socialistas utópicos como Robert Owen. De acordo com esse autor, o trabalho é a fonte de toda a riqueza e os trabalhadores deveriam se organizar em comunidades baseadas na cooperação mútua, onde todos seriam ao mesmo tempo produtores e consumidores do resultado do trabalho comum.

Nessa concepção, o cooperativismo de consumo seria então um meio de transformação ampla da ordem socioeconômica.

Em 1844, surgiu na Inglaterra a “mãe de todas as cooperativas”, a Sociedade dos Equitativos Pioneiros de Rochdale. (SINGER, 2002, p. 39.) O objetivo principal dessa cooperativa era melhorar as condições sociais de seus membros e formar uma colônia autossuficiente. Para isso, seu primeiro projeto foi abrir um armazém cooperativo de consumo. (HOLYOAKE, 2000.) Essa sociedade deixou como maior legado ao movimento cooperativista o conjunto de oito regras formuladas pelos Pioneiros de Rochdale, consagrado posteriormente como os princípios básicos do cooperativismo. Destacamos, dentre as oito regras, a preocupação com a educação, princípio que determinava a importância da cooperativa promover não somente a educação de seus membros, mas também do público em geral, nos princípios do cooperativismo²⁹.

Para Paul Singer, a grande propagação das cooperativas de consumo se deu por elas serem uma alternativa concreta à tripla exploração que os trabalhadores estavam submetidos pelo capital, enquanto empregador, agiota e fornecedor. Segundo o autor:

Antes da generalização do vapor, as fábricas se localizavam [...] muitas vezes afastadas de qualquer centro urbano. Nestas condições, os empregadores alugavam moradias aos trabalhadores e montavam armazéns para abastecê-los. Estes armazéns eram monopólios e poucos patrões resistiam à tentação de explorar seus empregados, vendendo-lhes artigos, algumas vezes adulterados, a preços muito altos. Além disso, os trabalhadores precisavam comprar fiado, quando o dinheiro acabava antes do próximo pagamento. (SINGER, 1999, p. 39.)

O cooperativismo de consumo surge então como uma possibilidade de oposição da classe operária ao capitalismo industrial. Apresentou grande crescimento entre o início do século XIX e o início do século XX, até entrar em declínio, praticamente no mundo inteiro, após a Segunda Guerra mundial. (SINGER, 2002.) O principal motivo dessa decadência foi a impossibilidade de competir com o grande capital comercial que passava a ser ao mesmo tempo atacadista e varejista, tornando-se imbatível em preço e qualidade. No Brasil, o cooperativismo de consumo teve início no final do século XIX e, seguindo a tendência mundial, entrou em decadência a partir de 1960, devido ao

²⁹ As demais regras formuladas por Rochdale são: um voto por cooperado; portas abertas; vendas à vista; juros fixos e distribuição das sobras em proporção às compras; neutralidade de opinião religiosa ou política; e produtos puros.

crescimento do capital comercial e ao surgimento de restrições de caráter legal e tributário. (FLEURY, 1987; PINHO, 2004.)

Nesse sentido, a dinâmica de distribuição e comercialização de produtos, principalmente alimentos, foi profundamente transformada com o surgimento do novo modelo de distribuição comercial chamado de “distribuição moderna”, ou Grande Distribuição Alimentar (GDA)³⁰, compreendendo os supermercados, hipermercados, lojas de desconto e de conveniência. Essas empresas são detentoras de uma grande fatia do mercado mundial, sendo que na América Latina os supermercados controlam 50 a 60% do setor da distribuição dos alimentos. (MONTAGUT; VIVAS, 2007.) No Brasil, os 10 maiores grupos de supermercados do país concentraram quase 80% do faturamento em 2011 e, dentro desse grupo, a concentração recai sobre os três líderes: Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart, que faturaram, juntos, 98,894 bilhões de reais, ou 81% do total das dez maiores redes, e 64% do total dos 45 maiores grupos (REVISTA EXAME, 2012.)

Para Singer (2002), a massificação dos consumidores é um pressuposto desse modelo de distribuição. As vantagens que ele oferece se dirigem a um público homogeneizado, cujas preferências são pautadas pela publicidade nos meios de comunicação de massa. Essas transformações na distribuição afetaram os hábitos de consumo, modificaram as características dos locais de compra, os produtos oferecidos e a forma de produção. O modelo de consumo baseado na compra de produtos locais e sazonais foi substituído pelo consumo de alimentos “deslocalizados”, “tecnificados” e industrializados, obedecendo à lógica de vender o produto ao menor preço, à custa da precarização do trabalho, da mercantilização da agricultura, entre outros aspectos. (MONTAGUT; VIVAS, 2007.)

Esse modelo hegemônico de produção e distribuição de alimentos interfere diretamente na saúde das pessoas, impactando a segurança e a soberania alimentar dos povos. Como afirma Raj Patel (2008, p. 7), “el hambre y el sobrepeso globales son síntomas de un mismo problema. [...] Los obesos y los famélicos están vinculados entre si por las cadenas de producción que llevan los alimentos del campo hasta nuestra mesa”. Afirmar também que, para que todos possam comer bem, é preciso romper com o

³⁰ São estruturas extremamente flexíveis na adaptação de novos formatos que impulsionam o consumo compulsivo, desde as cadeias do hipermercado clássico, de grande superfície, até às novas lojas de produtos naturais ou orgânicos. (MÓ DE VIDA, 2007.)

monopólio dessas multinacionais na produção, distribuição e consumo de alimentos, pois, acima do lucro, devem prevalecer os direitos das pessoas.

A relação dos supermercados com a sua cadeia de fornecedores também é conflituosa. Os pequenos agricultores, mesmo quando organizados coletivamente, têm dificuldades de atender aos rígidos critérios impostos pelos grandes mercados para a compra de seus produtos, que exigem a entrega frequente de grandes quantidades de produtos, a serem pagos em consignação, após 30 a 60 dias depois da entrega. Por um lado, para atender às suas próprias necessidades, os supermercados costumam incluir intermediadores na cadeia de fornecimento, que ficam responsáveis por agregar valor aos produtos (selecionar, embalar etc.), o que reduz bastante a remuneração do agricultor. Por outro lado, a grande distribuição muitas vezes pratica preços altos aos consumidores, como é o caso dos alimentos orgânicos, por exemplo, o que acaba restringindo o acesso de muitas pessoas a esse tipo de produto.

Porém, entendemos que além do preço, o consumidor demanda outro tipo de atendimento, em que é tratado como cidadão, tem direito a ser ouvido e a participar das decisões que o afetam. São essas as demandas que a economia solidaria atende melhor que o varejo capitalista. (SINGER, 2002.) É crescente a diversificação dos empreendimentos da economia popular e solidária, sendo possível encontrar grupos que em vez de produzir, realizam coletivamente atividades econômicas de comercialização, e/ou de consumo. Porém, a oferta de produtos por meio de empreendimentos da economia popular e solidária ainda precisa estar presente em mais lugares e com maior variedade de produtos, para que os consumidores que assim o desejam possam direcionar seu poder de compra aos empreendimentos, desde que estes supram suas necessidades de consumo. Porém, a situação é complexa, e para aumentar a oferta e o acesso aos produtos solidários e da agricultura familiar é necessário um esforço coletivo e simultâneo na área da produção, da comercialização e da organização do consumo.

Nesse sentido, o Instituto Kairós trabalha com a perspectiva do fortalecimento das estratégias de consumo responsável, que são iniciativas coletivas, como grupos de consumo, feiras especializadas, entre outras práticas, organizadas com o esforço de produtores, consumidores finais e demais parceiros. Essas estratégias têm como objetivo facilitar a compra de produtos da agricultura familiar e da economia solidária a preços acessíveis, ao mesmo tempo que se constitui, com os produtores, como um canal de

escoamento de seus produtos, que favoreçam a remuneração justa e em condições de trabalho adequadas. Pelo envolvimento desses diferentes sujeitos, a ação coletiva pode ir além da compra e venda de produtos. A relação de parceria estabelecida tem potencial de contribuir para fortalecer a luta por políticas públicas que favoreçam a sustentabilidade dessas relações de produção e consumo, seja na ampliação do crédito para a agricultura familiar, seja na efetivação da reforma agrária, seja na atuação do Estado como consumidor, uma vez que as compras públicas³¹ movimentam grande montante financeiro.

Assim, quando apresentam o consumo responsável nessa perspectiva, é necessário diferenciá-lo de outras abordagens que promovem o tema do consumo como uma solução hipotética para diversas questões e que teria a função de proporcionar alívio de consciência aos consumidores, geralmente pertencentes a classes sociais favorecidas. Estes, frequentemente, optam pela compra de produtos “com valor social ou ambiental agregado”, que, no entanto, são, muitas vezes, resultado da maquiagem verde ou social adotada por empresas não comprometidas com a transformação social. A apropriação do tema feita por essas instituições não deve desconstruir o efeito de trabalhos sérios. É preciso saber separar o joio do trigo e compreender as diferentes abordagens do tema consumo como instrumento. Nesse contexto, a concepção de consumo responsável adotada na presente pesquisa é a proposta pelas organizações envolvidas com a economia popular e solidária, que se desafiam a trabalhar o poder de compra dos consumidores, integrantes das várias classes sociais, como mais uma estratégia de luta para o fortalecimento dos empreendimentos associativos, ao mesmo tempo que se promove maior acesso a produtos de qualidade nutricional.

Sabemos que canais de comercialização como feiras e cooperativas de consumo são mais antigos que as atuais estruturas convencionais, como supermercados e *shopping centers*. Trata-se então de agregar o debate do consumo responsável às estratégias de comercialização tradicionais ou criar outras novas, partindo da ideia da corresponsabilidade entre os diferentes sujeitos da cadeia produtiva e comercial.

³¹ Existem em andamento importantes políticas públicas de iniciativa do governo federal e demais instâncias no tocante ao papel do Estado na articulação da compra direta e no abastecimento de órgãos e serviços públicos com produtos oriundos da agricultura familiar e/ou agroecológica. Mais informações sobre esse assunto: <<http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/paa>>; e <<http://institutokairos.net/wp-content/uploads/2012/04/Controle-Social-na-Alimentacao-Escolar.pdf>>.

Existem diversos desenhos possíveis para essas iniciativas. Podemos citar como exemplo as feiras da agricultura familiar e camponesa, com produtos agroecológicos³² ou não, e que são organizadas por coletivos envolvendo produtores e consumidores finais. Essas feiras são, muitas vezes, uma alternativa de comercialização aos produtores que não querem vender seus produtos para os atravessadores, por causa do baixo preço que obtêm com essa prática. Nos grandes centros urbanos, as feiras livres normalmente são realizadas por comerciantes que adquirem os produtos nos Ceasas³³. Mas existem feiras onde os próprios produtores comercializam o resultado da produção, seja em cidades menores, ou em feiras específicas de produtores orgânicos³⁴, agroecológicos e/ou da agricultura familiar e camponesa. Entre essas últimas, há aquelas organizadas coletivamente pelos produtores e consumidores finais. Uma pesquisa realizada pelo Instituto de Defesa do Consumidor (Idec), em 2010, identificou que o valor dos produtos orgânicos varia muito de acordo com o canal de comercialização. O preço mais alto é encontrado nos supermercados, chegando a uma diferença de valor de 463% em relação ao mesmo produto pesquisado nas feiras especializadas, onde se encontram os melhores preços. (IDEC, 2010.) Em 2012, foi identificada a existência de feiras que comercializam produtos sem agrotóxicos em 27 capitais brasileiras, que constam no Mapa das Feiras Orgânicas (IDEC; FNECDC, [s.d]), elaborado para facilitar o acesso à informação por parte dos consumidores.

As experiências contemporâneas de organizações coletivas de consumidores no Brasil, também chamadas de grupos de consumo responsável, baseiam sua atuação na

³² Caporal e Costabeber definem a agroecologia como “um enfoque científico destinado a apoiar a transição dos atuais modelos de desenvolvimento rural e de agricultura convencionais para estilos de desenvolvimento rural e de agricultura sustentáveis”. (2002, p. 71.)

³³ Ceasa é a sigla e denominação popular das centrais de abastecimento, que são empresas estatais ou de capital misto destinadas a promover, desenvolver, regular, dinamizar e organizar a comercialização de produtos da horticultura nível de atacado e em uma região. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Centrais_de_abastecimento>, Acesso em: 20 abr. 2013.

³⁴ Sobre a relação entre agroecologia e agricultura orgânica, Assis e Romeiro (2002, p. 77.) entendem que “a ciência agroecológica resgata, sob novas bases tecnológicas e econômicas, a lógica da complexificação das sociedades camponesas tradicionais e seus conhecimentos desprezados pela agricultura moderna como forma de vencer o desafio de estabelecer uma agricultura sustentável. Integra para isto princípios ecológicos, agrônômicos e socioeconômicos, como forma de melhor entender o efeito das tecnologias sobre a produção agrícola e a sociedade como um todo. Entre as diferentes correntes de agricultura alternativa ao padrão convencional, a da agricultura orgânica é atualmente a mais difundida, sendo inclusive reconhecida junto aos consumidores como sinônimo de todas as outras. Essas correntes representam a busca de uma nova prática agrícola, que, no entanto, é moldada em função do processo social em que está inserida, determinando diferentes modos de encaminhamento tecnológico e de inserção no mercado, que influenciam diretamente sobre o grau em que os limites teóricos da agroecologia são respeitados”.

ação direta com pequenos produtores e pretendem, ao mesmo tempo, viabilizar a compra de produtos saudáveis a preços acessíveis, e apoiar produtores da agricultura familiar e da economia solidária. (CAPINA; INSTITUTO KAIRÓS, 2013). Atualmente, existem aproximadamente 16 grupos de consumo responsável mapeados³⁵ no país. Para seguir avançando na compreensão das estratégias de consumo responsável, propomos nos aprofundar no entendimento do que são esses grupos de consumo responsável, situados no campo da economia solidária, e como se organizam no Brasil.

2.3.1. Os Grupos de Consumo Responsável

A partir da década de 1990, é possível afirmar que o debate do cooperativismo de consumo foi retomado, no contexto das experiências de economia solidária, com o surgimento de iniciativas para organizar coletivamente o consumo. Elas apresentam características semelhantes às experiências anteriores de cooperativismo de consumo, inclusive na atitude de contraposição ao modelo capitalista de produção e distribuição. Essas experiências, chamadas de Grupos de Consumo Responsável (GCR), apresentam uma série de desafios, mas, além do benefício concreto que oferecem a seus membros, elas são ferramentas importantes para tornar a proposta do consumo responsável mais clara para as pessoas em geral.

Esses grupos só existem em decorrência da articulação entre os sujeitos que exercem diferentes papéis na cadeia produtiva e comercial – os produtores, os consumidores e os intermediários. É uma estratégia que coloca todos os envolvidos em contato com as atividades necessárias para a realização do fluxo de produtos entre o campo e a cidade. Dessa forma, transparece aos consumidores os desafios do campo, pois, se há problemas climáticos não previstos, a diferença na oferta de produtos pelos produtores associados é percebida (e absorvida) por todos os envolvidos; transparece também os altos custos que envolvem o transporte dos alimentos. Evidenciam-se os desafios da logística, elemento importante para estabelecer a ponte entre a oferta semanal dos produtos no campo e os pedidos dos consumidores. Isso exige que os

³⁵ Disponível em: <https://mapsengine.google.com/map/embed?hl=pt-BR&mid=zq_08AdWVTR8.k59MN_mqRYGo>. Acesso em: 5 fev. 2014.

consumidores planejem suas compras, pois o pedido deve ser feito de 4 a 7 dias antes da entrega. Assim, os traços principais de funcionamento dos GCR podem ser resumidos da seguinte forma:

Na prática muitos trabalham principalmente com hortaliças provenientes do cultivo de base agroecológica e organizam semanalmente os pedidos dos consumidores para transmiti-los aos produtores; estes, por sua vez, fazem a colheita das hortaliças de acordo com a demanda; os produtos são então transportados ao local indicado na data combinada; após, os produtos entregues são organizados para que os consumidores possam buscá-los. Os ciclos de pedidos podem ser realizados de formas diversas e, para isso, cada grupo combina diferentes acordos entre os consumidores e os produtores. Os grupos buscam, dessa forma, encurtar a cadeia de abastecimento, incentivando relações mais diretas, reduzindo intermediários na cadeia comercial e estreitando laços entre produtores e consumidores. Contribuem ainda para o pagamento de um preço mais justo aos produtores e mais acessível aos consumidores. Além disso, as dinâmicas econômicas locais favorecem a diminuição dos impactos ambientais, como a emissão de poluentes no transporte. (INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA, 2013, p. 108.)

Em um estudo do levantamento do perfil³⁶ dos grupos de consumo no país, realizado em 2010, o Instituto Kairós buscou identificar as principais características de funcionamento de algumas dessas experiências. As informações retratam que essas iniciativas assumem um caráter político e de crítica social, ao mesmo tempo que agregam preocupações de natureza socioambiental, relacionadas ao lugar do trabalhador na cadeia produtiva e comercial, e aos impactos dos padrões de produção e consumo, preocupações com a saúde, ligadas à nutrição alimentar, direito ao consumo de alimentos livres de agrotóxicos e organismos geneticamente modificados, entre outras questões. Em linhas gerais, é possível afirmar que esses grupos têm um objetivo comum: conquistar benefícios coletivos a partir da cooperação na produção, na intermediação e no consumo, atuando como redes solidárias³⁷.

³⁶ Disponível em: <<http://institutokairos.net/2012/03/levantamento-do-perfil-dos-grupos-de-consumo-no-brasil-2/>>. Acesso em: 12 abril 2013.

³⁷ Com base na análise das diferentes dinâmicas das iniciativas de consumo coletivo, é possível caracterizá-los como redes solidárias, no sentido apresentado por Euclides Mance, pois envolvem atores de toda a cadeia comercial com o objetivo de conquistarem benefícios coletivos a partir da cooperação, na produção, na intermediação e no consumo. Segundo Mance, as redes de colaboração solidária “integram grupos de consumidores, de produtores e de prestadores de serviço em uma mesma organização. Todos se propõem a praticar o consumo solidário, isto é, comprar produtos e serviços da própria rede para garantir trabalho e renda aos seus membros e para preservar o meio ambiente. Por outro lado, uma parte do excedente obtido pelos produtores e prestadores de serviços com a venda de seus produtos e serviços na rede é reinvestida na própria rede para gerar mais cooperativas, grupos de produção e microempresa, a fim de criar novos postos de trabalho e aumentar a oferta solidária de produtos e serviços [...] O objetivo da rede é produzir tudo o que as pessoas necessitam para realizar o bem-viver de cada um, de maneira ecológica e socialmente sustentável.” (PISTELLI, 2010, *apud* MANCE, 2003.)

No tocante às motivações para a tomada das iniciativas, elas tendem a relacionar-se com a demanda dos consumidores por acesso a produtos solidários e ecológicos, por meio de uma relação de compra e venda direta (ou a mais direta possível) e transparente com os produtores e produtoras organizados. Assim, destacam-se duas práticas principais: a demanda pelo produto e a demanda por fazer parte de uma forma diferenciada de relação comercial. (PISTELLI, 2010.) Em geral, as pessoas que se envolvem nessas iniciativas veem na organização do consumo uma possibilidade de intervenção na sociedade, de juntas exercerem seu poder de compra como um ato político.

Desde a realização do levantamento de perfil com alguns grupos de consumo responsável, em 2010, observou-se que as iniciativas apresentam diversas fragilidades, traduzidas nos desafios que enfrentam para manterem-se em funcionamento, dos quais destacamos:

- IDENTIDADE E PAPEL POLÍTICO: manter o compromisso individual de cada participante; manter o grupo ativo ao longo do tempo; chegar aos grupos populares; avançar em discussões sobre os princípios do grupo; entender vantagens e desvantagens no âmbito da formalização etc.;
- PRODUÇÃO: frequência de produtos de qualidade e diversidade de produtos; falta de assistência técnica no campo para manutenção e fomento à conversão agroecológica; desafio da permanência dos jovens no campo etc.;
- LOGÍSTICA: questão da sede, se própria ou não, e importância de explorar espaços públicos que possam ser utilizados pelo grupo; otimização do frete, traçando rotas compartilhadas de entrega; incentivo à associação entre produtores para facilitar a organização da entrega de forma coletiva; melhorias no fluxo de pedidos (compartilhamento de tecnologias sociais com outros grupos) etc.;
- GESTÃO: garantia de sustentabilidade financeira do grupo; alta rotatividade dos colaboradores envolvidos na gestão; necessidade de sistematizar procedimentos; necessidade de instrumentos de gestão tais como softwares e outras ferramentas virtuais;
- COMUNICAÇÃO / EDUCAÇÃO: fidelização dos associados e trabalho de formação dentro e fora do grupo; fomento de espaços de interação com os produtores; transcendência da participação no grupo motivada somente pelo bem-estar pessoal (saúde) e baixo custo; desenvolvimento de materiais para trabalhar formação de consumidores etc. (INSTITUTO KAIRÓS, CAPINA, 2013, p. 116.)

