

**RODRIGO CAMPOS CRIVELARO**

**ESTUDO DA INFLUÊNCIA DO CAPITAL SOCIAL EM  
EMPREENDIMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO DISTRITO  
FEDERAL**

**Brasília – DF**

**2007**

**RODRIGO CAMPOS CRIVELARO**

**ESTUDO DA INFLUÊNCIA DO CAPITAL SOCIAL EM  
EMPREENHIMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO DISTRITO  
FEDERAL**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Social e Trabalho, da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade, e Ciência da Informação e Documentação (FACE), da Universidade de Brasília, para obtenção do grau de Mestre em Gestão Social e Trabalho.**

**Orientadora: Profa. Dra. Christiane Girard Ferreira Nunes**

**Brasília – DF**

**2007**

**RODRIGO CAMPOS CRIVELARO**

**ESTUDO DA INFLUÊNCIA DO CAPITAL SOCIAL EM  
EMPREENHIMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO DISTRITO  
FEDERAL**

Brasília, 05 de março de 2007

**BANCA EXAMINADORA**

Profa. Dra. Christiane Girard Ferreira Nunes  
Instituição: Deptº de Sociologia/Universidade de Brasília - UnB

Prof. Dr. Marcus Vinícius Soares Siqueira  
Instituição: Deptº de Administração/Universidade de Brasília - UnB

Nome: Prof. Dr. Ricardo Carvalho  
Instituição: Fundação Dom Cabral - FDC/MG

**SUPLENTE:**

Nome: Profa. Denise Bontempo Birche de Carvalho  
Instituição: Deptº de Serviço Social/Universidade de Brasília - UnB

Ao Ser Maior, que nos crê e possibilita a vida  
como recurso infinito de aprendizado, agradeço pelo  
degrau de crescimento proporcionado por este estudo.  
À minha esposa, Ana Patrícia, e à minha família,  
agradeço pelo amor e confiança incondicionais  
em todos os momentos.

## AGRADECIMENTOS

Ao meu Amor, Ana Patrícia, agradeço pelo apoio contínuo em todo o período de estudos, desde a decisão em lutar por este Mestrado.

À Luci, tia e amiga querida, agradeço pela confiança depositada em mim, como profissional e ser humano capaz de gerar transformação.

À minha mãe querida, por tudo, sempre.

À professora e amiga Christiane, pelo apoio irrevogável, mesmo nos momentos pessoais difíceis por que passei.

À equipe da John Snow Brasil, em especial ao mentor e amigo Miguel, pelo apoio e dicas valiosas.

E à querida Julinha, minha enteada, pelos gostosos abraços e brincadeiras, que me surpreendiam e incentivavam durante as longas noites de estudos.

“Hoje eu trabalho para a *minha* empresa!”

fala da integrante de um empreendimento estudado

## RESUMO

A cada dia, a Economia Solidária ganha espaço como caminho tangível de trabalho e renda em um número crescente de empreendimentos, pelo Brasil. O Distrito Federal participa deste contexto com centenas de grupos informais, cooperativas e associações, que buscam fortalecer alternativas econômicas de atuação coletiva, visando à re inserção produtiva e à melhoria da qualidade de vida de seus integrantes. Este estudo investiga dois desses empreendimentos: a Cooperativa Habitacional de Produção de Artesanato e Trabalho - Coohperart, e a Associação Grão Mulheres em Ação - AGMA. O objetivo é investigar a influência do Capital Social nestas organizações, analisando-se três vertentes: os ambientes Intra, Inter e Supra organizacionais. O âmbito Intra se refere às trabalhadoras e trabalhadores dos empreendimentos. Nele, é onde se encontram os maiores pontos de convergência entre as organizações, como a percepção do artesanato como oportunidade profissional e de melhoria da saúde mental. O âmbito Inter está vinculado às parcerias atuais ou potenciais com entidades locais colaboradoras, financiadoras, de interface técnica direta, representantes da comunidade local e de Governo. O ambiente Supra se refere aos canais de venda, atuais e potenciais, a clientes consumidores, revendedores, industriais, governamentais e internacionais. Os dois empreendimentos foram investigados por meio da Análise de Conteúdo de entrevistas individuais e grupos focais. As entrevistas foram realizadas com as líderes dos empreendimentos, representantes governamentais, de movimentos sociais e de assessoria universitária em Economia Solidária. Os grupos focais foram trabalhados com as participantes das duas entidades: AGMA e Coohperart. Os resultados sugerem o Capital Social como o principal catalisador do processo produtivo nos empreendimentos, o qual parte do fortalecimento das relações nos três ambientes estudados: entre as integrantes; entre os grupos, comunidade e parceiros; e entre os empreendimentos e clientes.

**Palavras-chaves: Economia Solidária - Capital Social - Distrito Federal**

## ABSTRACT

Day by day, “Solidary Economy” earns evidence as a way of working and income in a large number of enterprises, in Brazil. Brazilian Federal District belongs to this context, with hundreds of working informal groups, cooperative enterprises and associations with focus in fortifying collective economic alternatives. Their major object is re introducing to the productive processes and improving life quality of unemployed and low income people. This study investigates a pair of enterprises: Cooperativa Habitacional de Produção de Artesanato e Trabalho - Cooherart, and Associação Grão Mulheres em Ação - AGMA. The purpose is investigating the influence of Social Capital in these solidary enterprises analyzing three organizational environments: Intra, Inter and Supra. Intra Environment refers to the enterprise workers. This component comprehends the main common questions between the organizations, like the perception about Craftwork as professional opportunity and as a way to improve mental health. Inter Environment is linked to current and possible partnerships with financial and collaborative local entities, technical consultancies, Government and local community representatives. Supra Environment refers to effective and potential sale opportunities: to consumer, reseller, industrial, government and international clients. Both the enterprises have been investigated through Content Analysis of individual interviews and focus groups. Interviews have been made with enterprise leaders, governmental and social movement representatives, and “Solidary Economy” university consultancy. Focus Groups have been worked with AGMA and Cooherart members. Results suggest Social Capital as the main agent of productive process empowerment in the studied enterprises, by means of the strengthening of relationships into the three investigated environments: among members; among groups, community, and partners; and among enterprises and clients.

**Key words: “Solidary Economy” - Social Capital - Brazilian Federal District**



## ÍNDICE

<b>LISTA DE FIGURAS.....</b>	<b>13</b>
<b>SIGLAS E ABREVIACÕES.....</b>	<b>14</b>
<b>PARTE I – MARCO TEÓRICO</b>	
<b>CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO</b>	
<b>1.1) Formulação do Problema de Pesquisa.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2) Objetivos.....</b>	<b>20</b>
1.