As elaborações do Instituto Kairós concebem o consumo responsável como contraponto à cultura do consumo exacerbado, na perspectiva da economia popular e

solidária. Nesse sentido, a proposta de um modelo alternativo de consumo depende da atuação coletiva para a construção e o fortalecimento dessas outras estruturas de produção e de comercialização. Nesse sentido, coloca a todos o desafio de descolamento do modelo capitalista de desenvolvimento para a efetivação de relações econômicas pautadas pela ética e pela solidariedade, indo bastante além do aspecto da mudança de hábitos dos consumidores.

Seguindo essa direção, pretendemos demonstrar a abordagem do consumo responsável nas práticas de formação desenvolvidas no campo da economia solidária como um caminho para a ampliação desse debate e envolvimento dos diferentes sujeitos no compromisso comum de fortalecimento dos empreendimentos populares e solidários.

2.4. Considerações sobre as práticas de formação no campo da economia popular e solidária

Se o que buscamos não são apenas alternativas ao desemprego, mas o desenvolvimento de relações de trabalho que sejam, ao mesmo tempo, economicamente viáveis e emancipadoras, como implementar estratégias de formação adequadas à sustentabilidade dos empreendimentos da economia popular e solidária? (COSTA; KRAYCHETE, 2007, p.14.)

Podemos reformular essa questão de diversas maneiras de acordo com o enfoque que queremos dar, por exemplo: se o que buscamos não são apenas a compra e a venda de produtos, mas o estabelecimento de ações coletivas que sejam, ao mesmo tempo economicamente viáveis e emancipadoras, como implementar estratégias de formação adequadas à sustentabilidade dos empreendimentos da economia popular e solidária e à garantia da segurança alimentar e nutricional dos sujeitos envolvidos?

Sabemos que a educação popular não é composta por modelos e regras que garantem sucesso a quem os reproduz. Por isso, entendemos que diversas organizações que trabalham com práticas de formação no campo da economia dos setores populares e são comprometidas com a busca pela justiça social estão aceitando o desafio proposto pelas questões acima formuladas. E estão conscientes de que a resposta não existe *a priori* e não virá pronta, mas ela se constrói por meio das ações cotidianas, na gestão compartilhada das instituições, dos empreendimentos, dos diversos coletivos compostos pelas pessoas que dão sustentação às organizações associativas. Assim, não se trata de

centrar a atenção em aplicar o melhor método de formação, mas sim de discutir o processo de trabalho coletivo e as condições nas quais ele acontece; trata-se de usar a técnica como dispositivo, “para com ela, a partir dela e apesar dela, verificar seus efeitos, sempre políticos.” (AGUIAR, In: AGUIAR; KRAYCHETE, 2007, p. 120.)

Nesse sentido, estamos falando da importância e da necessidade de observar a prática educativa implícita na gestão dos empreendimentos populares e solidários. De acordo com Singer (2005, p. 19), “a economia solidária é um ato pedagógico em si mesmo, na medida em que propõe uma nova prática social e um entendimento novo dessa prática. a única maneira de aprender a construir a Economia Solidária é praticando-a”. Dessa forma, com base nos elementos apresentados acima em relação a algumas estratégias de consumo responsável, é possível dizer que a compra coletiva é a atividade estruturante dessas iniciativas, porém a participação no coletivo guarda em si um potencial educativo. É na dinâmica dessas relações que alguns exercícios são incorporados ao ato da compra, como a reflexão sobre a importância de respeitar a sazonalidade da produção e consumir alimentos da época, o entendimento de que nem sempre um produto com o melhor aspecto visual é o mais saudável ou ainda a predisposição de abrir mão da comodidade de ir ao supermercado quando necessário para, em vez disso, ir até o ponto de entrega do grupo, com horário certo para a retirada de suas compras. Ou seja, essas iniciativas vão além da compra, da venda e do consumo, apesar de essas serem as atividades concretas que dão sentido ao coletivo.

Na medida em que tal prática se relaciona de maneira tão estreita com os enfrentamentos necessários para se pensar um novo panorama social e ambiental, vemos que as ações desses grupos transcendem a esfera da comercialização. A atuação tem alcance político e educativo. Os grupos se tornam espaços capazes de agregar valores e concretizar ações políticas através de práticas vivenciadas no cotidiano dos seus participantes, como o ato de comprar e de alimentar-se, contribuindo para novas proposições no âmbito do desenvolvimento local, uma vez que os produtos comercializados são essencialmente provenientes da agricultura familiar e da economia solidária. (INSTITUTO KAIRÓS, CAPINA, 2013, p. 117.)

No caso dos empreendimentos de consumo, uma das características observadas é o potencial de aprendizado que se cria entre os diferentes sujeitos – agricultores, consumidores e intermediários–, por meio dos deslocamentos proporcionados pelo desempenho conjunto da atividade econômica. Essa aproximação de diferentes papéis, realidades sociais e culturais proporciona uma ampliação do repertório desses sujeitos.

Assim, como reconhecimento da necessidade de mudanças estruturais na esfera da produção e da comercialização, para que se possa concretizar mudanças nas relações de consumo, o Kairós trabalha, em suas práticas de formação, a abordagem do consumo responsável, de forma integrada às diferentes relações de trabalho que se dão na cadeia produtiva.

Porém, o campo para a abordagem do consumo em educação é bastante amplo. São muitos os ambientes educativos em que o debate do consumo desperta interesse, como as práticas educativas no campo da educação formal, uma vez que o tema consumo é proposto por políticas públicas educacionais para ser trabalhado de forma transversal pelos professores do ensino fundamental, como veremos com mais detalhes no próximo Capítulo. Assim, no escopo da presente pesquisa, optamos por desenvolver um estudo das práticas desenvolvidas pelo Instituto Kairós, com a abordagem do consumo responsável em educação.

A história dessa entidade é formada pela realização de diferentes trabalhos, com públicos bastante diversos, mas sempre em torno do consumo responsável. Dessa maneira, pretendemos, com a presente análise, contribuir à ampliação do conhecimento acerca da educação para o consumo responsável partindo de experiências realizadas no campo da educação formal, até chegar ao que chamamos de práticas de formação no campo da economia popular e solidária. O acompanhamento do movimento realizado pelo Instituto em sua trajetória nos permite percorrer esses diferentes caminhos e perceber os deslocamentos da instituição, no campo social, que vão dando contornos claros às suas opções e posicionamentos ideológicos e políticos. Afinal, todos sabemos que consumo não é um tema neutro, nem tampouco a educação.

CAPÍTULO III. A ABORDAGEM DO CONSUMO RESPONSÁVEL EM PRÁTICAS DE FORMAÇÃO – UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO INSTITUTO KAIRÓS

Com o objetivo de investigar o desenvolvimento de práticas de formação que abordam o tema do consumo responsável, em diálogo com a pesquisa teórica apresentada, fizemos a análise da experiência do Instituto Kairós. Para a realização desta investigação foram utilizados os métodos de entrevista em profundidade e análise documental. As entrevistas em profundidade foram realizadas no período de 04 a 08 de fevereiro de 2013, com quatro representantes da instituição: *Ana Flávia Borges Badue*, coordenadora de projetos e educadora, participante do Kairós desde 2003; *Fabíola Marono Zerbini*, cofundadora e atual diretora presidente do instituto; *Diogo Jamra Tsukumo*, educador e ex-coordenador, participante do Kairós desde 2007; e *Thais Mascarenhas*, coordenadora geral do instituto, onde atua desde 2010.

Para as entrevistas, foi utilizado o modelo semiaberto, que contou com um roteiro orientador³⁸, elaborado previamente. Optou-se pela realização de entrevista em profundidade como forma de coleta de dados por ser uma técnica qualitativa que investiga o assunto definido com base na procura de informações, percepções e experiências dos entrevistados para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada. Esse modelo contribui significativamente para a compreensão da realidade que se pretende explorar. As informações fornecidas pelos entrevistados integraram a análise e a elaboração do texto. Dessa forma, somente em pontos bastante específicos utilizou-se a citação literal de alguma fala, e somente nesses casos o nome do entrevistado foi identificado.

A análise documental foi desenvolvida de forma contínua desde o início da pesquisa de mestrado, utilizando como referenciais publicações elaboradas por integrantes do instituto em momentos diferentes – de 2005 a 2013 –, que auxiliam a ilustrar o processo vivenciado pela entidade nas diversas formas de abordagem do tema consumo em educação. Os documentos selecionados para uma análise mais criteriosa, que contribuíram diretamente na elaboração do presente texto, são: o *Manual Pedagógico Entender para Intervir – Por uma educação para o consumo responsável e*

³⁸ O Roteiro orientador para realização da entrevista encontra-se no Apêndice.

o comércio justo, publicado em 2005³⁹; a série de cartilhas *Caminhos para a prática do consumo responsável*, publicada pelo Instituto Kairós em 2011⁴⁰; e relatos registrados em atas e e-mails de integrantes do Kairós e parceiros, em diferentes anos.

O livro publicado em 2005 é fruto de uma parceria entre o Kairós e uma organização francesa – Federación Artisans du Monde. Nessa publicação, intitulada *Manual Pedagógico Entender para intervir – Por uma educação para o consumo responsável e o comércio justo*, os autores apresentam a proposta pedagógica baseada no método Enxergar, Refletir e Intervir. Essa concepção educativa está bastante respaldada na preocupação de discutir e problematizar a relação da crise socioambiental com os padrões de produção e consumo adotados pela sociedade contemporânea.

A partir dessa publicação, ampliou-se o trabalho do Instituto Kairós com o movimento da economia solidária e agricultura camponesa, estreitando o debate do consumo com as práticas de produção e comercialização. Nesse sentido, o instituto publicou, em 2010 e 2011, uma série de três cartilhas chamadas: *Caminhos para práticas de consumo responsável*: 1ª) *Organização de grupos de consumo responsável*; 2ª) *Parceria entre consumidores e produtores na organização de feiras*; e 3ª) *Controle social na alimentação escolar*. Esses materiais simbolizam um deslocamento na abordagem do tema consumo por parte do Instituto Kairós, na direção de um estreitamento com as relações de produção e comercialização. Isso sinaliza a percepção da necessidade de mudanças estruturais na esfera da produção e da comercialização para se concretizarem mudanças nas relações de consumo. É exatamente esse processo de transformação e aprofundamento da abordagem do consumo em educação, vivenciado pelo Instituto Kairós na relação com seus parceiros, que se pretendeu trabalhar nesta pesquisa.

³⁹ BADUE et al, 2005.

⁴⁰ BADUE; CHMIELEWSKA, 2011

3.1. Sobre a análise dos dados

Com base no conteúdo das entrevistas em profundidade, foi possível perceber alguns marcos na trajetória do Instituto Kairós, que nos levaram a identificar quatro fases em sua história. A **FASE I** trata das circunstâncias em que o Kairós se formou, no contexto do movimento ambientalista e da união de suas fundadoras em torno de um projeto educativo de formação de professores no tema consumo responsável, o projeto “Qualidade de Vida e Consumo Responsável”, iniciado em 2000, que será descrito no item 3.2.1. A **FASE II** diz respeito ao processo de sistematização de suas experiências educativas e construção de uma proposta pedagógica em conjunto com uma organização francesa de comércio justo, que culminou na publicação do livro *Entender para Intervir – Por uma educação para o comércio justo e o consumo responsável*. No desenvolvimento desta experiência, aumentou a interação do Instituto Kairós com o movimento da economia solidária no Brasil, o que entendemos ser o marco da chamada **FASE III** da trajetória do Kairós. Esse deslocamento do instituto contribuiu para o avanço do debate do consumo responsável no campo dos movimentos sociais populares na esfera nacional. Nesse contexto, por volta de 2008, ressaltamos a aproximação do Kairós com o movimento da agricultura familiar, por meio da execução de projetos ligados às políticas públicas de desenvolvimento territorial rural. A execução desses projetos possibilitou o desenvolvimento da parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Territorial, do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SDT/MDA) e com a instituição carioca Capina⁴¹, e marcou a **FASE IV** da história do Kairós, que se estende até o momento atual.

Fundamentados na percepção destes quatro momentos na trajetória do Kairós, trabalhamos com um roteiro orientador para a análise, visando torná-la mais compreensível e fundamentada. O roteiro propõe a organização das informações de forma a traduzir quais as transformações observadas nas características, objetivos e

⁴¹ A Capina (www.capina.org.br) é uma associação civil sem finalidade lucrativa fundada em 1988. Tem como missão contribuir para a afirmação cidadã do trabalho e para o desenvolvimento social da economia dos setores populares, ancorado em critérios éticos de eficácia econômica, eficiência administrativa, cooperação e justiça. O campo de atuação da Capina envolve atividades de administração e gestão da produção, de comercialização e de educação para o trabalho que se inserem no âmbito da economia dos setores populares, incluindo as iniciativas da economia solidária.

práticas realizadas pelo instituto ao longo de sua história, em relação ao momento atual. A partir disso, descreveremos quais dinâmicas e processos contribuíram para o avanço na trajetória da entidade.

3.1.1. Roteiro orientador da análise

A. O Instituto Kairós

A.1. Característica do grupo, das pessoas que o compõem, do público trabalhado e dos parceiros. Por que e como surgiu? Qual o foco do trabalho? Qual o abrangência do trabalho?

- O que era o Kairós?
- O que é o Kairós?
- Como passou do que era ao que é?

A.2. Que questões os moveram? Houve deslocamento? O que os impulsionou?

B. Objetivos

B.1. O que quer? O que busca? Quais valores e princípios orientam a ação? O que quer combater? O que quer construir? O que quer fortalecer? Intenções; postura (política).

- Quais eram os objetivos?
- Quais são os objetivos?
- Como os objetivos passaram do que eram para o que são?

B.2. Como as questões que o moveram foram modificando os objetivos? E quais foram os diferentes objetivos nesse percurso?

B.3. Com os deslocamentos, quais objetivos emergiram? Quais objetivos foram manifestados?

C. Procedimentos

C.1. Quais as estratégias de ação? De que forma atuam? Como o grupo age para buscar o que quer construir, combater, propor?

- Quais eram os procedimentos?
- Quais são os procedimentos?
- Como os procedimentos evoluíram?

C.2. Que práticas foram realizadas para buscar alcançar os objetivos que se transformavam?

C.3. Como a transformação nas questões e objetivos alterou as práticas desenvolvidas?

C.4. De que maneira as práticas levaram a novos questionamentos, reflexões, posturas e objetivos?

D. Organização – manutenção

D.1. Quais as fontes de recursos (públicas ou particulares)?

D.2. Como se sustenta financeiramente? Qual a estrutura? Como sustenta a equipe?

- Quais eram as fontes de recursos e estratégias de sustentação?
- Quais são as fontes de recursos e estratégias de sustentação?
- Principais mudanças?

Após a elaboração da análise, os conteúdos foram reorganizados para que a apresentação dos dados fosse feita de forma mais integrada, respeitando a ordem cronológica da evolução dos acontecimentos, conforme apresentado na tabela a seguir.

Item da análise horizontal	Fases do Kairós	1. Kairós	2. Objetivos	3. Procedimentos
O consumo responsável na formação de professores	Fase I 2000 a 2003	Como era o Kairós?	Quais eram os objetivos?	Quais eram os procedimentos?
Entender para Intervir – a construção de uma proposta pedagógica	Fase II 2003 a 2005	Como o Kairós passou do que era ao que é?	Como os objetivos evoluíram?	Como evoluíram do que eram ao que são?
Práticas de formação no campo social – a integração com o movimento da economia solidária	Fase III 2004 a 2009	Como passou do que era ao que é?	Como os objetivos evoluíram?	Como evoluíram do que eram ao que são?
A entrada no campo da agricultura familiar camponesa	Fase IV 2009 a 2012	Como o Kairós é atualmente?	Quais são os objetivos do Kairós?	Quais são os procedimentos do Kairós?

Tabela 1. Matriz de apresentação dos dados da análise

3.2. O consumo responsável na formação de professores – FASE I

3.2.1. Como era o Kairós?

O Instituto Kairós surgiu do interesse de um grupo de mulheres, educadoras e pesquisadoras, em construir um espaço para atuar no campo social por meio da educação e da proposta do consumo responsável. A união entre essas pessoas aconteceu por ocasião de um projeto educativo denominado “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”, que consistia na realização de oficinas educativas para professores da rede pública do município de São Paulo.

No início do ano 2000, Maluh Barciotte⁴², pesquisadora especialista em meio ambiente e resíduos sólidos, foi convidada pelo Programa de Responsabilidade Social do Sindicato das Indústrias de Estamparia em Metal⁴³ (Prolata) para elaborar um projeto educativo que abordasse o tema da sustentabilidade. A pesquisadora, que havia trabalhado na Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, reconheceu no convite do Prolata uma oportunidade de abordar o tema do consumo responsável com os professores. Para isso, partiu do fato de o consumo ter sido proposto nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), introduzidos pela Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB, Lei nº 9.394/96) – como tema transversal a ser trabalhado por professores do 3º e 4º ciclos do ensino fundamental. Barciotte agregou a questão da qualidade de vida ao debate sobre sustentabilidade dos padrões de produção e consumo, visando explorar a relação entre esses assuntos. Assim, reunindo a sua experiência com consumo responsável e sustentabilidade, a pesquisadora apresentou ao Prolata a proposta de realizar oficinas de formação de professores em torno da questão dos

⁴² Maluh Barciotte é bióloga, mestre em Biologia pelo Instituto de Biociências da USP e doutora em Saúde Pública, na área de Saúde Ambiental, pela Faculdade de Saúde Pública da USP. Especialista em ISO 14.000 – Auditora Ambiental pelo Environmental Auditors Registration Association (EARA) com Aperfeiçoamento em Metodologia para Avaliação de Impacto Ambiental, pelo Departamento de Ecologia do Instituto de Biociências da USP. Trabalhou nos Programas Estaduais: “Consumidor e Meio Ambiente e “Resíduos Sólidos” da Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA). Presidente do Instituto Kairós e da Oficina Ecocultural (Econ), atualmente oferece cursos, consultorias, palestras e coordena equipes de trabalho nas áreas de responsabilidade social empresarial, educação ambiental e consumo responsável, minimização e reciclagem de resíduos.

⁴³ O Sindicato de Estamparia em Metais no Estado de São Paulo (Siemesp) é composto por 25 empresas direta ou indiretamente relacionadas à fabricação de latas de aço, entre elas a Cia. Siderúrgica Nacional (CNS) – única fabricante no Brasil de folha-de-flandres – e o Grupo Gerdau.

padrões de produção e consumo, sustentabilidade e qualidade de vida, o que viria a constituir o projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”.

Com a aprovação do projeto, o Prolata realizou a contratação de três educadoras – Cecília Amaral Lotufo, Fabíola Marono Zerbini e Renata de Salles S. Pistelli – para fazer a formação de professores, sob a coordenação de Maluh Barciotte. Além desta última, Fabíola Zerbini e Renata Pistelli também trabalhavam na área ambiental, estavam concluindo a formação universitária na área jurídica, e possuíam experiência com direito ambiental. Conheceram-se no desenvolvimento de um curso de Extensão Universitária em Direito Ambiental, ministrado pelo Instituto Nacional de Estudos Ambientais (Ineaa)⁴⁴ e as Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), onde Maluh Barciotte era professora e Renata Pistelli e Fabíola Zerbini eram monitoras. Cecília Lotufo tinha formação em administração de empresas e contava com experiência em comunicação. Juntas, essas quatro pessoas viriam a criar o Instituto Kairós, ainda no ano 2000.

Desde o início do projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”, o grupo realizava reuniões constantes, que tinham como objetivo promover a formação das próprias educadoras (sobretudo no início do projeto), e proporcionar o debate e a reflexão coletiva acerca do tema consumo responsável e sociedade contemporânea.

As educadoras afirmam que ampliar seus conhecimentos sobre a dinâmica das relações de produção e consumo na sociedade atual foi importante para fazê-las dimensionar o grande desafio presente no desenvolvimento de ações que busquem criar e fortalecer outras formas de consumo, que vão contra a corrente hegemônica. Esse processo de aprofundamento coletivo na visão crítica sobre aspectos fundantes da sociedade contemporânea foi importante para qualificar a avaliação das educadoras sobre as reais possibilidades e limites na efetivação das transformações necessárias em direção à adoção de práticas mais responsáveis e sustentáveis na produção e no consumo de bens e serviços. Nesse sentido, a opção pela abordagem do tema do consumo nos processos educativos, formais e não formais, adquiriu grande importância.

Ao longo do desenvolvimento das ações do projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”, das reuniões de formação da equipe e da crescente integração com

⁴⁴ O Ineaa foi uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2000 pelo advogado Nelson Terra Barth e parceiros.

parceiros, cresce a vontade de atuar em outros espaços e de outras formas na sociedade. Junto a isso, as integrantes perceberam a necessidade de buscar autonomia institucional para ampliar suas ações, assim decidiram fundar o Instituto Kairós, no ano 2000.

Nos dois primeiros anos de existência, a entidade funcionou sem estar legalizada, apenas em 2002 foi feito o registro da entidade como associação civil sem fins lucrativos. Nesse período, além de ter as práticas de formação como atuação principal, o Instituto Kairós desenvolveu campanhas e ações de mobilização, assim como festas e eventos culturais.

A atuação do Kairós nesta época, sobretudo no escopo do projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”, se deu prioritariamente na esfera local, em bairros periféricos de São Paulo, capital. O público trabalhado foi composto inicialmente por professores da rede pública do município, depois houve o envolvimento de educadores e multiplicadores de outras organizações sociais. Os parceiros principais neste início foram, além do Prolata e entidades ambientalistas, sendo que a atuação do Kairós nasceu no campo ambiental, de forma interligada às áreas de direitos humanos e direitos do consumidor.

3.2.2. Quais eram os objetivos do Kairós?

O tempo do relógio é indiferente às tristezas e alegrias. Há, entretanto, o tempo que se mede com as batidas do coração. Ao coração falta a precisão dos cronômetros. Suas batidas dançam ao ritmo da vida – e da morte. Por vezes tranquilo, de repente se agita, tocado pelo medo ou pelo amor. Dá saltos. Tropeça. Trina. Retoma a rotina. A esse tempo de vida os gregos davam o nome de kairós – para o qual não temos correspondente: nossa civilização tem palavras para dizer o tempo dos relógios: a ciência. Mas perdeu as palavras para dizer o tempo do coração. (Rubem Alves, 2012.)

O Instituto Kairós apresentava diversos propósitos na época de sua fundação. Tinha como objetivo contribuir para o equilíbrio entre meio ambiente e sociedade; promover a reflexão sobre a complexidade das relações entre indivíduo, ambiente, cultura e contemporaneidade por meio do estímulo ao desenvolvimento de uma cultura participativa e emancipatória; promover o consumo responsável por meio da reflexão

crítica; atuar na promoção de alternativas sustentáveis ao comportamento hegemônico de consumo e à gestão dos resíduos sólidos urbanos.

Segundo definição do Kairós em 2000, o “consumo responsável é a capacidade de cada pessoa ou instituição, pública ou privada, escolher e/ou produzir serviços e produtos que contribuam, de forma ética e de fato, para a melhoria de vida de cada um, da sociedade e do ambiente”.

3.2.3. Quais eram os procedimentos do Kairós?

Ainda que tenha desenvolvido outras atividades, a atuação principal do Kairós eram as práticas de formação, as quais deram efetivamente forma e sustentação ao coletivo, que estava sendo constituído no início dos anos 2000.

O fato de os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) terem trazido a proposta de abordagem do consumo como um tema transversal foi fundamental para abrir portas ao debate sobre consumo responsável dentro das escolas. Vale ressaltar aqui a importância de essa “recomendação” ter sido feita de forma atrelada à proposta da transversalidade, a partir da qual se abriu a oportunidade de se desenvolver o debate do consumo de forma integrada aos demais temas e questões de relevância para o contexto escolar. Visando tratar a proposta da transversalidade de forma mais aprofundada, posto que serviu de base para o desenvolvimento da formação de professores no escopo do projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”, julgamos necessário um breve resgate histórico para contextualizar as políticas educacionais que trouxeram à tona estas questões no campo da educação formal.

Na década de 1990, as políticas educacionais no Brasil passaram por reformas intensas. A Lei das Diretrizes e Bases da Educação (LDB), assinada em 1996 (após 8 anos de debate no Congresso Nacional), é um bom exemplo das importantes referências legais que foram promulgadas naquela década. Apesar de existirem importantes controvérsias⁴⁵, parece ser consenso entre os pesquisadores da área que esta lei

⁴⁵ É importante ressaltar também que autores críticos, ligados aos movimentos sociais e à militância por uma educação gratuita, pública, democrática e de qualidade, questionam tanto o processo de elaboração desta norma, quanto importantes aspectos de seu conteúdo. Afirmam que a LDB traduziu os interesses do governo da época, que, sob a presidência de Fernando Henrique Cardoso, situava-se ao lado das políticas neoliberais determinadas por organismos como o Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional. E as

apresentou avanços para a educação no país. Entre uma série de regulamentações e mudanças na dinâmica da educação no Brasil, a LDB contém a previsão legal para a elaboração de um conjunto de sugestões metodológicas de ensino, que seriam propostas como orientadoras da ação docente no Brasil – os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), divulgado em 1997. O processo de elaboração desse documento foi conduzido pelo Ministério da Educação (MEC), em conjunto com consultores especializados, e utilizou como base estudos e análises das propostas curriculares dos estados e municípios brasileiros, dos currículos oficiais e das reformas educacionais implantadas em outros países (MARTINS, 2008).

Segundo Martins e Valente, os PCN têm proposta voltada à formação integral da pessoa, compartilhando a ideia de que a aprendizagem escolar deve abranger saberes necessários para a convivência em sociedade, com o intuito de, a cada dia, colocar os cidadãos em maior igualdade de condições quanto a conhecimentos específicos. Dessa forma, as crianças e os jovens teriam condições de atuar como pessoas críticas, capazes de intervir na sociedade, conscientes de seus direitos, assim como de seus deveres enquanto cidadãos (MARTINS, 2008).

Uma importante característica dos PCN é que, além de proporem conteúdos referentes às disciplinas tradicionais, apresentam os temas transversais, sendo que a dupla “trabalho e consumo” forma um deles. Para Martins, os temas transversais estão relacionados à perspectiva do desenvolvimento do aluno em sua totalidade. “Buscam propiciar o desenvolvimento de valores e condutas, *pari passu* com a dimensão cognitiva.” (MARTINS, 2008, p. 20.)

As opiniões dos autores e pesquisadores da área sobre esta proposta curricular são diversas, mas todos parecem concordar que o papel do educador é essencial para que os avanços almejados sejam gradativamente alcançados na educação brasileira.

Se o que interessava saber é se os PCN seriam uma orientação para a construção de uma escola democrática, a resposta dada, resultante da primeira análise daquela política curricular, é que, se usados de maneira crítica,

orientações destes entes operam a favor do capital financeiro, visando reduzir a participação do Estado no provimento dos serviços sociais, entre eles a educação, abrindo o caminho para a prevalência dos interesses do mercado no campo educacional. A LDB tampouco teria contemplado as orientações e reivindicações dos movimentos sociais, o que camuflou a desigual relação de forças entre os atores em disputa, e seus respectivos interesses, que interferem de forma intensa no cotidiano da educação no país.

criativa, autônoma pelos profissionais da educação em cada uma de suas escolas, os valores ali presentes poderiam orientar uma qualidade de educação capaz de preparar nossos alunos para uma participação social democrática. Mas autonomia é palavra-chave nesse processo, e ela depende da formação dos professores e de sua valorização como agentes decisivos para a realização de uma educação democrática. (TEIXEIRA, 2008, p. 5. Grifos nossos.)

Neste sentido, o trabalho com a formação dos professores assume uma posição central para o fortalecimento da política educacional que apresentou os PCN. Alinhado a isso, retomamos a análise das práticas educativas desenvolvidas no Projeto Prolata, que tinham como objetivo a abordagem do consumo responsável junto aos professores das escolas públicas do município de São Paulo, ancoradas na perspectiva da transversalidade. Assim, foi uma oportunidade para o projeto o tema ter sido incluído nas políticas educacionais e, com isso, a formação de professores neste conteúdo ser uma demanda no momento.

Como citado anteriormente, as primeiras atividades realizadas em conjunto pela equipe que veio a fundar o Kairós foram as práticas de formação de professores e professoras no tema consumo, nas escolas da rede pública municipal. Tinham o objetivo de capacitar os professores como multiplicadores, e difundir o tema para aplicação na educação formal.

Como o projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida” era patrocinado pela Prolata, as atividades de formação não representavam nenhum custo para a escola ou para os professores. As oficinas eram realizadas nas próprias escolas, preferencialmente nos horários de estudo e trabalho coletivo dos professores, de forma que tivessem contato com a proposta educativa em horário remunerado, o que, para as educadoras do Kairós, poderia facilitar e estimular a participação de todos os interessados. Foi desenvolvido um material didático específico para o projeto, que serviu de base para o desenvolvimento do trabalho. Durante as atividades, as educadoras buscavam envolver os diretores, professores, alunos e comunidade escolar nas discussões, sendo que o conteúdo trabalhado abordava três temas: qualidade de vida; consumo responsável e consumo sustentável; e reciclagem. O material didático distribuído aos professores era composto por um livreto, com um texto de apresentação

e fichas de atividade para cada um dos temas, e um jogo de tabuleiro feito em papelão que fechado servia de pasta para o livreto.

Durante aproximadamente três anos, de junho de 2000 a novembro de 2003, este projeto foi desenvolvido pela equipe do Instituto Kairós e resultou na realização de cerca de 1.000 oficinas pedagógicas, em 900 escolas do ensino fundamental do estado de São Paulo, envolvendo de forma direta 20.000 professores, coordenadores e diretores⁴⁶. Essa experiência possibilitou à equipe de formadoras um aprendizado importante em relação à sensibilização de professores para um tema que, além de conteúdo pedagógico a ser trabalhado em sala de aula, está presente em suas vidas, em suas rotinas de consumidores, pais e mães de família, etc. Ficou evidente às educadoras que, para trabalhar na perspectiva da formação crítica de seus alunos em relação ao consumo, à publicidade, entre outros, os professores tinham que necessariamente fazer uma reflexão crítica sobre si mesmos, sobre suas próprias posturas ao realizar seus diferentes papéis de consumidores, cidadãos, professores etc. O esforço das educadoras do Kairós foi se dando no sentido de proporcionar que as oficinas do projeto se tornassem um espaço em que essas múltiplas reflexões e críticas, que iam da problematização social ao universo individual de cada um dos presentes, passando pelas questões institucionais da própria escola, pudessem acontecer e fossem debatidas por aquele coletivo.

Inicialmente as educadoras realizavam as formações em duplas e a partir do segundo ano de trabalho já se sentiram confortáveis para fazer as formações individualmente, podendo assim atender a um número maior de escolas. Tinham a possibilidade de marcar até quatro encontros por escola. A dinâmica das oficinas era pensada e organizada para favorecer o debate coletivo acerca dos conteúdos de formação, trabalhando menos com falas expositivas e mais com rodas de conversa a partir de questões disparadoras. A sala era organizada de forma que os participantes ficassem em círculo, podendo enxergar uns aos outros durante a atividade.

A primeira parte da oficina era composta pela apresentação do projeto, os objetivos, o Prolata e as atividades, momento em que os professores costumavam levantar questões sobre o Prolata, como o porquê de o Sindicato das Indústrias de Estamparia em metais patrocinar um projeto educativo com esse escopo. Ao que as educadoras

⁴⁶ Disponível em: <<http://www.institutokairos.net>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

respondiam tratar-se de uma ação de responsabilidade ambiental das empresas produtoras de embalagens de aço, que queriam relacionar o seu produto (embalagens de aço) à sustentabilidade ambiental, uma vez que pesquisas próprias indicavam o aço como uma embalagem menos impactante ambientalmente do que outras embalagens concorrentes, como o alumínio ou o PET. Essa afirmação estava relacionada sobretudo ao tempo de decomposição do material quando descartado no ambiente – o aço oxida e se decompõem em aproximadamente 8 anos, em contraponto ao alumínio, que não se decompõem, e o PET, que demora em torno de 100 anos –, e à origem da matéria-prima – o aço vem do minério do ferro, material encontrado de forma mais abundante no ambiente do que o alumínio, o qual apresenta uma demanda brutal de energia para sua produção, a partir da bauxita, ou o PET, produzido com base no petróleo. Essas informações e os questionamentos que suscitavam, já começavam a introduzir o debate no universo da produção e do consumo de alimentos, produtos e serviços em geral, o que já era parte do objetivo das educadoras.

A educação para o consumo já era matéria de pesquisa de alguns autores, como o espanhol Manuel Cainzos, para quem a ideia de temas transversais deve impregnar e atravessar a atividade educativa em seu conjunto, afetando conteúdos de áreas diversas. “Trata-se de organizar concretamente os conteúdos de consumo em torno de um conteúdo educativo.”⁴⁷ (CAINZOS, 1993, p. 106). O autor apresenta os seguintes elementos como objetivos da educação do consumidor: 1. Descobrir a sociedade de consumo; 2. Conhecer a sociedade de consumo; 3. Expressar a sociedade de consumo; 4. Criticar a sociedade de consumo; e 5. Transformar a sociedade de consumo. Fala em respostas coletivas a essas situações, que considera problemáticas. (CAINZOS, 1993, p. 113.)

As educadoras do projeto utilizavam este autor como referência, além do conteúdo dos próprios PCN. Com base nessas considerações, as educadoras buscavam, durante as oficinas, desenvolver um trabalho de formação que pudesse mobilizar o entendimento

⁴⁷ Este autor propõe a organização da Educação do Consumidor em três níveis de ensino – educação infantil, primária e secundária – e em seus diferentes elementos curriculares: (a) objetivos gerais de etapa; (b) objetivos gerais de área; (c) conteúdos; e (e) critérios de avaliação. Acredita que uma instituição educacional coerente deve tratar os temas transversais a partir do projeto educativo; do projeto curricular e dos planos de ensino e quer dar um passo à frente na concretização de um currículo para a educação do consumidor, referente aos elementos que devem configurar qualquer projeto: objetivos; conteúdos; atividades de ensino aprendizagem; e atividades de avaliação. (CAINZOS, 1993, p. 108.)

dos professores acerca do tema consumo e de como as relações de consumo se apresentam em suas rotinas, interferindo (ou não) em sua qualidade de vida. Dessa forma, após a parte da apresentação, as educadoras conduziam um debate coletivo partindo da questão disparadora: “O que é qualidade de vida para cada um de vocês?” Antes de compartilhar no coletivo suas respostas ou inquietações, os professores e as professoras eram convidados a escrever sua resposta em um papel, estimulando assim a reflexão individual. Após este momento as respostas eram apresentadas por aqueles que desejassem e os conteúdos eram bastante diversos, mas muito focados em uma questão básica: ter tempo. Qualidade de vida para a maioria dos professores era ter tempo. Tempo para dormir, para comer, para passear etc. Um tempo que andasse a seu favor, um tempo mais Kairós do que Cronos...

Depois de rodadas de conversa e trocas de ideias, os professores eram convidados a responder individualmente uma segunda pergunta: “O que estão fazendo para alcançar o que acreditam ser qualidade de vida?” Em geral, essa questão causava certo incômodo nos professores, mas o objetivo era despertar um debate sobre a importância de conhecer o que queremos, identificar os desafios e entender-nos corresponsáveis na transformação da nossa realidade.

A terceira parte era composta pelo debate sobre a reciclagem e ciclo de vida dos produtos. A equipe não tinha como objetivo trazer uma proposta pedagógica fechada ou pronta para os professores, mas sim proporcionar nos encontros o espaço para a reflexão crítica e coletiva sobre o tema do consumo de forma que os professores e demais profissionais envolvidos pudessem introduzir da melhor forma estes conteúdos na proposta pedagógica de cada escola.

Existiam na época, no Brasil, referências interessantes de experiências com o tema consumo em educação, como a desenvolvida em São José dos Campos, São Paulo. O Departamento de Educação Integrada da Secretaria de Educação daquele município atua, desde 1992, na área da educação para o consumo responsável, inserindo, formalmente, conceitos básicos sobre esse tema nos componentes curriculares já existentes. Trata-se, portanto, de um exemplo, pioneiro, de política pública voltada à educação para o consumo responsável. A experiência acumulada pela rede municipal de ensino na aplicação demonstra consistência no trabalho, dedicação ao projeto, que se perpetuou durante os últimos 20 anos, e qualidade no material compilado, entre ele

textos, atividades pedagógicas e avaliações como um todo. Por meio de atividades informais como peças de teatro, jogos, visitas guiadas a supermercados, inserção de alguns capítulos em livros didáticos e revistas em quadrinho, a equipe técnica atua, junto a todas as escolas da rede, por meio da formação de multiplicadores e da atuação direta com os grupos da educação fundamental e médio. Na época, os objetivos⁴⁸ eram:

1. Conhecer o sistema oferta-procura e a política de abastecimento.
2. Ser crítico diante da publicidade.
3. Conhecer os direitos e deveres do consumidor.
4. Desenvolver hábitos e atitudes de fiscalização e de reivindicação de melhoria nas relações de consumo.
5. Posicionar-se criticamente diante da seleção, compra e conservação de alimentos.
6. Conscientizar-se da importância de análise das características dos bens e serviços antes de serem adquiridos.
7. Adquirir consciência crítica com relação a meio ambiente e consumo.
8. Desenvolver atitudes críticas perante a sociedade do desperdício.
9. Conscientizar-se de que os modelos sociais transmitidos pela propaganda são instrumentos utilizados com a finalidade de vender o produto e/ou serviço e/ou impor uma ideia.
10. Ser agente participativo nas relações de consumo, não descuidando da vocação ontológica, de ser sujeito de uma sociedade em transição.
11. Conscientizar-se da importância dos órgãos de defesa do consumidor e outras instituições afins, e de colocar a seu serviço estas instituições.
12. Conquistar a autonomia na resolução dos problemas das relações de consumo.
13. Desenvolver a consciência de que melhores condições de vida só serão conquistadas com a participação de todos os segmentos sociais.
14. Conhecer as informações científicas para melhor seleção e utilização dos produtos.

Vale ressaltar que a maioria dos projetos de educação para o consumo nasceu dos movimentos de defesa dos direitos do consumidor e ambiental. Seguem alguns exemplos:

⁴⁸ Estes objetivos são formulados pela autora Maria de Lourdes Coelho (2002).

- Inmetro – projeto “Formação de Multiplicadores em Educação para o Consumo”;
- Procon/SP – projeto “Observatório do Consumo”, Idec);
- Idec/MMA – “Manual de Educação para o Consumo Sustentável“, *spots* de rádio e séries de TV etc.;
- Secretaria de Educação de São José dos Campos-SP – projeto “Educação para o Consumo” (desde 1992).

Assim, havia iniciativas de outras entidades não governamentais, de algumas secretarias de educação isoladas, bem como projetos do Ministério da Justiça abordando a temática de direitos do consumidor. É interessante perceber a multiplicidade de metodologias e propostas, que iam de campanhas de rádio, como as desenvolvidas pelo Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) em parceria com o Ministério do Meio Ambiente, a eventos de debate e reflexão sobre os hábitos de consumo entre várias culturas. (PAULI, 2004.)

Nesta análise sobre o Kairós, é possível perceber que diversas ações, escolhas e, sobretudo, encontros foram compondo a trajetória do instituto, que, por sua vez, foi ocupando diferentes espaços e sendo preenchido com novos elementos, movimentos e aprendizados. A transição da atuação prioritária do Kairós do eixo ambientalista e da educação formal, para o âmbito dos movimentos sociais e da educação não formal se deu principalmente entre os anos de 2003 a 2007.

3.3. Entender para intervir: a construção de uma proposta pedagógica – FASE II

Chronos é um tempo sem surpresas: a próxima música do carrilhão do relógio de parede acontecerá no exato segundo previsto. Kairós, ao contrário, vive de surpresas. Nunca se sabe quando sua música vai soar. (Rubem Alves, 2012.)

3.3.1. Como o Kairós passou do que era ao que é?

Com a experiência em formação de professores desenvolvida no projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida” e em ações de articulação em torno da educação para o consumo responsável, a equipe privilegiava, além do trabalho nas escolas, a participação em eventos organizados por entidades parceiras, aos quais eram frequentemente convidadas para ministrar palestras, oficinas e debates sobre o tema, principalmente nas áreas de educação ambiental e direitos do consumidor.

Nessa época, o público com que o Kairós atuava era marcadamente urbano, de origens sociais diversas, e elevado nível de escolaridade, uma vez que se tratava de professores da rede pública do município de São Paulo, formados e concursados, de militantes ligados a associações ambientalistas e de defesa dos consumidores, ou ainda de consumidores em geral, potencialmente sensibilizados com essas questões, uma vez que frequentavam eventos de mobilização organizados por aquelas mesmas associações. Ao longo dos anos seguintes, como veremos mais à frente, principalmente na atuação do Kairós junto aos movimentos sociais populares, como a economia solidária e a agricultura familiar, o perfil do público trabalhado e dos parceiros foi se transformando. E essa mudança foi também estendida à visão, à linguagem e à forma de atuação do Kairós com o tema do consumo responsável.

A participação no convênio Sud-Abong: relação entre consumo responsável e comércio justo

Em meados de 2003, por meio de contatos com parceiros nacionais e internacionais, houve uma aproximação do Kairós com o Comércio Justo europeu. Desde a década de 1940, entidades europeias questionadoras das desigualdades sociais afirmadas pelo comércio internacional se desafiaram a desenvolver estratégias para a realização de práticas comerciais baseadas nos princípios da solidariedade e justiça entre países do Sul e os países europeus, ditos do Norte do mundo. O desenvolvimento destas práticas por meio de mobilizações sociais e políticas, e da comercialização de produtos vindos dos países do Sul para os consumidores europeus, deu formato ao que se chama de Comércio Justo. Esse movimento é formado de diversas abordagens e

correntes, que partem de diferentes concepções políticas e ideológicas sobre modelos de desenvolvimento econômico e cooperação internacional.

A aproximação do Kairós com esse tema se deu por caminhos paralelos e complementares. Em meados de 2002, uma das fundadoras do instituto, Renata Pistelli, viajou para a Espanha, onde trabalhou durante um ano na Cooperativa de Economia Alternativa e Solidária (Ideas), localizada em Córdoba/Andaluzia. Essa cooperativa atua na importação e venda de produtos de comércio justo e no desenvolvimento de projetos educativos. Paralelamente, no Brasil, em 2003, durante o II Fórum Social Mundial de Porto Alegre, as integrantes do Kairós Fabíola Zerbini e Maluh Barciotte conheceram parceiros nacionais e internacionais do campo da economia solidária que estavam se articulando com o movimento do Comércio Justo europeu por meio de um convênio estabelecido entre entidades brasileiras e francesas para intercâmbio de experiências. A partir dessa aproximação, o Kairós foi convidado a participar do Convênio Sud-Abong⁴⁹, onde estabeleceu um intercâmbio pedagógico com a Fédération Artisans du Monde (ADM), organização francesa de comércio justo⁵⁰.

Ao longo dos três anos de duração do Convênio Sud-Abong (2003 a 2006), estava posto aos parceiros, no Brasil e na França, o desafio de pensar uma proposta pedagógica comum, tendo como referência a experiência do Instituto Kairós em educação para o consumo responsável e a experiência da Fédération Artisans du Monde (ADM) com a educação para o comércio justo. Na visão dos participantes, o objetivo deste trabalho coletivo foi “integrar, em processos educacionais, ambos os temas na sua complementaridade, traçando um caminho entre a compreensão e a intervenção – uma linha circular em que a educação assume um papel de ferramenta do processo maior de

⁴⁹ Durante o II Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em janeiro de 2003, a Associação Brasileira das Organizações não Governamentais (Abong) e a Coordination Sud assinaram um acordo de cooperação internacional com duração de três anos, financiado pelo ministério francês das Relações Exteriores, para fortalecer os movimentos e as entidades socioambientais de ambos os países, conhecido por Convênio Sud-Abong. Os dois coletivos reúnem 250 organizações não governamentais no Brasil e 120 na França. O convênio estabeleceu-se a partir de quatro eixos de atuação: 1) outra ruralidade é possível, em que a agricultura familiar tenha seu lugar, em que as paisagens se envolvam, em que a exportação agrícola não faça mais a lei; 2) outra urbanidade é possível, em que os habitantes contribuam para a construção de seu quadro de vida, tenham melhores condições de moradia, exerçam a democracia participativa etc.; 3) outra economia é possível, que se baseie nos princípios da economia solidária, das finanças solidárias, do comércio justo etc.; e 4) outras regulações internacionais são possíveis por uma diplomacia não governamental, em cujo quadro a sociedade civil participe das grandes negociações internacionais referentes ao comércio, ao meio ambiente etc.

⁵⁰ A denominação utilizada na França é *commerce équitable*.

transformação social”. (BADUE *et al.*, 2005.) Assim, através de um intenso trabalho entre as equipes, que, envolvendo pesquisa, sistematização, traduções, participação em reuniões virtuais e viagens internacionais, resultou em um conteúdo cujo eixo era a proposta pedagógica “Entender para Intervir”. O conteúdo elaborado foi publicado em livro no Brasil e na França, com a intenção de contribuir com professores e educadores interessados em trabalhar o tema com seus educandos.

3.3.2. Como os objetivos do Instituto Kairós evoluíram?

A proposta pedagógica então formulada no escopo do convênio Sud-Abong, chamada de “Entender para Intervir”, demonstra já em sua nomenclatura uma intenção educativa que vai além da reflexão teórica. Fala-se em *entender*, compreender a sociedade e suas dinâmicas, para então atuar, *intervir* pela transformação necessária.

Em um primeiro momento, as oficinas de formação realizadas pelas educadoras do Kairós, junto aos professores da rede pública, tinham como objetivo sensibilizar os participantes por meio da problematização dos efeitos sociais e ambientais dos padrões de produção e consumo adotados na sociedade contemporânea. A intenção pedagógica era despertar, junto com os participantes, conhecimentos que os fizessem perceber uma relação existente entre a crise socioambiental vivida – e cada vez mais reconhecida pela sociedade – e os padrões de produção e consumo adotados.

Nessa época, início dos anos 2000, a questão ambiental estava alcançando importante dimensão, e cada vez mais eram abordados pela mídia e outros meios de comunicação assuntos como o desmatamento das florestas tropicais, a finitude dos recursos naturais, os processos avançados de extinção de espécies da flora e fauna, entre tantos outros. Porém, entendem os entrevistados que o debate geral não se ocupava da relação entre esses aspectos, que evidenciavam a crise socioambiental e os padrões de produção e consumo hegemônicos adotados na sociedade capitalista atual. Boa parte das pessoas já era sensibilizada pelas evidências da crise ambiental, porém, não as relacionava com seus próprios hábitos de consumo cotidianos ou com a forma como determinados bens são produzidos. Os entrevistados citam o exemplo de que os dados do desmatamento da Amazônia chocam muitos indivíduos que habitam os grandes centros urbanos, porém uma mínima parcela deles era capaz de refletir sobre a origem

da madeira de sua mesa de jantar ou de outro móvel da casa. Ou então, havia uma comoção internacional com denúncias de trabalho infantil na fabricação de calçados esportivos de marcas famosas em países da Ásia, mas poucas pessoas refletiam sobre isso no momento de comprar um tênis novo.

Assim, a atuação do Kairós era pautada pelo objetivo primeiro de resgatar a discussão ambiental e social do nível macro, como era pautada em geral pela mídia e demais veículos, e trazer para o âmbito da atuação cotidiana das pessoas, dos seus hábitos de alimentação, higiene, estética, entre outros. Vale ressaltar o desafio relatado como necessário pelos entrevistados: fazer esse resgate sem entrar na lógica da “culpabilização dos indivíduos” pela crise, o que claramente não era esta a intenção dos educadores. É necessário um cuidado enorme para se desviar dessa armadilha, pois existe uma linha sutil entre a responsabilidade e a culpa. O objetivo era trabalhar a noção da corresponsabilidade.

Na visão do Kairós, o consumidor tem um poder na relação econômica, o poder de compra. Ao escolher determinado produto, o consumidor contribui para o financiamento da empresa que o fabrica. Assim, existe o entendimento de que se a cadeia produtiva daquele bem emprega mão de obra infantil, o consumidor final que o compra também acaba por financiar essa prática exploratória, mesmo sem saber disso. Acontece que as informações sobre as empresas e as cadeias produtivas dos bens e serviços são escassas, e o consumidor compra produtos sem saber o que está “apoando”. Nesse sentido, as oficinas de consumo responsável e demais práticas educativas do Kairós tinham o objetivo de problematizar as relações de produção e consumo e despertar a noção de responsabilidade compartilhada entre as empresas, os Estados e também os consumidores finais, que poderiam atuar como peça chave no mercado. Poderiam, por meio de seu poder de compra, fazer pressão e exigir mudanças nos padrões de produção e, ao mesmo tempo, rever a influência do consumismo em suas vidas.

Ao problematizar essas questões, muitas vezes as educadoras relatam que percebiam certa sensação de incômodo dos participantes, que, ao se sentirem afetados pelo tema, perguntavam: “Mas, e aí, o que eu posso fazer a respeito?” Ficavam desejosos de uma resposta, de uma “receita” que pudessem seguir para se tornar consumidores responsáveis. Porém, a proposta do Kairós nunca foi a de trabalhar com o

consumo responsável como um conjunto de regras que, após serem seguidas, deixa os consumidores com a consciência tranquila e o “dever de cidadão” cumprido. O incômodo que pode surgir na prática educativa não tem uma solução imediata. O objetivo pedagógico do Kairós, nesse caso, seria permitir que houvesse uma abertura na visão dos educandos para então construírem caminhos possíveis de intervenção.

Também era notável aos entrevistados que a prática do consumo responsável é um desafio para as pessoas, principalmente nas grandes cidades, e é também desafiador conseguir produtos diferenciados, agroecológicos, solidários, a preços acessíveis. Assim, reconheciam como urgente a necessidade de avançar na obtenção de informação e contatos de experiências práticas que pudessem contribuir para o exercício do consumo responsável de maneira factível e para a construção de caminhos de intervenção.

Dessa forma, conhecer a prática do comércio justo europeu foi algo bastante significativo para o Kairós, pois demonstrava a possibilidade concreta de construção de uma prática comercial que, por meio da venda de produtos necessários às pessoas, fazia a ponte entre produtores organizados e consumidores críticos ao sistema econômico hegemônico.

Era do conhecimento dos entrevistados as críticas mais frequentes ao comércio justo internacional, considerado como uma ação de assistencialismo internacional, de elitização do consumo pelo alto preço dos produtos, de servir para o alívio da “culpa europeia pela colonização” e por isso também o consumidor estaria disposto a pagar mais caro, entre outros entendimentos. Porém, o que buscamos demonstrar aqui é que conhecer essa experiência internacional alimentou a equipe do Kairós de uma perspectiva mais clara sobre a importância e a possibilidade concreta de se construir sistemas alternativos de produção e comercialização, que, trabalhado e aprimorado ao longo do tempo, com apoio de políticas públicas e iniciativas privadas, podem tornar mais viável a prática do consumo responsável no Brasil.

3.3.3. Como os procedimentos evoluíram do que eram ao que são?

A oportunidade aberta pelo Convênio Sud-Abong para o Kairós, de realizar o intercâmbio de metodologias pedagógicas com a Fédération Artisans du Monde (ADM), instituição parceira do Kairós no Convênio Sud-Abong, levou as integrantes do Kairós a um intenso esforço de sistematização das suas práticas educativas desenvolvidas até então.

Por sua vez, a ADM já atuava há mais de 30 anos com comércio justo na França e assumiu a tarefa de compartilhar essa experiência com a equipe do Kairós. Para a Artisans du Monde, a noção de desenvolvimento seria a “apropriação pelos povos de suas escolhas econômicas, políticas, sociais, culturais e ecológicas em uma perspectiva democrática”. (BADUE *et al.*, 2005, p. 12.) Defende a ideia de um comércio justo em três dimensões: econômica, política e educativa. A ADM tem como propostas de ações educativas intervenções em escolas e formação de educadores, utilizando materiais pedagógicos próprios, elaborados com o objetivo de “estimular nos cidadãos franceses um olhar crítico sobre as desigualdades do comércio internacional e uma postura de ator no processo de construção de uma sociedade mais justa.” (BADUE *et al.*, 2005, p. 13.)

Para realizar o trabalho de sistematização e intercâmbio, Fabíola Zerbini e Renata Pistelli, que continuavam a trabalhar no Kairós, contaram com a integração formal (apesar de já ser bastante próxima) de Ana Flávia Borges Badue⁵¹, educadora e pesquisadora que já possuía ampla experiência em formação, principalmente no campo da educação ambiental. Da parte da ADM, Arturo Palma Torres e Yaël Clech trabalharam neste projeto. Assim, as cinco pessoas citadas neste parágrafo foram autoras da publicação que selou os três anos desse intercâmbio de metodologias educativas: o *Manual Pedagógico Entender para intervir – Por uma educação para o consumo responsável e o comércio justo*. O livro foi publicado em 2005, no Brasil e na França, e contém 212 páginas.

A redação desta publicação contribuiu significativamente para o amadurecimento da ação pedagógica do Kairós, uma vez que colocou ao coletivo o desafio de registrar e sistematizar o que entendiam como educação para o consumo responsável, quais os objetivos dessa proposta pedagógica, quais os conteúdos teóricos que sustentavam as ações educativas, quais as atividades trabalhadas junto aos

⁵¹ Ana Flávia Badue é mestre em educação, educadora ambiental e pesquisadora em temas como consumo responsável, agroecologia e segurança alimentar.

professores, entre outros elementos. A redação do livro foi um importante exercício de reflexão e amadurecimento das propostas, intenções e práticas do Kairós na educação para o consumo responsável.

O Manual Pedagógico Entender para intervir – Por uma educação para o consumo responsável e o comércio justo

O livro cita como referências pedagógicas do Instituto Kairós, a educação popular, a educação ambiental e a educação em valores. O entendimento de educação popular abraçado pelo Kairós, nesta época, está relacionado à obra freiriana, sobretudo à pedagogia da libertação. Alinhado a isso, faz referência à pedagogia crítica-social dos anos 1970 e 1980, com sua concepção de educação crítica como aquela que se coloca “a serviço das transformações sociais, políticas e econômicas, tendo em vista a superação das desigualdades existentes no interior das sociedades”. (BADUE *et al.*, 2005, p. 29.)

Os autores compreendem que a educação popular tem o papel de inserir na agenda educativa discussões sobre temas sociais e políticos, análise dos problemas e de seus fatores determinantes e a organização de formas de atuação direcionadas à transformação da realidade. Assim, colocam a educação popular como referência à proposta de educação para o consumo responsável, uma vez que esta encontra naquela a legitimação do entendimento de educação como uma “ferramenta do processo de transformação social rumo à construção de um futuro de igualdade e justiça sociais”. (BADUE *et al.*, 2005, p. 30.)

O livro apresenta também a relação da proposta do Kairós com a educação ambiental, deflagrada pelo movimento ambientalista a partir da década de 1970. Faz referência à vertente da educação ambiental dita emancipatória, a qual, influenciada pela educação popular, reconhece as “relações de poder causadoras da crise socioambiental contemporânea e, a partir do estímulo a posturas críticas, criativas e proativas, busca engajar indivíduos e coletividades em processos que quebrem a lógica hegemônica e construam outras interações e relações entre indivíduos, cultura e natureza”. (BADUE *et al.*, 2005, p. 30.)

Os autores acreditam que a educação ambiental tem o papel de interceder pela inclusão do componente ambiental nas temáticas sociais e políticas inseridas na agenda

educativa. Dessa forma, coloca em pauta a importância de buscar equilíbrio nas relações entre cultura e natureza, “o que não poderá ser alcançado se as relações de produção e consumo atuais não forem questionadas [...] na sua relação com a crise ambiental contemporânea”. (BADUE *et al.*, 2005, p. 30.)

A educação em valores é mencionada como referência, no sentido em que propõe a reflexão sobre os valores humanos que permeiam as relações entre indivíduos e entre estes e o meio ambiente. Afirmando que essa corrente é responsável pela inserção da ética e dos valores humanos universais na educação como um todo, os autores compreendem ser de grande importância firmar um estreito diálogo entre a proposta pedagógica apresentada e a educação em valores humanos.

Falar de transformação social em direção à construção de uma cultura de sustentabilidade e justiça significa falar de uma transformação de valores, ou seja, de filtros pelos quais impingimos uma determinada motivação às nossas atitudes e posturas frente à vida e a partir dos quais nos integramos na cadeia de ação e reação que alimenta e constrói o presente e o futuro da humanidade. (BADUE *et al.*, 2005, p. 31.)

Os autores do livro, participantes da ADM, apresentaram como principal referência pedagógica a educação para o desenvolvimento, que surgiu no contexto do agravamento das desigualdades internacionais entre os países desenvolvidos e os menos favorecidos. Tem como objetivo proporcionar aos habitantes dos países desenvolvidos ferramentas de análise e informações para uma melhor compreensão das relações internacionais, entre os chamados países do Norte e países do Sul, visando estimular a adesão à proposta da solidariedade internacional. É uma concepção pedagógica focada na cooperação internacional e cidadania mundial, como explicado a seguir.

A educação para o desenvolvimento e para a solidariedade internacional é, assim, uma ação de interesse público direcionada aos atores (ONGs, poderes públicos, mídias, escolas etc..) que podem ajudar a construir relações mais justas entre os países do mundo através da tomada de consciência sobre a importância e a força da cidadania mundial. Ela informa não somente as causas da pobreza e do subdesenvolvimento, mas desperta o espírito crítico dos cidadãos, bem como apresenta alternativas e propostas de comprometimento acessíveis a cada um. Nesse sentido, é um ato educativo – pois estimula a construção de novos conhecimentos nos participantes por meio de um processo pedagógico, participativo e reflexivo –; é um ato político – pois esclarece a complexidade do processo de desenvolvimento dos países, recheados de relações de dependência, a fim de deixar evidente que podem ser estabelecidas novas relações, pautadas nos princípios da solidariedade internacional –; é um valor dividido – pois a solidariedade é um princípio de trocas entre os parceiros decididos a agir juntos para a transformação das relações Norte-Sul. (BADUE *et al.*, 2005, p. 32.)

Apresentadas as referências, cabe entrar na explicação da proposta pedagógica, que dá nome ao *Manual Pedagógico Entender para intervir – Por uma educação para o consumo responsável e o comércio justo*. Existe um jogo de palavras neste título, “Entender para intervir”, que é posteriormente desmembrado em “*Enxergar, Refletir e Intervir*”. Cada uma dessas palavras abriga conceitos relevantes e significa um momento do percurso educativo a ser percorrido pelo educando, que não tem uma ordem certa a ser seguida.

Essa proposta é influenciada pela pedagogia do “Ver, Julgar e Agir”, encampada pela Teologia da Libertação, a partir da década de 1970. Porém, a concepção pedagógica de Paulo Freire também apresenta, desde seus primeiros trabalhos como educador, elementos que inspiraram essa proposta, como apontado em suas obras da década de 1960. Para Paulo Freire, a educação deve auxiliar os educandos a compreender seu papel no mundo, a inserir-se criticamente em sua “circunstância” – expressão utilizada por Freire para designar o mundo que envolve o homem. (BEISIEGEL, 2008, p. 45.) A educação não tem sentido se for concebida de forma meramente utilitarista, de domínio da língua, da palavra. Foi por meio da observação crítica, da percepção, reflexão e análise crítica do contexto social a sua volta que Paulo Freire construiu o seu método de educação de adultos.

A emergência das “massas urbanas” e, no final do período, também de alguns contingentes das “massas camponesas”, a miséria popular no país subdesenvolvido e as potencialidades revolucionárias inerentes a esta condição, a atuação das lideranças “populistas” e a política “populista” em geral, o nacionalismo, a ação social da igreja católica, a atividade política de partidos ou agrupamentos revolucionários, a reação da “ordem” contra as ameaças visualizadas em cada um destes fatores e na ação de conjunto de todos eles, foram sobretudo estes os elementos que permearam a criação e a prática do método de Paulo Freire. (BEISIEGEL, 2008, p. 33.)

O exercício do “Entender” (que contempla no caso o “Enxergar” e o “Refletir”) convida o educador e os educandos a trabalharem essa reflexão crítica, acerca: das características do consumo moderno; dos padrões de produção e comercialização; das consequências sociais e ambientais destes processos econômicos; das formas de produção e consumo não hegemônicas etc. O “Intervir” traz a ideia do comprometimento com a atuação prática, de forma a empregar esforços para contribuir efetivamente para as transformações sociais almejadas. A educação pode auxiliar o homem a exercitar suas próprias capacidades e romper com as amarras da dominação

imposta pelo sistema opressor. O professor Beisiegel cita elementos que comporiam reflexões de Paulo Freire a respeito da condição do homem:

Considerado em abstrato como um ser de relações, pela sua própria natureza aberto para o mundo, mas também situado, datado, marcado pelas condições de seu ambiente específico, este homem era então compreendido como um ser dinamicamente colocado em sua moldura, capaz de transcender os condicionamentos naturais e culturais de sua “circunstância” e, por isso mesmo, em conjunto com os outros homens, habilitado a interferir, criadoramente, em suas próprias condições de existência. (BEISIEGEL, 2008, p. 47.)

É importante ressaltar que os autores do *Manual Pedagógico Entender para Intervir* recorrem à figura de uma mandala para representar graficamente esse “caminho pedagógico”, a fim de ajudar a demonstrar que a proposta pretende tratar de um fluxo circular de informação, reflexão e intervenção, alimentado em processos contínuos, tanto na direção do “Entender para Intervir” como do “Intervir para Entender”. Ou seja, trata-se de dizer que o processo de reflexão pode inspirar e qualificar a ação, assim como a intervenção prática pode disparar reflexões e entendimentos tão variados quanto o número de pessoas que tiverem contato com a proposta.

O conteúdo e a organização do material

O livro está organizado em textos e fichas de atividades. A primeira parte é composta por uma análise do contexto mundial a partir do qual o consumo responsável e o comércio justo se inserem como alternativas. Em seguida, é apresentada a proposta pedagógica para a abordagem desses temas em educação; e chega-se às Fichas Temáticas e às Fichas de Atividades.

As Fichas Temáticas são textos que apresentam conceitos e dados, organizados da seguinte forma:

1. A sociedade de consumo: histórico e atualidade.
2. A desigualdade das relações comerciais internacionais
3. Os impactos da publicidade e dos meios de comunicação
4. As alternativas:
 - 4.1. Quem pode atuar: consumidor responsável
 - 4.2. Como podemos atuar: o comércio justo
 - 4.3. Outras alternativas: turismo responsável, trocas, finanças solidárias etc.

Já as Fichas de Atividades apresentam ferramentas pedagógicas e exemplos concretos de intervenção, sobre os seguintes títulos:

1. Por que consumimos? Consumir é destruir?
2. Somos manipulados pelos meios de comunicação?
3. Quem decide o quê?
4. É possível comprar tudo?
5. Quanto vale realmente?
6. Consumir mais ou melhor?
7. Agir juntos!

As práticas de formação de formadores – Aplicação da proposta pedagógica pelo Instituto Kairós

A publicação do livro representou, para os autores, o fim da etapa inicial, de aprendizado comum e construção coletiva, e o início de uma nova etapa, de aplicação, difusão e multiplicação desta proposta no contexto do ensino formal e não formal, no Brasil e na França. Assim, a partir do lançamento do *Manual Pedagógico Entender para intervir*, cada uma das entidades autoras captou projetos independentes para realizar a formação de educadores, tendo como elo o conteúdo construído em conjunto.

O Instituto Kairós recebeu demandas e apresentou propostas a parceiros para trabalhar na capacitação de professores e educadores em geral. A proposta de capacitação era composta por um processo combinado de formação por meio de eventos educativos, realização de pesquisa-ação-participante e articulação em rede. As dinâmicas e os conteúdos foram adaptados e elaborados de acordo com o público específico de cada formação a ser realizada. No âmbito do ensino formal, o público normalmente era composto por gestores e professores de escolas públicas do ensino fundamental e médio, enquanto na educação não formal havia uma diversidade maior de participantes.

A equipe citou dois cursos, em especial, para exemplificar a realização dessas práticas de formação. O primeiro deles foi realizado em Uberlândia/MG, em 2006, por meio de uma parceria com a Secretaria municipal de educação. Nessa ocasião,

participaram da formação 30 professores de escolas públicas municipais. A segunda experiência marcante ocorreu junto a professores e educadores, em Vila Velha/ES, de 21 a 24 de março de 2007. O curso foi contratado pelo Movimento Vida Nova Vila Velha (Movive)⁵² e financiado por um projeto patrocinado pela Petrobrás.

3.4. Práticas de formação no campo social – A integração com o movimento da economia solidária – FASE III

3.4.1. Como o Kairós passou do que era ao que é?

A experiência de trabalho junto às entidades que atuam no Comércio Justo internacional fez amadurecer na equipe do Kairós a necessidade de contribuir para a identificação e o fortalecimento de experiências nacionais de produção e consumo solidários, sob a lógica da valorização dos circuitos locais de comercialização. Durante os anos de desenvolvimento do convênio Sud-Abong (2003-2005), a atuação do Kairós se deu, por um lado, no trabalho em parceria com a ADM em torno do Comércio Justo internacional e, por outro lado, paralelamente, na articulação com a plataforma de Comércio Justo brasileira – Faces do Brasil – e com entidades da economia solidária. Desde 2003, o instituto passou a integrar esta plataforma e foi um de seus membros fundadores quando este coletivo se institucionalizou como organização não governamental. A participação na Faces do Brasil levou as integrantes do Kairós a um aprofundamento no tema da comercialização solidária no Brasil, o que evidenciou ainda mais sua forte relação com a proposta do consumo responsável.

Na época da publicação do *Manual Pedagógico Entender para intervir*, em 2005, iniciou-se a aproximação mais intensa do Instituto Kairós com o movimento da economia solidária. Por meio do contato com parceiros membros da Faces do Brasil, como Rosemary Gomes, então representante da Fase – Solidariedade e Educação⁵³ e atual secretária executiva da Faces do Brasil, a equipe do Kairós teve a oportunidade de

⁵² Organização civil sem fins lucrativos, com sede em Vila Velha/ES, que atua em prol do desenvolvimento local.

⁵³ A Fase é uma organização não governamental voltada para a promoção dos direitos humanos, da gestão democrática e da economia solidária, que atua em âmbito nacional no Brasil.

ampliar sua compreensão sobre a organização e as mobilizações em torno da economia solidária no Brasil. A partir daí, o Kairós encontrou no movimento brasileiro de economia solidária um espaço legítimo para atuar, mantendo o objetivo de fortalecer o debate do consumo responsável, e foi assim, progressivamente, se constituindo como parte desse movimento.

O termo economia solidária compreende todas as atividades de produção, distribuição e consumo que contribuem para a democratização da economia, com base no engajamento dos sujeitos, tanto em nível local quanto em nível global. Assim, a economia solidária não é um setor da economia, mas uma abordagem transversal que inclui iniciativas em todos os setores da economia. Ela busca o desenvolvimento das práticas de autogestão, do consumo ético, das iniciativas de mulheres, da agricultura camponesa e agroecológica, das moedas sociais, das finanças éticas, do comércio solidário, de serviços comunitários, tecnologias apropriadas e democratizadas e formas sociais de propriedade, de gestão de ativos e de atividades de desenvolvimento. No Brasil, o movimento de economia solidária surgiu aproximadamente na década de 1980, como resposta à precarização das relações de trabalho e ao processo contínuo de exclusão social ao qual os/as trabalhadores/as estavam sendo submetidos/as. Participam desse movimento empreendimentos econômicos populares, que podem ser associações, cooperativas, grupos de produção, agricultores, trabalhadores por conta própria etc.

A criação da Secretaria Nacional de economia solidária (Senaes), em junho de 2003, expressou o reconhecimento, por parte do governo federal, da economia solidária como estratégia para o combate ao desemprego e a exclusão social. Na mesma época foi criado o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). Nesse contexto, inúmeras iniciativas foram surgindo, dando origem a uma surpreendente diversidade de pequenos e microempreendimentos. No mapeamento da economia solidária no Brasil, projeto desenvolvido em uma parceria entre a Secretaria Nacional de economia solidária e o FBES, foram identificados 22 mil empreendimentos econômicos solidários, nos mais diversos setores econômicos, envolvendo mais de 1,700 milhão de trabalhadores e trabalhadoras. No entanto, o mesmo mapeamento mostra claramente a situação de precariedade em que se encontra boa parte desses empreendimentos, que dificilmente alcançam a renda mensal de um salário mínimo entre seus associados. Entre os maiores desafios apontados pelos empreendimentos mapeados está a comercialização. Dessa

forma, os dados legitimam a necessidade de avançar em estratégias de comercialização e de consumo que resultem em melhoria da qualidade de vida destes trabalhadores.

A articulação que se deu entre a Faces do Brasil e o FBES foi central no processo de integração entre a proposta de desenvolvimento do Comércio Justo no Brasil, a partir dos anos 2000, inspirada pela experiência internacional, e o movimento brasileiro da economia solidária, que já tinha uma história a ser considerada, desde aproximadamente 1980. Assim, diversas entidades brasileiras vêm trabalhando desde 2000 no sentido de construir um conjunto de estratégias, conceitos e procedimentos que garantam uma identidade brasileira ao movimento de Comércio Justo nacional, em especial na perspectiva de desenvolvimento de mercados locais. Este processo resultou na elaboração de um texto de regulamentação pública, formulado a partir de um grupo de trabalho intersetorial (Secretaria Nacional da Economia Solidária/MTE e organizações da sociedade civil), que visa o reconhecimento do estado brasileiro ao Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS). A articulação em torno do sistema nacional resultou também no fortalecimento de diversos atores em prol da construção de políticas públicas de fomento o comércio justo e solidário, e, em especial, identificou a demanda por políticas públicas na área da qualificação dos trabalhadores para ampliação do conhecimento acerca dos conteúdos de Comércio Justo e Solidário, principalmente nos seus princípios e critérios.

3.4.2. Como os objetivos do Kairós evoluíram?

A aproximação do Kairós com o movimento da economia solidária contribuiu de forma significativa para a transformação dos objetivos do instituto. Esta interação significou, do ponto de vista dos entrevistados, um importante avanço no debate e na estratégia de atuação do instituto com a proposta da educação para o consumo responsável. Tratava-se de ampliar a compreensão de que o exercício do consumo responsável está atrelado ao fortalecimento de relações de produção e comercialização solidárias, como as desenvolvidas pelos empreendimentos integrantes do movimento da economia solidária.

Esse contato evidenciou aos integrantes do Kairós que os princípios que buscavam valorizar e as questões que desejavam transformar no âmbito do consumo estariam fortalecidos e legitimados quando integrados a uma proposta maior de crítica e transformação do modelo hegemônico de desenvolvimento econômico, pautado pelo modo capitalista de produção. Para construir relações responsáveis de consumo é necessário ir além de problematizar os padrões de produção, em busca de fortalecer formas de produção e comercialização que permitam o exercício da autonomia pelos sujeitos envolvidos, sejam eles produtores rurais, artesãos, ou comerciantes.

Assim, após o contato com a economia solidária e movimentos ou bandeiras correlatas, como a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN), e a agroecologia, as ações desenvolvidas pelo instituto assumiram um caráter pedagógico mais voltado ao desenvolvimento de experiências que possibilitem a construção e/ou o fortalecimento de caminhos para a prática do consumo responsável, de forma atrelada ao campo da produção e comercialização solidárias.

O consumo responsável passa a ser assumido pelo Kairós como um meio de fortalecimento das relações solidárias de produção e comercialização, propostas e desenvolvidas no âmbito dos citados movimentos. Ou seja, concretamente falando, começava a se vislumbrar a possibilidade da prática do consumo responsável por meio da compra de bens e serviços produzidos e comercializados (com características) de forma “solidária e justa”. O avanço em direção a esse objetivo ampliou o sentido político do debate do consumo responsável encabeçado pelo Instituto Kairós, mas também os colocou permanentemente diante de inúmeros desafios para viabilizar a prática do consumo responsável, substancialmente por tratar-se de um movimento que está na contramão dos padrões hegemônicos contemporâneos.

A aproximação da economia solidária foi também transformadora das práticas educativas do Instituto Kairós. Houve uma ampliação importante do público e do perfil dos parceiros com quem a instituição passou a trabalhar junto. A economia solidária é efetivamente um movimento popular, que abarca artesãos, produtores rurais, trabalhadores urbanos, organizados em empreendimentos bem estruturados ou também em grupos informais em situação de extrema exclusão social.

No contexto desse movimento, a educação popular assume um significado ampliado para a prática educativa do Kairós. Conforme tratado no item anterior, ela já

era uma importante referência pedagógica para o instituto, que, com base nela, trabalhava na perspectiva da conscientização dos consumidores, da pedagogia do diálogo, da participação e da reflexão crítica. Junto aos parceiros da economia solidária, e posteriormente da agricultura familiar, a prática educativa acontece efetivamente na dimensão popular, ou seja, trata-se de uma educação popular não dirigida, mas sim produzida, criada e recriada em conjunto por educadores, educandos, que são também trabalhadores, comerciantes, consumidores e militantes no âmbito do próprio movimento social.

Essa reflexão nos faz remeter à origem do termo “educação popular”. Segundo o professor Celso de Rui Beisiegel, a educação popular está relacionada à educação que é ofertada a todos os habitantes, ou seja, é a educação pública, gratuita e obrigatória, dirigida às camadas populares da sociedade, ao povo. (BEISIEGEL, 2008.) Dessa forma, o autor aponta para uma relação intrínseca entre Estado e educação popular, e nos informa que, desde o século XIX, a Constituição brasileira considera obrigatória a instrução primária gratuita aos cidadãos, a qual deveria ser ofertada pelo Estado. (BEISIEGEL, 2008, p. 17.) Porém, essa aparentemente precoce oferta de educação para todos no Brasil estava relacionada a uma demanda das elites brasileiras, e não da população. Essa oferta respondia aos interesses das elites intelectuais em direção ao projeto de sociedade por elas formulado:

No âmbito deste projeto, a educação para todos assumia um duplo papel: era ao mesmo tempo um componente intrínseco à sociedade que se pretendia realizar e, também, o principal instrumento de preparação dos homens para a construção desta ordem particular. (BEISIEGEL, 2008, p. 19.)

Ou seja, era uma oferta preexistente à procura da escolaridade pela parcela majoritária da população, sendo pautada pelas demandas das elites e não do povo.

Além dessa relação com o Estado, a educação popular também se manifesta em experiências desenvolvidas pela própria sociedade civil organizada, como é o caso das ações educativas no âmbito dos movimentos sociais. A própria figura de Paulo Freire, reconhecida como educador fortemente vinculado à educação popular, obteve repercussão a partir de seu trabalho com a alfabetização de adultos no âmbito de um movimento popular cultural na cidade do Recife, na década de 1960. (BEISIEGEL, 2008.) A educação no movimento da economia solidária também é vista como meio de realizar um determinado projeto de sociedade. Porém, esse projeto é construído pelos

próprios militantes do movimento social, no exercício democrático da participação, e não produzido externamente, de forma a atender demandas de outras esferas da sociedade.

Pode-se dizer que, na perspectiva dos entrevistados, o que mudou bastante com a integração do Kairós ao movimento da economia solidária foi a percepção de que é necessário construir coletivamente outro modelo de desenvolvimento, que seja pautado pela autonomia dos trabalhadores, camponeses, cidadãos, no exercício de seus papéis de produtores, comerciantes e consumidores, em contraposição ao modo capitalista de produção que necessariamente cria a desigualdade social e se alimenta dela.

3.4.3. Como os procedimentos evoluíram do que eram ao que são?

A partir da experiência de formação em Vila Velha, que reuniu educadores de fora do ambiente escolar, a atuação do Kairós foi além do campo da educação formal. Esse deslocamento foi importante para avançar no debate do consumo responsável em contato com o universo da produção e da comercialização de bens e serviços: da economia solidária, para fortalecer os canais alternativos; mas também da economia convencional, para conhecer de forma aprofundada a lógica da produção e comercialização hegemônica e entender como superá-la.

Nessa época, além de ser membro da Faces do Brasil, o Kairós passa também a fazer parte do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). Os entrevistados afirmam que o Kairós participou desse processo de integração entre os movimentos, de forma que as práticas e procedimentos desenvolvidos pelo instituto, a partir de 2005, refletem essa informação. A integração da atuação do Kairós com o movimento da economia solidária foi um processo marcado, por um lado, pela articulação política do tema consumo responsável nos coletivos e redes do movimento da economia solidária e, por outro lado, pela execução de projetos em parceria com entidades e atores historicamente ligados a esse movimento.

Nesse processo, o comércio justo europeu manteve-se como referência, mas a atuação do instituto voltou-se mais para a construção coletiva de um sistema nacional de comércio justo, de forma alinhada à perspectiva da economia solidária. No campo da articulação política, o Kairós atuou pelo reconhecimento dos empreendimentos da

economia solidária como sujeitos centrais do Sistema Brasileiro de Comércio Justo que estava sendo construído. Participou do Projeto de Articulação do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS) no Brasil, desenvolvido pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes) e pela Fapes do Brasil, que tinha como objetivo levar até os integrantes de empreendimentos solidários o debate sobre o SNCJS, de forma a agregar a experiência e as análises desses trabalhadores ao texto da política pública em elaboração e avaliar se esse texto estaria dialogando com a realidade dos grupos. Foi no desenvolvimento desse projeto que o Diogo Jamra Tsukumo, geógrafo, educador e pesquisador, integrante do Núcleo de Economia Solidária (Nesol), da USP, passou a compor a equipe do Kairós e a agregar ao coletivo sua importante experiência e conhecimento sobre economia solidária.

Trazendo o foco novamente para as práticas de formação desenvolvidas pelo Kairós nesta fase, vale voltar a atenção para um projeto de qualificação profissional em economia solidária e comércio justo. Em 2008, o instituto Kairós e dois outros membros da Fapes do Brasil que atuam com educação – a Onda Solidária e a Associação Nacional de Trabalhadores e Empresas de Autogestão (Anteag) – apresentaram uma proposta para concorrer ao edital do Plano Setorial de Qualificação da Economia Solidária (PlanSeQ), projeto de qualificação social e profissional de trabalhadores/as de empreendimentos de economia solidária, e foram contemplados.

PlanSeQ Ecosol 2008 – Projeto de qualificação social e profissional de trabalhadores/as de empreendimentos de economia solidária

O Plano Setorial de Qualificação Social e Profissional em economia solidária (PlanSeQ) é uma política pública, no âmbito do Plano Nacional de Qualificação (PNQ), cuja execução conta com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).

Estimulado por demandas vindas dos movimentos sociais, o Ministério do Trabalho e Emprego lançou uma edição do PlanSeQ focada em economia solidária e comércio justo – o PlanSeQ Ecosol 2008. O projeto foi destinado aos trabalhadores/as de empreendimentos econômicos solidários organizados em redes de cooperação e

circuitos ampliados de relação econômica e social, nos setores da pesca, agricultura, artesanato, confecção (têxtil) e comércio justo.

Nessa perspectiva, o Planseq da economia solidária teve como objetivo contribuir para a organização em rede, de trabalhadores/as de empreendimentos da economia solidária do território nacional, com ênfase no comércio justo e solidário e no desenvolvimento de cadeias curtas e produção. Focou-se na organização em rede pois acredita-se que essa é uma importante estratégia para superar a condição de vulnerabilidade e precariedade do trabalho, características presentes na maioria dos empreendimentos populares e solidários, que dificilmente alcançam a renda mensal de um salário mínimo entre seus associados. Também são identificados como gargalos no desenvolvimento de empreendimentos da economia solidária e de cadeias produtivas solidárias a prática da autogestão, a qualidade em todas as etapas do processo produtivo, a comercialização, as relações interpessoais e coesão grupal, entre outros.

Dessa forma, o resultado esperado desse projeto não estava somente vinculado à qualificação e/ou formação de novos empreendedores, mas sim, sobretudo, à constituição de trabalhadores que pudessem compreender a si mesmos como cidadãos e cidadãs, como atores sociais, políticos e econômicos, comprometidos com o desenvolvimento de suas comunidades, e assim conhecer a opção de se articular com movimentos de âmbito nacional e internacional, buscando incidir em políticas públicas que assegurem melhor qualidade de vida para toda a população.

O desenvolvimento de práticas em economia solidária e comércio justo pode ser visto, nesse sentido, como instrumento que contribui para a superação da condição de vulnerabilidade econômico-social dos empreendimentos populares e para a constituição de um tecido social propício ao desenvolvimento comunitário.

O PlanSeQ Ecosol foi realizado entre os anos de 2008 e 2010, em âmbito nacional. O Instituto Kairós, a Anteag e a Onda Solidária tiveram como meta realizar a qualificação social e profissional de 300 trabalhadores/as de empreendimentos de economia solidária, organizados em 8 turmas, sendo 3 no Rio de Janeiro e 5 em São Paulo. Foram realizadas também atividades de formação de formadores, envolvendo todas as Redes¹ que participaram do PlanSeQ Ecosol 2008-2009. O Kairós trabalhou localmente com educandos de São Paulo e municípios vizinhos, e atuou nas formações de formadores nacionais.

O coletivo de entidades, que envolveu o Instituto Kairós, a Anteag e a Onda Solidária (denominado também de Rede de Comércio Justo), ficou responsável por dois tipos de formação: 1) pela formação de turmas de trabalhadores/as em seus respectivos municípios; e 2) pela formação nacional de formadores em Comércio Justo e Solidário, pertencentes às outras redes executoras do Planseq.

No tocante às turmas locais, com uma carga horária de 200 horas cada, foram enfatizados temas como a remuneração justa do trabalho, as relações transparentes entre produtores, comerciantes e consumidores, a valorização da diversidade ética, cultural e de saberes das comunidades tradicionais. Também foram abordados temas relativos à gestão do empreendimento solidário, dentro dos princípios da autogestão, tais como: registros e controles, cálculo de custo e formação de preço, desenvolvimento de produto, qualidade no processo produtivo, desenvolvimento de instrumentos de marketing, etc. As 200 horas de formação foram alternadas entre a sala de aula e atividades coletivas na comunidade ou no local de produção, por meio de trabalhos a serem desenvolvidos pelos educandos entre os módulos de formação. A equipe desenvolveu apostilas como material de apoio.

As formações nacionais de formadores em Comércio Justo e Solidário tiveram carga horária de 80 horas. Em relação ao conteúdo temático, como citado, o projeto considerou o comércio justo e solidário como tema transversal às diferentes propostas pedagógicas apresentadas pelas redes participantes. Por essa razão, foi reconhecida a importância da realização das formações de formadores em comércio justo e solidário, envolvendo representantes das redes executoras do presente projeto. Foram realizados dois cursos de formação (40 horas cada), com a perspectiva de promover o debate e criar uma integração dos conteúdos de comércio justo e solidário em relação aos demais temas a serem abordados nos diferentes cursos específicos de cada rede participante.

A metodologia utilizada foi composta pelos seguintes elementos:

- Eixos de conteúdo:
 - *Comércio Justo e Solidário como movimento* (histórico, conceito, atores, contexto atual, problemáticas e tendências).
 - *Princípios e critérios do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – SNCJS.*

- *Perspectivas de acesso ao mercado* internacional e construção de mercado nacional para produtos e serviços de base justa e solidária.

- Estratégia geral de formação:

- Reconhecer os processos de Formação dos participantes junto aos trabalhadores.
- Análise de conjuntura/ Como a comercialização é trabalhada nos processo de formação dos EES/trabalhadores?
- Contextualizar o atual sistema de produção e consumo e problematizar a comercialização dos EES.
- Apresentar e discutir o movimento internacional de comércio justo.
- Apresentar o processo de construção do movimento nacional de comércio justo/ o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário
- Apresentação de referencial bibliográfico
- Diálogos sobre princípios, critérios e seus respectivos indicadores (tendo como base os indicadores e resultados da pesquisa do projeto de articulação do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS), coordenado pelo Faces em 2007).
- Levantamento de desafios de aplicação dos critérios pelos EES e de possíveis estratégias de formação decorrentes.
- Diálogo sobre perspectivas de acesso e construção de mercados justos e solidários, nacionais e internacionais.
- Estabelecimento de planos de negócios com foco em comércio justo e economia solidária (Onda Solidária).

O Instituto Kairós assumiu uma turma multidisciplinar em São Paulo, que foi o nascedouro de todo o relacionamento do qual decorrem as ações que tem feito até o momento atual na capital. Acredita-se que nasceu ali a rede de atores animada pelo Kairós e que possibilitou à instituição ser reconhecida e legitimada para atuar nos projetos atuais, com escopo local, municipal.

Na turma do Planseq, buscou-se articular atores que representassem toda a cadeia produtiva, da produção até o consumo final, e atores da agroecologia de São

Paulo, da comercialização de orgânicos, consumidores organizados, entre outros. Assim, havia produtores, comerciantes, distribuidores e consumidores, entidades de apoio e representantes de parceiros. A articulação que se formou como resultado da turma recebeu o nome de “Rede Semeando”. Os participantes assumiram coletivamente, durante o curso do Planseq, o projeto de organizar uma feira agroecológica que agregasse a oferta de produtos da economia solidária com sustentabilidade ambiental. A criação desta rede significou também a integração na prática de bandeiras e movimentos sociais (agroecologia e economia solidária) tendo o consumo responsável como eixo. A rede continuou a atuar depois do fim do Planseq.

Com a atuação no movimento da economia solidária, ocorreu a aproximação com a agricultura familiar e com as políticas de desenvolvimento territorial rural, quando o Kairós estabeleceu uma parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Territorial do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SDT/MDA) e aprovou projetos diretamente com o poder público.

3.5. A entrada no campo da agricultura familiar camponesa – FASE IV

3.5.1. Como é o Kairós atualmente?

Em 2013, o Instituto Kairós completou 13 anos de existência. Sediado no município de São Paulo, desenvolve atividades em diferentes regiões da capital paulista e também em outros estados do país. O trabalho é desenvolvido por uma equipe central, que conta com uma coordenação geral, um assistente administrativo e três coordenadores de projetos. Até fevereiro de 2013, contavam também com duas agentes locais, nos estados do Ceará e Paraíba.

Desde o início deste ano, ocorrem reuniões bimestrais, cujas decisões estratégicas são compartilhadas com um coletivo ligado ao instituto, que forma uma espécie de Conselho, sendo composto pela equipe central, a diretoria executiva (três pessoas), dois conselheiros fiscais e três colaboradores que fizeram parte da equipe até 2012. A equipe central pratica a gestão compartilhada como forma de aplicar em sua rotina de trabalho os princípios da economia solidária, buscando a autogestão. O foco de atuação da entidade é o consumo responsável, em relação direta com a economia

popular e solidária, e a agricultura camponesa, de forma alinhada às propostas da agroecologia, do comércio justo e solidário, e da segurança alimentar e nutricional.

O Instituto Kairós elabora e executa programas e projetos próprios e/ou de entidades parceiras, firmados principalmente com o poder público, quando vinculados a políticas públicas correlatas, ou com entidades de cooperação internacional, quando relacionados à pauta dessas agências para o país, no âmbito da solidariedade internacional. As atividades que realizam no desenvolvimento dos projetos são: pesquisas; práticas de formação, como cursos, oficinas e palestras; ações de apoio à construção e/ou fortalecimento de iniciativas de comercialização solidária, tais como feiras, grupos de consumo etc., e elaboração de materiais informativos e educativos. Do ponto de vista institucional as atividades estão voltadas para a gestão administrativa e financeira da entidade e dos projetos, manutenção do *website*; comunicação interna, elaboração e captação de projetos, atuação política em coletivos e redes, entre outras.

O público que participa das atividades do instituto é composto por trabalhadores, educadores, técnicos e assessores de empreendimentos da economia popular e solidária, agricultura camponesa, e de entidades de apoio. Os entrevistados ressaltaram que o Instituto Kairós atua em conjunto com diversos parceiros, como a Secretaria de Desenvolvimento Territorial, do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SDT/MMA), a Secretaria Nacional da Economia Solidária, do Ministério do Trabalho e Emprego (Senaes/MTE), a plataforma brasileira de comércio justo e solidário – Faces do Brasil –, e o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES) no âmbito nacional. Na esfera local, em São Paulo, foram citados o Instituto de Defesa do Consumidor (Idec), a Associação de Agricultura Orgânica (AAO), o Fundo Especial do Meio Ambiente, da Secretaria municipal do Verde e do Meio Ambiente (Fema/SVMA) e associações de produtores e comerciantes de Parelheiros (extremo sul do município de São Paulo), entre outras.

3.5.2. Quais são os objetivos do Kairós atualmente?

Os objetivos do Instituto Kairós continuam voltados para viabilizar a prática do consumo responsável, contribuir para a construção de alternativas econômicas mais democráticas no campo das relações de produção, comercialização e consumo, e

integrar bandeiras e movimentos em torno do consumo responsável como instrumento de ação comum.

O consumo responsável atualmente é definido pelo instituto como um conjunto de hábitos e práticas que fomentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social. Visa contribuir para a melhoria das relações de produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, de acordo com os princípios da economia solidária, soberania alimentar, agroecologia e o comércio justo e solidário. Dessa maneira, a atuação do Instituto Kairós está voltada para promover a aproximação entre produtores e consumidores, estimulando a valorização e a vivência de atitudes éticas em prol da construção conjunta de um novo panorama social e ambiental.

A fim de traduzir esses objetivos em suas ações, o Kairós desenvolve atividades e trabalhos que, com o foco no consumo responsável, levem ao fortalecimento da economia solidária e da agricultura familiar, a partir da construção de metodologias que possam se tornar instrumentos para facilitar a relação entre os atores que interagem nesse campo social.

Os entrevistados descrevem os objetivos específicos atuais da seguinte forma: promover a educação para o consumo responsável, pautada pela educação ambiental, popular e em valores; desenvolver ações de formação em comércio justo e solidário para os atores da cadeia produtiva; contribuir para a consolidação do comércio justo e solidário, e o fortalecimento da economia solidária; e desenvolver estratégias de comercialização visando a aproximação entre produtores e consumidores em sintonia com os movimentos de segurança alimentar e nutricional e agricultura orgânica/agroecologia.

3.5.3. Quais são os procedimentos do Kairós?

O Instituto Kairós prioriza a realização de projetos em que as ações em torno do consumo responsável estejam inseridas no âmbito da produção e comercialização solidária. O Kairós se envolveu com o debate da comercialização solidária no Brasil desde que se tornou membro da Faces do Brasil, em 2004. Por meio do desenvolvimento de alguns projetos, em parceria com a própria Faces do Brasil e com a

Senaes/MTE, entre 2007 e 2009, a equipe do instituto teve a oportunidade de trabalhar junto a grupos que desenvolvem experiências práticas de comercialização no campo da economia solidária, em diversas localidades do país.

No Projeto de Articulação do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, já mencionado anteriormente, desenvolvido pela Faces e Senaes, o Kairós foi responsável pela coordenação dos trabalhos na região Sudeste. Durante o processo de finalização deste projeto, houve uma iniciativa de representantes da Senaes e da Secretaria de Desenvolvimento Territorial, do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SDT/MDA), de realizar um esforço conjunto para integração de suas políticas de comercialização, desenvolvidas, respectivamente, no campo da economia solidária e da agricultura familiar. Assim, em dezembro de 2007, foi realizado um seminário nacional⁵⁴ em Brasília, articulado por estas Secretarias, em conjunto com representantes dos movimentos sociais afins, que teve como objetivo a apresentação mútua das políticas públicas de comercialização e a construção de diálogos e interações possíveis. Desde então, o Instituto Kairós esteve presente em eventos que deram continuidade a essa articulação e, por meio da abordagem do consumo responsável, iniciou um diálogo com a equipe da SDT/MDA, que resultou na formalização de ações conjuntas integradas à política pública de desenvolvimento territorial em curso.

A parceria de trabalho entre o Instituto Kairós e a SDT avançou no desenvolvimento de dois projetos, que tiveram como objetivo central mobilizar o debate e ações em torno do consumo responsável junto aos técnicos e formadores que atuavam com agricultores familiares nos territórios rurais – regiões com afinidade geográfica, econômica e política, identidade cultural e coesão social. O primeiro desses projetos foi aprovado em 2008, e o segundo em 2010, gerando uma série de avanços, desafios e resultados em sua prática.

A contratação do Kairós pela Secretaria de Desenvolvimento Territorial para a realização de projetos significou para o instituto a possibilidade de trabalhar de forma mais integrada com a esfera da produção, podendo assim fazer o debate do consumo responsável junto aos diferentes atores envolvidos. Era ali, nos territórios rurais, que diversos atores estavam se articulando para o fortalecimento da agricultura familiar,

⁵⁴ Seminário Nacional do Projeto de Articulação do Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário, realizado pela Faces do Brasil (www.facesdobrasil.org.br).

interagindo com os grupos da economia solidária, com ações de segurança alimentar e nutricional, entre outras. De certa forma, a equipe do Kairós entende que, através do seu trabalho nos territórios rurais, conseguiu contribuir para o fortalecimento dessa “costura” entre vários grupos que desenvolviam projetos complementares na mesma região. Durante a execução desse primeiro projeto, o Kairós passou a contar com a colaboração de Thais Mascarenhas, economista, mestre em educação, integrante do Nesol, que agregou, sobretudo, sua experiência com práticas de formação junto a empreendimentos da economia solidária.

Do ponto de vista da comercialização, o elemento central da política pública de desenvolvimento territorial eram as chamadas Bases de Serviço de apoio à Comercialização (BSC), entidades apoiadas, sediadas nos territórios rurais, que já trabalhavam e tinham experiência na comercialização de produtos da agricultura familiar. Nesse contexto, o projeto executado pelo Kairós tinha o objetivo de associar o tema do consumo responsável às BSCs, visando contribuir para o desenvolvimento de estratégias de aproximação entre produtores e consumidores, favorecendo o encurtamento das cadeias comerciais e contribuindo para a (re)conexão das relações entre campo e cidade. Essas estratégias buscavam construir práticas que proporcionassem uma remuneração mais justa ao produtor e, ao mesmo tempo, um preço mais acessível ao consumidor. Para isso, o Kairós apostou durante anos na experimentação de iniciativas que pudessem favorecer a prática da relação comercial solidária e, assim, possibilitar o exercício do consumo responsável e o escoamento da produção solidária e familiar, tais como: a organização de grupos de consumo responsável; a organização de feiras por meio da parceria entre produtores e consumidores; e a participação nos programas de compras públicas, tais como o Programa Nacional de Alimentação Escolar.

O envolvimento do Kairós com experiências de comercialização solidária se deu pelo interesse em efetivamente colocar a “mão na massa” e construir alternativas para viabilizar o exercício do consumo responsável na prática, indo além do debate teórico. Os entrevistados fazem referência ao fato de que, até certa época, a atuação do Kairós esteve bastante focada nas atividades de formação, que tinham como fio condutor a proposta pedagógica do “Entender para intervir”. A partir do momento em que aconteceu o deslocamento do foco para as ações e experiências práticas de consumo

responsável, os educadores dizem que o fio condutor passa a ser o “Intervir para entender”. Assim, consideram que essa dinâmica vai se alternando ao longo das práticas desenvolvidas pelo instituto.

A realização desses projetos gerou grandes alterações no trabalho da equipe do Kairós, tanto pelos deslocamentos físicos intensos e constantes (São Paulo – Paraíba – Ceará – Brasília) como pelas necessárias mudanças na concepção e realização das práticas de formação, que demandavam uma importante releitura, reorganização e reinvenção dos conteúdos e da metodologia nas atividades propostas pelo Kairós para fazer sentido junto ao público que seria mobilizado. Os locais de atuação desse projeto estavam situados em territórios rurais do nordeste do Brasil e o público era composto por técnicos, formadores, assessores e agricultores familiares que trabalham naqueles territórios. O exercício de adaptar a esse público as atividades de formação para o consumo responsável passava necessariamente pelo aprofundamento do conhecimento dos formadores sobre a vida dos trabalhadores nos territórios rurais daqueles estados.

Assim, a primeira fase do projeto constituiu-se de reconhecimento das dinâmicas e relações vivenciadas pelas organizações da agricultura familiar que atuam com a produção, a comercialização e o consumo de produtos nos territórios apoiados pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário. Foi possível aos entrevistados identificar avanços importantes que a política pública de desenvolvimento territorial estava conseguindo disparar, sobretudo por meio do incentivo à interação entre os diferentes atores locais, mobilizada pela figura dos articuladores territoriais – trabalhadores contratados para dar assessoria técnica às organizações da agricultura familiar, presentes em cada um dos territórios rurais. Essas pessoas fizeram a ponte entre a equipe do Instituto Kairós, então recém-chegado de São Paulo, com os trabalhadores da agricultura familiar naqueles territórios nordestinos.

As viagens, leituras, conversas e debates realizadas pela equipe gestora do projeto pelo Kairós foram importantes fontes e oportunidades para a ampliação do contato com a população local e permitiu avanços fundamentais na construção das estratégias do projeto. Os entrevistados entendem que tinham uma responsabilidade de mobilização dos atores locais no tema do consumo responsável, mas eram estes últimos as figuras legítimas para desenhar estratégias de ação que fizessem sentido e fossem

integradas às ações de produção e comercialização de produtos da agricultura familiar que já realizavam ou planejavam executar.

Desse modo, na fase seguinte do projeto, aconteceram as práticas de formação com os parceiros locais. As Oficinas de Mobilização e os Encontros Estaduais de Planejamento das Ações foram momentos essenciais no desenvolvimento do projeto e geraram importantes resultados, porém não é nossa intenção detalhar seu desenvolvimento por ora. De qualquer forma, cabe-nos ressaltar uma estratégia acertada na avaliação dos entrevistados, utilizada nos Encontros estaduais – o abastecimento dos eventos com produtos dos próprios grupos de produção envolvidos, oriundos dos diferentes territórios rurais. Os Encontros duraram três dias em cada um dos estados, e todos os participantes, incluindo a equipe organizadora, ficaram hospedados no mesmo local onde aconteciam o curso e as refeições. A elaboração prévia do cardápio (café da manhã, lanches e refeições) foi feita de forma a contemplar os produtos que seriam comercializados pelos próprios participantes. Segundo os entrevistados, essa ação trouxe um sentido concreto à questão do consumo durante o evento, alimentando dessa forma as discussões e ampliando para todas as possibilidades de ação em torno desse tema.

A vivência dessa e de outras ações locais permitiu ao instituto contribuir para a ampliação do conhecimento e das estratégias de comercialização solidária nos territórios rurais, tanto no tocante à possibilidade de criar grupos de consumidores organizados, por exemplo, como a parceria entre produtores e consumidores para incrementar feiras agroecológicas que já existiam. Com o intuito de sistematizar esse processo e compartilhar o conteúdo com o público interessado, o Kairós publicou em 2010 e 2011 uma série de três cartilhas que compõem a série “Caminhos para práticas de consumo responsável”: 1ª) Organização de grupos de consumo responsável; 2ª) Parceria entre consumidores e produtores na organização de feiras; e 3ª) Controle social na alimentação escolar. Esses materiais simbolizam uma abordagem do tema consumo estreitamente relacionada às relações de produção e comercialização.

Com a ampliação do trabalho junto à SDT e a assinatura do segundo projeto, o Kairós passou a contar com a colaboração de mais três parceiros: Arpad Spalding, geógrafo, com experiência em assessoria técnica a organizações de agricultores familiares e agroecologia; Danuta Chmielewska, engenheira de alimentos, com

experiência na área de segurança alimentar, sobretudo em programas de compras públicas e aquisição de alimentos; e Juliana Gonçalves, formada em administração, com experiência em comercialização de produtos orgânicos e da agricultura familiar, entre outros.

Nesse segundo projeto, uma das metas principais consistia na realização de Oficinas de Práticas de Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar e Economia Popular e Solidária, com o público dos territórios rurais de forma prioritária. Para isso, a equipe do Kairós buscou o parceiro que reconheciam como uma fundamental referência na realização de cursos no campo da economia dos setores populares, inclusive na área específica da comercialização – a Capina.

Parceria entre o Instituto Kairós e a Capina – “Capinairós”⁵⁵

A construção de uma parceria é um processo em que o aprendizado é mútuo. São culturas institucionais diferentes, mas que apostam uma na outra. O importante é ter a humildade de não desistir porque, juntos, há mais força naquilo que querem. E o amadurecimento das relações é que possibilitará a construção conjunta do novo. (INSTITUTO KAIROS; CAPINA, 2013.)

Entre 2011 e 2012, o Kairós realizou uma parceria com a Capina – organização não governamental sediada na cidade do Rio de Janeiro – para o desenvolvimento de oficinas de formação em comercialização. Para os entrevistados, a relação com esta entidade despertou uma série de dispositivos, que foram além das oficinas de comercialização realizadas em conjunto e permeiam as diversas práticas do Kairós. O primeiro contato com a Capina se deu em 2008, com a participação de membros do Kairós nos cursos de “Viabilidade Econômica e Gestão Democrática de Empreendimentos Associativos”, promovidos pela primeira. Desde então, as referências pedagógicas vivenciadas nos cursos da Capina, assim como os conteúdos de seus livros, passaram a inspirar as atividades de formação do Kairós. Porém, somente com a aprovação do segundo projeto firmado com a Secretaria de Desenvolvimento Territorial foi possível ao Kairós construir uma parceria concreta com essa entidade carioca. Um dos objetivos do projeto era promover a sensibilização e a formação em técnicas de comercialização solidária e estratégias de consumo responsável, para os agricultores

⁵⁵ Essa expressão surgiu de um grupo de participantes do primeiro curso, com a percepção do processo de integração em andamento.

familiares, técnicos das Bases de Serviço de apoio à Comercialização e demais atores da política territorial.

A Capina tem sólida experiência com comercialização e realiza um curso específico nessa temática, que está atualmente em sua 34ª turma. O objetivo deste curso é fortalecer as práticas de comercialização coletivas das organizações da economia dos setores populares e capacitar os responsáveis pelas vendas dessas organizações, contribuindo para uma maior segurança e práticas eficazes no processo de comercialização. Oferece aos participantes conhecimentos sobre técnicas de comercialização, processos de venda etc., para que possam atuar bem no mercado. Essa abordagem atende à demanda da maioria dos técnicos dos empreendimentos da economia solidária e agricultura familiar, que encara a comercialização como o seu maior desafio. Porém, os formadores acreditam que a comercialização não deve ser considerada um desafio em si, pois está necessariamente vinculada a problemas em outras áreas do trabalho produtivo. É nesse caminho que os formadores argumentam:

Nesse sentido, ganha destaque a reflexão acerca da problemática entre a produção e a comercialização, de modo que, em um primeiro momento, tende a se considerar que os grupos sabem produzir seus insumos e têm seus gargalos apenas na sua comercialização. Contudo, ao se observarem os entraves na comercialização, fica explícito que esses obstáculos possuem raízes na produção. (CAPINA; INSTITUTO KAIRÓS, 2013, p. 50.)

No tocante às práticas de comercialização no mercado, é necessário considerar que os entraves são sérios, pois, de um lado, o acesso aos canais convencionais (super e hipermercados, Ceasa, redes de hortifrúti, entre outros) exige o cumprimento de critérios de fornecimento – como grande escala de produção, alta frequência de entrega, longos prazos de pagamento, etc. – que muitas vezes tornam o negócio inviável ao pequeno e médio produtor. Por outro lado, as estratégias solidárias de comercialização muitas vezes são ainda experimentais, ou simplesmente não dispõem de rotatividade de venda para conseguir escoar de forma suficiente a produção dos grupos e empreendimentos. De qualquer modo, os entrevistados entendem ser importante para esses grupos priorizar o acesso ao mercado local, buscar estruturar cadeias curtas de comercialização para seus produtos, além de se capacitar e trabalhar com vendas coletivas para acessar os canais convencionais, que são os que atualmente comportam vendas em escala, gerando maiores lucros para os grupos. A diversidade de canais de

comercialização é importante para garantir a viabilidade econômica e aumentar a autonomia dos grupos.

A intenção de refletir sobre comercialização evitando cair na armadilha da polarização entre as práticas solidárias como ideais e a demonização das práticas capitalistas provocou produtivos e intensos debates entre os parceiros de trabalho. Mas, afinal, a comercialização solidária é um “gueto”? Mercado solidário é mercado protegido? Mercado solidário é um, e mercado capitalista é outro? Existem diferentes mercados? Certamente existem diferentes respostas e visões, que permearam (e ainda permeiam) os diálogos entre a Capina e o Kairós.

Para Ricardo Costa, da Capina (em palestra proferida no ano de 2012), o mercado é um só, o que se diferenciam são as estratégias de comercialização utilizadas. O mercado não é capitalista ou solidário, ele é mercado, inclusive é anterior ao capitalismo.

Não tem outro mercado, mercado é mercado, o que tem são estratégias diferentes. Estratégias convencionais e solidárias? Venda coletiva, consumo, formas de produção? Todas elas necessitam de um conhecimento comum. O problema não é poder, é o que se faz com o poder. O problema não é o mercado, mas o que fazemos dele.

Porém, é necessário lidar com o fato de que a prática capitalista é hegemônica no mercado. E então, é necessário reconhecer que, para se obterem resultados significativos de venda e o consequente retorno econômico, os trabalhadores dos grupos populares e solidários precisam também conhecer e entender o mercado, tal como ele é, indo além do universo das práticas solidárias. Como o capitalismo é hegemônico no mercado, mesmo as práticas solidárias acabam por interagir com ele. Assim, é preciso conhecer para poder se relacionar e, quiçá trabalhar conscientemente pelo fortalecimento das práticas solidárias. Surge aí a importância da construção da parceria para a realização das Oficinas de comercialização, em que seriam abordadas técnicas de comercialização, passando pelas estratégias convencionais e também pelas solidárias, mas construindo o entendimento de que ambas convivem em um mesmo mercado.

Essas reflexões demonstraram aos entrevistados que o ambiente para a construção da parceria era propício. O Kairós tinha interesse em agregar conteúdo técnico de práticas de comercialização às suas formações. Essa decisão se deve ao entendimento de que o conteúdo que trabalhavam teria uma carga teórica importante,

mas deveria haver um aprofundamento em relação aos conhecimentos técnicos de comercialização, principalmente no âmbito convencional. Por sua vez, a Capina tinha interesse em se aproximar mais do tema da comercialização solidária e do consumo responsável, reconhecendo que essa seria uma recorrente demanda dos participantes de seus cursos de comercialização, uma vez que grande parte deles trabalha em empreendimentos de pequeno a médio porte.

Assim, em razão dos interesses mútuos e da vontade de trabalhar junto, viabilizada pelos apoios institucionais, formou-se a parceria entre o Instituto Kairós e a Capina. A participação do Kairós e a infraestrutura foram viabilizados por meio do segundo projeto com a SDT e a participação da Capina foi viabilizada pela Evangelische Entwicklungsdienst (EED), agência alemã de cooperação internacional.

A proposta comum foi desenvolver encontros de formação com o objetivo de trabalhar questões práticas da comercialização de produtos, abordando os temas necessários para a realização das vendas e demais etapas da comercialização, em diálogo com elementos do comércio justo e solidário e do consumo responsável. Foram realizadas três edições do curso, elaboradas e ministradas no período de agosto de 2011 a agosto de 2012. As oficinas contaram com aproximadamente trinta participantes cada, que ficaram juntos durante cinco dias (40 horas de curso), em três cidades diferentes, sendo:

1^a Oficina – São Paulo (dezembro de 2011);

2^a Oficina – Rio de Janeiro/RJ (julho de 2012); e

3^a Oficina – Brasília/DF (agosto de 2012).

A vivência com a equipe da Capina trouxe elementos e aprendizados importantes para os entrevistados. Ela proporcionou trabalhar a própria metodologia de maneira aprofundada, considerando que a metodologia é conteúdo, assim como o conteúdo é parte da metodologia. Não se separam, são componentes dinâmicos e interligados na prática educativa, assim como o saber e o poder.

Uma das referências mais observadas nos processos de formação que se querem inscritos nas lutas por mudanças no *status quo* é a estreita relação entre saber e poder. E, incluir essa indicação, de modo ativo, nas práticas educativas não tem sido fácil. Também não o foi para as experiências das Oficinas de comercialização na parceria Kairós-Capina. (INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA, 2013, p. 41.)

Assim, os parceiros exercitaram a concepção da metodologia como conteúdo trazendo para o coletivo de formação o exercício da gestão partilhada, convidando os participantes a se envolverem na organização do curso, a assumirem papéis e compartilharem do “poder” de condução e recondução da dinâmica do encontro, o que na maioria das atividades de formação fica concentrado nos organizadores. Esse exercício não nega em momento algum o lugar de coordenação ocupado pelos organizadores, no caso a Capina e o Kairós, mas abre espaço para que os anseios e as contribuições dos participantes sejam contemplados durante o curso, influenciando no andar das atividades.

A Capina já tinha esta experiência com as equipes de cogestão que propõem aos participantes dos seus Cursos de viabilidade econômica. Porém, trazer essa proposta para as oficinas de comercialização foi um novo experimento. Necessário, pois desafia e afeta os participantes, assim como os organizadores, provocando deslocamentos importantes e enriquecedores da prática educativa no campo social. Aída Bezerra, pesquisadora, educadora e integrante da equipe da Capina, alerta que esse exercício não é fácil. E não o é porque está fora dos consensos, do prescrito, da “reprodução da mesmice”.

Primeiramente, dispensaram-nos de pensar e criar. A proposta era aprender o que estava dado. Mesmo assim, graças ao sopro de vitalidade mantido pelas nossas diferenças, alguns insubordinados pensaram e criaram, apesar das pressões contrárias. Em segundo lugar, tínhamos que aguardar a nossa vez para exercer o poder, porque os lugares de poder já estavam definidos na hierarquia e as regras já eram conhecidas. E, em terceiro lugar, estando o saber estruturado na direção de produzir verdades incontestáveis (científicas), o movimento de apropriação desse acumulado, no qual não havia espaço político e social para todos, reforçava sempre os detentores do poder. (INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA, 2013, p. 41)

Outra aposta firmada nesta parceria foi conceber as práticas de formação como espaços para a produção do novo, sem “ponto de chegada” estabelecido *a priori*, sem respostas prontas dadas pelos educadores, mas sim com “pontos de partida” cuidadosamente concebidos e preparados para servirem de disparadores àquele coletivo que se forma em cada nova turma. Assim, a preparação do(s) ponto(s) de partida, dos dispositivos para a produção do grupo, são o maior compromisso dos educadores com o coletivo de formação. A intenção pedagógica da equipe de educadores existe e é clara, mas ela não se confunde com a existência de um resultado esperado, de um ponto em

que a turma precisa chegar para que a prática de formação tenha alcançado o sucesso. A abertura para a gestão partilhada coloca nas mãos daquele coletivo o destino do curso. Aída Bezerra sempre afirma que “o curso vai render o que aquele coletivo render junto”, tornando todos responsáveis pelo processo de formação em que se envolveram.

Como nesta forma de conceber a prática pedagógica nenhum elemento é casual, sem intencionalidade, vale compartilhar aqui a proposta da “imersão”, que se trata de realizar o curso no mesmo local onde todos os participantes ficam hospedados. Essa imersão gera uma convivência e proporciona espaços de diálogo e trocas que vão além das atividades programadas. Além disso, a proposta ajuda a que o participante esteja realmente focado no compromisso com a atividade de formação, evitando que participe de outras atividades, como reuniões etc. A “formação sai andando, não está só na sala, mas no almoço, no corredor”, diz Aída Bezerra. Essa disponibilidade e comprometimento com o curso é um elemento acordado previamente na etapa de seleção com todos os participantes.

Os conteúdos foram trabalhados de diferentes maneiras: ora de forma expositiva, com projeção de *slides* e acompanhamento na apostila, ora em grupos de trabalho espalhados pelo jardim e outros espaços, ora em rodas de conversa, ora em plenária, com debates coletivos. Houve comercialização de produtos, que ficaram expostos em uma “feirinha” organizada pelos participantes e também houve celebração com música, churrasco e passeios pelas cidades, em horários alternativos à programação ou negociados coletivamente, como no caso da segunda oficina sediada na Cidade Maravilhosa...

Durante o processo de desenvolvimento e execução das oficinas foi dada grande atenção aos processos avaliativos, tanto entre os organizadores na preparação e após as oficinas, quanto em conjunto com os participantes, durante a realização destas. Porém, com a preocupação de buscar conhecer como a participação nas oficinas teria contribuído para o trabalho efetivo dos grupos e empreendimentos dos quais os participantes fazem parte, os formadores construíram uma proposta de avaliação posterior aos cursos.

Entre as várias maneiras de realizar um acompanhamento do que ocorre no pós-oficina, os formadores optaram pelo envio de um breve questionário, de caráter avaliativo, que se propunha a mapear os efeitos gerados na prática dos participantes a

partir da experiência vivida na oficina. Em resposta, tiveram a grata constatação de que, salvo algumas recomendações, todos os pontos levantados pelos participantes nas avaliações são positivos. Além disso, os destaques feitos pelos participantes nos questionários demonstram que os debates e as reflexões produzidos nas oficinas não se limitaram a eles, mas foram multiplicados, chegando aos grupos produtivos com que trabalham (proposta pretendida pelos organizadores das oficinas).

Alguns dos relatos revelam que essas ações de multiplicação levaram a um aprofundamento das questões relacionadas à gestão dos grupos, nas discussões internas. Assim, questões como a comercialização, a formação dos preços e o planejamento das ações se sobressaíram nas avaliações, por estarem diretamente relacionadas às principais dificuldades dos grupos. Os formadores puderam extrair ainda dos questionários que a maneira como a equipe de formação abordou os temas trabalhados foi determinante. Metodologia é conteúdo, e conteúdo é metodologia.

Por fim, é importante dizer que, em nossa análise, o trabalho dos formadores reforça a perspectiva a que se comprometem, de construir um resultado que possa transformar efetivamente a realidade daqueles que sobrevivem de forma extremamente precária. O retorno dos grupos sinaliza que o trabalho está atingindo seus objetivos. E os entrevistados deixam claro que se sentiram muito honrados com a companhia da Capina nesse percurso.

A maleabilidade para reinventar o proposto reside na capacidade de tratar o que é instituído (a proposta de formação) como passível de abrigar e dar concretude às sinalizações dos instituintes (participantes das oficinas e/ou participantes dos grupos de formação). [...] Nessa dinâmica, a ampliação dos espaços de mudança e a aceleração de seu ritmo dependem intimamente dos sujeitos sociais que constroem a história. (INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA, 2013, p. 149.)

3.6. Considerações sobre a gestão e formas de manutenção do Instituto Kairós

A sustentação do Kairós na primeira fase de existência se deu por meio da parceria com o Prolata, na execução do projeto “Consumo Responsável e Qualidade de Vida”. Do ponto de vista do patrocinador, a responsabilidade social e ambiental do setor produtivo foi o princípio orientador deste projeto. O Prolata tinha o objetivo de apoiar um projeto social e, ao mesmo tempo, dar visibilidade à lata de aço como embalagem.

Nesse sentido, parte do conteúdo a ser trabalhado nas escolas, referente às especificidades da lata de aço, era proposto pelo patrocinador. Os empresários do ramo afirmam que a embalagem de aço possui vantagens e menor impacto ambiental do que os demais materiais concorrentes (alumínio e plástico PET), no tocante ao processo de fabricação do material, à conservação dos alimentos ou demais produtos envasados, e ao descarte pós-consumo, uma vez que o aço se decompõe no ambiente, diferentemente dos demais materiais citados. Esse conteúdo era tratado pelas educadoras no momento da apresentação do projeto, do patrocinador e de introdução ao tema. O material didático apresentava referência direta à embalagem de aço no formato e no conteúdo do jogo. Já nos textos e nas fichas de atividades direcionadas aos professores não havia nenhuma menção ao aço.

A equipe do projeto tinha compromisso com o caráter educativo das práticas de formação e entendiam o apoio da Prolata como um suporte que tornou possível a realização do trabalho nas escolas públicas. Em geral, o patrocinador demonstrou interesse no conteúdo educativo das ações e nos resultados quantitativos do trabalho, no tocante ao número de escolas, professores e alunos atingidos. Porém, na avaliação da equipe do projeto, a relação direta com a empresa patrocinadora limitava a autonomia no trabalho e no discurso em prol do consumo responsável, o que foi apontado como um dos fatores que levou o grupo a formar uma instituição independente para ampliar o trabalho com o tema. É interessante comentar que o Prolata apoiou a iniciativa e passou a se relacionar institucionalmente com o Kairós, nas ações em que a parceria fazia sentido, como por exemplo na elaboração de jogos temáticos para serem utilizados em Oficinas e Palestras sobre o tema, entre outros.

Após o término do projeto do Prolata, a equipe decidiu não mais trabalhar com patrocínio nem receber recursos financeiros de empresas privadas, visando manter autonomia em sua atuação. Para viabilizar essa atuação, passou a desenvolver projetos geridos por entidades parceiras, que acessam recursos públicos. Foi nesta época que o instituto começou a aproximar-se da relação com o poder público e perceber o desafio que representa a gestão de recursos públicos.

A execução do projeto de formação de trabalhadores em economia solidária, o PlanSeQ 2008, com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), liberado por meio do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), demonstrou o alto grau de

complexidade que pode alcançar a gestão de recursos públicos e a própria viabilidade do trabalho. Quando o Kairós passou a firmar contratos diretamente com o poder público, como no caso do Ministério do Desenvolvimento Agrário, a instituição deu um salto em gestão administrativa e financeira, tendo sido capaz de desenvolver mecanismos e de operar os recursos recebidos.

No entanto, os entrevistados percebem a fragilidade financeira quando a instituição atua apenas com recursos oriundos de fontes públicas para manter seu trabalho e equipe, uma vez que as incertezas e instabilidades do Governo geram consequências diretas na liberação dos recursos e apreciação da prestação de contas, ações essenciais para o desenvolvimento dos projetos. Nesse sentido, apontam para a diversificação das fontes de recursos como estratégia para evitar a relação de dependência ou fragilidade financeira que compromete a efetividade do trabalho, assim como a sobrevivência da instituição e de seus trabalhadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A possibilidade de considerar o consumo responsável, na perspectiva proposta pelo Instituto Kairós, como uma estratégia de apoio à viabilidade dos empreendimentos da economia popular e solidária, e de melhoria das condições de vida das pessoas, foi um elemento importante que viemos a compreender melhor ao longo do desenvolvimento da presente pesquisa. Para abrir espaço a esse debate, apontamos as práticas de formação como um caminho, junto aos sujeitos envolvidos, sejam produtores, assessores, educadores trabalhadores de empreendimentos de comercialização e consumo etc.

Efetivar relações solidárias de consumo implica a desconstrução da lógica do consumismo. Mas mais do que isso, implica principalmente a construção e o fortalecimento de práticas de produção e comercialização orientadas pela lógica da cooperação. Retomamos aqui os ensinamentos de Ricardo Costa quando discorda da visão maniqueísta sobre mercado, a qual coloca de um lado o “mercado convencional”, capitalista selvagem, onde estão os terríveis exploradores e os pobres explorados, e, de outro lado, um “mercado solidário”, onde reinaria a cooperação e a justiça entre todos. Como vimos, amparado por Braudel (1987), o educador afirma que o mercado é um só, e o que caracteriza as diferentes relações econômicas que se dão neste ambiente comum são as atitudes e as práticas dos sujeitos (individuais ou coletivos) que o compõem. Assim, se o capitalismo é o sistema hegemônico, desenvolver práticas de cooperação em um mercado comum pautado pela competição é um tremendo desafio.

Nesse sentido, o fortalecimento das práticas solidárias depende da superação dessas dificuldades, de forma que se criem, coletivamente, condições para viabilizar as atitudes de cooperação nas relações econômicas, de modo que possam ser revertidas em condições dignas de vida para os trabalhadores. A formação do preço justo, nesse contexto, seria um indicador importante, em que o produtor recebe um valor adequado pelo seu produto ao mesmo tempo que estabelece um preço acessível aos consumidores das diferentes classes sociais. A questão que se apresenta é como pensar a viabilidade e eficácia dos empreendimentos considerando e fortalecendo características de justiça, igualdade, respeito à natureza, entre outros.

A viabilidade econômica dos empreendimentos da economia popular e solidária é um elemento central, e entendemos que é difícil de ser alcançada sem o reconhecimento por parte da sociedade do trabalho diferenciado que realizam. Assim, o envolvimento dos consumidores e demais sujeitos nesse processo é fundamental. Porém, a mudança no consumo terá mais sustentação prática (além das proposições teóricas) se houver realmente uma boa oferta de produtos de qualidade por parte desses empreendimentos, que satisfaçam, em um processo crescente, as necessidades reais (e os desejos?) das pessoas, por meio de preços acessíveis.

Nessa perspectiva, a questão se torna ainda mais complexa. Como os empreendimentos poderão ser viáveis economicamente e ainda alcançar a expectativa social de que os resultados gerados reverberem tanto para os integrantes dessas organizações, como para a sociedade como um todo?

Se nós acharmos que não é possível conciliar o modo cooperativo de trabalho com a produção desses resultados, estaremos abrindo mão da possibilidade de termos uma sociedade justa, igualitária. E vamos ter então que dizer que, para produzir resultados, as velhas relações de exploração ainda são melhores, são um mal necessário. No fundo, é esse o dilema que está colocado aqui. (GAIGER, 2000, p. 182.)

Se o resultado deve ser comum a todos, o trabalho é grande e precisa de reforços. Para pensar o consumo responsável como contraponto ao consumismo exacerbado, na perspectiva da economia solidária, é necessário atuar coletivamente para a construção e o fortalecimento de outras estruturas de produção e de comercialização. É necessário ampliar a perspectiva de corresponsabilidade entre os diferentes sujeitos na cadeia produtiva e comercial, inclusive os consumidores finais, certamente. Já existem iniciativas que estão praticando essas propostas, criando uma relação de compromisso dos consumidores nas cidades com a produção no campo. É o caso do Community Supported Agriculture (CSAs) e das Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (Amaps), exemplos de grupos de consumo responsável em que se estabelece uma parceria na qual o consumidor passa a atuar como coprodutor, assumindo inclusive possíveis riscos com relação à safra, já que os pagamentos são antecipados e os acordos de compra regular, fechados por 6 meses a 1 ano (INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA, 2013, p. 109). Assim, compartilham os riscos e as abundâncias do processo de produção de seu próprio alimento, mesmo morando na cidade.

As estratégias de consumo responsável apresentadas são maneiras de os sujeitos se envolverem e trabalharem para o fortalecimento das relações de produção e consumo que querem ser parte. É um elemento significativo o envolvimento dos consumidores finais para o alcance da viabilidade desses empreendimentos. O objetivo do consumidor final é ter acesso a produtos de qualidade para seu próprio consumo, porém existem diferentes perfis de consumidores, que inclusive buscam diferentes canais de comercialização. Os sujeitos que dedicam horas à gestão compartilhada desses empreendimentos associativos geralmente têm motivações sociais e enxergam nas estratégias de consumo responsável uma maneira de atuar coletivamente, ao mesmo tempo que suprem as suas necessidades reais. Outros perfis de consumidores priorizam, por exemplo, a própria saúde e aceitam pagar o preço do produto orgânico e/ou solidário vendido em redes de supermercados, onde podem realizar suas compras a qualquer momento. É importante considerar, ainda, que tanto quem produz como quem comercializa e, inclusive, quem assessora, também consome. Dessa forma, exercem diferentes papéis na cadeia produtiva e comercial. Essa perspectiva coloca o desafio da efetivação de relações econômicas pautadas pela cooperação, exigindo dos sujeitos mais do que simples mudanças nos hábitos de consumo.

Assim, entendemos que foi possível demonstrar, no presente trabalho, que, no caminho da estruturação dos empreendimentos e demais propostas da economia popular e solidária, as práticas de formação exercem um papel central na abordagem do tema, como estratégia de construção da gestão partilhada das iniciativas. E a(s) maneira(s) de preparar, organizar, e realizar as práticas de formação são fundamentais para que o espaço de aprendizagem seja constituído. Assim, apostamos na realização do debate sobre as relações de consumo de forma integrada às questões pertinentes à produção, à comercialização e à gestão, como um todo, das iniciativas no campo da economia popular e solidária.

A análise da experiência do Kairós nos proporcionou identificar contrastes nas dimensões educativas, como: (a) aquela que os sujeitos desenvolvem juntos, na convivência, no exercício cotidiano de gestão das iniciativas e grupos associativos; e (b) a prática de formação com intencionalidade pedagógica, que proporciona o debate sobre o consumo, a produção, a comercialização, as relações humanas, os conflitos, o lugar do poder e a partilha dos saberes. Importam o perfil do público, o espaço onde acontece a

formação, o que se bebe e come. Tudo é conteúdo de aprendizagem, de troca, de vivência. O desenvolvimento das práticas de formação do Instituto Kairós com a Capina ampliou a compreensão sobre os conteúdos e a abordagem dos temas e, principalmente, sobre a maneira de fazer a formação, de preparar e conduzir esse campo de aprendizagem que se forma. As palavras de Aida Bezerra marcam a importância dos coletivos de formação

Temos que tecer nossa própria rede de apoio e depender de nossa capacidade de leitura e interpretação das condições em que o nosso trabalho vai se desenvolver. Os espaços de intervenção se confundem: estamos ao mesmo tempo, num campo de aprendizagem e de luta. (BEZERRA, 2007, p. 24.)

Assim, seria correto dizer que a nossa conclusão avança no sentido de afirmação dos elementos aventados em nossa hipótese, aprofundando a percepção de que a efetiva contribuição das práticas de consumo responsável para a melhoria das condições de vida das pessoas está vinculada ao alcance da viabilidade pelas iniciativas de produção e comercialização no campo da economia popular e solidária. Por sua vez, isso estaria condicionado a uma série de fatores, entre eles a atuação compartilhada dos sujeitos envolvidos, o envolvimento dos consumidores e dos demais atores em um processo de gestão partilhada da relação de compra e venda. Ou seja, depende da disponibilidade de os consumidores e produtores se envolverem em uma relação de consumo e de comercialização cuja viabilidade exige horas de trabalho coletivo.

O movimento da economia solidária se mobiliza para trazer o debate das relações econômicas para a esfera política, propondo transformações estruturantes na sociedade a partir das relações de produção e consumo, com características pautadas pelos princípios da democracia, cooperação e solidariedade, em contraposição ao modo capitalista de produção. É preciso ampliar o diálogo, buscar entender as nuances da problemática. Tratamos aqui do fortalecimento de práticas comerciais que possibilitem o reconhecimento do valor do trabalho da produção, ao mesmo tempo que garantem o acesso de consumidores das diferentes classes sociais a produtos e serviços de qualidade, que proporcionem condições de vida digna. Talvez sejam utopias. Mas é fato que atualmente existem alguns milhões de pessoas no mundo trabalhando por isso, e outros tantos apostando neles.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. “A apropriação da sustentabilidade pelas grandes marcas globais”. *Folha de São Paulo*. São Paulo, jul. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/colunas/2013/07/1312685-a-apropriacao-da-sustentabilidade-pelas-grandes-marcas-globais.shtml>>. Acesso em: 30 jul. 2013.
- AGUIAR, Kátia; KRAYCHETE, Gabriel. (Orgs.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo: Oikos, 2007.
- AGUIAR, Kátia . Economia dos Setores Populares: modos de gestão e estratégias de formação. In: AGUIAR, Kátia; e KRAYCHETE, Gabriel. (Orgs.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo: Oikos, 2007.
- AKATU – Consumo consciente para um futuro sustentável. *O Akatu*. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Institucional/OAkatu>>. Acesso em: set. 2012.
- _____. *Pesquisa Akatu 2012: Rumo à sociedade do bem-estar*. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/pesquisa/2012/PESQUISAAKATU.pdf>>. Acesso em: set. 2013
- ALVES, Rubem. “Um caso de amor com a vida”. In: *O amor que acende a lua*. Campinas: Papirus, 1999.
- APPADURAI, Arjun (Org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Ed. Federal Fluminense, 2010.
- ASSIS, Renato Linhares de; ROMEIRO, Ademar Ribeiro. *Agroecologia e agricultura orgânica: controvérsias e tendências*. 2002. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/made/article/download/22129/14493>>. Acesso em: 05 fev. 2014.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRABALHADORES E EMPRESAS DE AUTOGESTÃO E PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA – ANTEAG (Org.). *Atlas da economia solidária no Brasil 2005-2007*. São Paulo: Todos os Bichos, 2009.
- BADUE, Ana Flávia Borges *et al.* *Manual pedagógico Entender para intervir – Por uma educação para o consumo responsável e o comércio justo*. São Paulo/Paris: Instituto Kairós/Artisans Du Monde, 2005.
- _____; CHMIELEWSKA, Danuta. *Controle social na alimentação escolar*. São Paulo: Instituto Kairós, 2011.
- _____; GOMES, Fernanda Freire Ferreira. *Parceria entre Consumidores e Produtores na Organização de Feiras*. São Paulo: Instituto Kairós, 2011.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. (Orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BEISIEGEL, Celso de Rui. *Política e educação popular: a teoria e a prática de Paulo Freire no Brasil*. Brasília: Liber Livro, 2008.

BEZERRA, Aída. Economia Popular e Economia dos Setores Populares: preocupações e indagações. In: AGUIAR, Kátia; KRAYCHETE, Gabriel. (Org.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo (RS): Oikos, 2007.

BOLTANSKY, L.; CHIAPELLO, E. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRASIL. Ministério da Educação (MEC)/Secretaria de Educação Fundamental (SEF). *Parâmetros curriculares nacionais: introdução aos parâmetros curriculares nacionais*. Brasília, 1997.

_____. Ministério do Meio Ambiente (MMA)/Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável (CGPCS). *Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)*. Brasília, 2011.

BRAUDEL, Fernand. *A dinâmica do capitalismo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

CAINZOS, Manuel. O Consumo como Tema Transversal. In: BUSQUETS, Maria Dolores et al. *Temas transversais em Educação: Bases para uma formação integral*. São Paulo: Editora Ática, 2000. p. 105-144.

INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA. (Org.). *Práticas de comercialização: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar*. São Paulo: Instituto Kairós, 2013.

CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antonio. *Análise multidimensional da sustentabilidade: uma proposta metodológica a partir da agroecologia*. 2002. Disponível em: <[http://www.mstemdados.org/sites/default/files/Analise multidimensional da sustentabilidade, uma proposta metodologica a partir da agroecologia - Francisco Caporal, Jose Costabeber.pdf](http://www.mstemdados.org/sites/default/files/Analise_multidimensional_da_sustentabilidade_uma_proposta_metodologica_a_partir_da_agroecologia_-_Francisco_Caporal_Jose_Costabeber.pdf)>. Acesso em: 20 dez. 2013.

COELHO, Maria de Lourdes. *Consumo e espaços pedagógicos*. São Paulo: Cortez, 2002.

_____; KRAYCHETE, Gabriel. Introdução. In: AGUIAR, Kátia; KRAYCHETE, Gabriel. (Org.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo (RS): Oikos, 2007.

CORAGGIO, José Luis. “Da economia dos setores populares à economia do trabalho”. In: KRAYCHETE, Gabriel.; Lara, Francisco: Costa, Beatriz. (Org.). *Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia*. Petrópolis/Rio de Janeiro/Salvador: Vozes/Capina/Cese/UCSAL, 2000.

_____. “Sustentabilidade e luta contra-hegemônica no campo da economia solidária”. In: KRAYCHETE, Gabriel; AGUIAR, Kátia (Org.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo: Oikos, 2007. p. 67-89.

DELOITTE TOUCHE TOHMATSU; WORLD ECONOMIC FORUM. *The Consumption Dilemma – Leverage Points for Accelerating Sustainable Growth*. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_ConsumptionDilemma_SustainableGrowth_Report_2011.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2014

FLEURY, Maria Tereza Leme. *Cooperativas agrícolas e capitalismo no Brasil*. São Paulo: Global, 1983.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA (FBES). *V Plenária Nacional de Economia Solidária*: Documento 2: Questões Orientadoras para as Plenárias Locais e Estaduais. Brasília: FBES, 2012.

GALEANO, Eduardo. *Patatas Arriba*. La escuela del mundo al revés. Madrid: España editores, 2003.

GAIGER, Luiz Ignácio. “Sentido e possibilidades da economia solidária hoje”. In: KRAYCHETE, Gabriel; Lara, Francisco; COSTA, Beatriz. (Orgs.). *Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia*. Petrópolis/Rio de Janeiro/Salvador: Vozes/Capina/Cese/UCSAL, 2000.

HARVEY, David. *O capital*. Disponível em: <<http://www.controversia.com.br/index.php?act=videos&id=453>>. Acesso em: ago. 2012.

HOLYOAKE, G. Jacob. *Os 28 tecelões de Rochdale*. 4. ed. Porto Alegre: WS Editor, 2000.

INSTITUTO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (IDEC). “Quer pagar quanto?” Revista do Idec. São Paulo, abr. 2010. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/2010-04-ed142-capa-organicos1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2013

_____; FÓRUM NACIONAL DAS ENTIDADES CIVIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR (FNECDC). *Mapa das feiras orgânicas*. [s.d.] Disponível em: <<http://www.idec.org.br/feirasorganicas>>. Acesso em: 05 fev. 2014

INSTITUTO KAIRÓS. Disponível em: <www.institutokairos.net>. Acesso em: 23 dez. 2013.

KRAYCHETE, Gabriel.; Lara, Francisco: Costa, Beatriz. (Orgs.). *Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia*. Petrópolis/Rio de Janeiro/Salvador: Vozes/Capina/Cese/UCSAL, 2000.

KRAYCHETE, Gabriel. “Economia popular e solidária: sustentabilidade e transformação social”. In: AGUIAR, Kátia; KRAYCHETE, Gabriel. (Orgs.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo: Oikos, 2007.

MANCE, Euclides André. *Como organizar redes solidárias*. Rio de Janeiro, DP&A, Fase, Ifil, 2003.

MARTINS, Ariane Terezinha Mendes; VALENTE, Silza Maria Pasello. “Temas Transversais – breve contextualização”. In: MARCONDES, Martha Aparecida Santana (Org.). *Temas Transversais e Currículo*. Brasília: Líber Livro Editora, 2008.

MARTINS, José de Souza. *O cativo da Terra*. São Paulo: Contexto, 2010.

MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política: Volume I; Livro primeiro; Tomo 2*. São Paulo: Nova Cultural, 1998.

_____. *Para a crítica da economia política*. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

_____. *O capital: crítica da economia política: Livro I; Volume 1*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MCCRAKEN, Grant. *Culture & Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.

MÉSZÁROS, István. *Produção destrutiva e estado capitalista*. São Paulo: Cadernos Ensaio, 1989.

MÓ DE VIDA (Org.). *Soberania Alimentar: por uma agricultura com agricultores*. 2007. Disponível em: <<http://www.modevida.com/dossierSoberaniaAlimentar.pdf>>. Acesso em: 2 jan. 2014.

MONTAGUT, X.; VIVAS, E. (Coord.). *Supermercados, no gracias – Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*. Barcelona: Icaria, 2007.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino. *Modo de produção capitalista, agricultura e reforma agrária*. São Paulo: FFLCH, 2007.

OLIVEIRA, Milena F. “Consumo e materialismo histórico: novas perspectivas do marxismo aplicado à história”. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA. *XIV Simpósio Nacional de História*, 2007.

_____. *Consumo e cultura material* – São Paulo “Belle Èpoque” (1890-1915). 2009. 367 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Instituto de Economia. Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

PATEL, RAJ. *Obesos y famélicos – El impacto de la globalización en el sistema alimentario mundial*. Buenos Aires: Marea, 2008.

PAULI, J.; ROSA, E. (Org.) *Consumo crítico, solidário e coletivo*. Passo Fundo: Clio livros, 2004.

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

_____. *Reavaliação do cooperativismo brasileiro*. São Paulo: [s.e.], 1980.

PISTELLI, Renata. “A experiência da Cooper Ecosol e os aportes do consumo responsável na consolidação de novos paradigmas de produção e consumo”. In: MORAIS, Leandro; BORGES, Adriano. (Org.) *Novos paradigmas de produção e consumo: experiências inovadoras*. São Paulo: Instituto Pólis, 2010.

_____; MASCARENHAS, Thais. *Organização de grupos de consumo responsável*. São Paulo: Instituto Kairós, 2011.

PORTILHO, Fátima. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. *Política & Sociedade*. 2009.

_____. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2010.

REVISTA EXAME. *Os 45 maiores grupos de supermercados do Brasil em vendas*. São Paulo: Abril, 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/os-45-maiores-grupos-de-supermercados-do-brasil-em-vendas>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

ROCHA, Marisa Lopes da; AGUIAR, Katia Faria de. Pesquisa-intervenção e a produção de novas análises. *Psicol. cienc. prof.*, Brasília, v. 23, 2003. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932003000400010&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 09 fev. 2014.

SCHILLING, Flávia. *Marx e Foucault: um estudo sobre o papel da violência, das leis, do Estado e das normas na construção do operariado disciplinado*. Plural. São Paulo: Sociologia, USP, 1997.

SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE; IDEC; CONSUMERS INTERNATIONAL. *Consumo Sustentável*. São Paulo: 1998.

SINGER, Paul. *Curso de introdução à economia política*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

_____. *Uma utopia militante*. Repensando o Socialismo. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. “Economia dos setores populares: propostas e desafios”. In: KRAYCHETE, Gabriel; LARA, Francisco; COSTA, Beatriz. (Org.). *Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia*. Petrópolis/Rio de Janeiro/Salvador: Vozes/Capina/Cese/UCSAL, 2000.

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

SINGER, Paul; SOUZA, A. R. (Org). *A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego*. São Paulo: Contexto, 2003.

SINGER, Paul. A Economia Solidária como ato pedagógico. In: KRUPPA, Sonia M. Portella (org.). *Economia Solidária e Educação de Adultos*. Brasília: Inep, 2005.

TEIXEIRA, B. de B. Uma política e vários contextos: os PCN do ensino fundamental. *Revista Inter Science Place*, ano 1, n. 3, p. 1-21, dez. 2008.

TOURAINE, Alain. *Crítica da modernidade*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

VALENTE, Ivan; A nova LDB em questão. In: VALENTE, Ivan; ARELARO, Lisete. *Educação e Políticas Públicas*. São Paulo: Xamã, 2002

APÊNDICE – Roteiro das entrevistas de campo

Coleta de Dados_Kairós - Entrevista em profundidade

Data:

Entrevistada(o):

Horário de Início:

Término:

a-) Motivações, história e antecedentes:

1. Qual foi a razão para surgir o kairós? Fale sobre a origem do Kairós.
2. Pretensão: qual é a situação que a experiência busca reverter ou potencializar?
3. Quais foram os momentos de mudanças marcantes na trajetória do Kairós?
4. Como você contaria a história do Kairós? Você consegue identificar etapas-chave (fases/momentos) e colocar um tema que caracterize cada uma delas?
5. O que marcou a superação (ou não) dos diferentes momentos?

b-) Abordagem do Tema:

6. O que é Consumo Responsável para você? E o que é para o Kairós, institucionalmente falando?
7. Qual o papel do consumo responsável na sociedade?

8. Existem diferentes abordagens do tema Consumo responsável, quais são elas? Qual a diferença entre elas?
9. Quais as principais questões, desafios do tema Consumo Responsável?
10. Quais as Tensões que surgem da prática com o tema: no âmbito político; pessoal; profissional.
11. Qual a importância de abordar o Consumo Responsável em Educação?
12. Existe diferença entre abordar o Consumo Responsável na educação formal e na educação não-formal?

c-) Gestão da iniciativa: apresentar a forma de funcionamento da experiência, com base nos seguintes pontos:

13. Qual a forma de gestão? Qual a influência da forma de gestão no alcance dos objetivos?
14. Como se dá a tomada de decisão? Organograma?
15. Parcerias: identificar os principais parceiros atuais e o tipo de colaboração existente?
16. Qual a importância destas parcerias para o Kairós?

d-) Resultados e desafios: avaliar os avanços, entraves e retrocessos que permeiam a dinâmica da experiência, destacando os seguintes aspectos:

17. Resultados: apresentar em tópicos os resultados quantitativos e qualitativos que você percebeu no Kairós.
18. Quais os (3) principais desafios e/ou fragilidades atuais? (financiamento, estrutura, gestão, articulação política)
19. Quais os (3) maiores sonhos?
20. Qual a maior lição/aprendizado que você teve no Kairós?
21. Motivações/interesses para a sua participação na experiência e os resultados obtidos no campo pessoal, familiar e da comunidade.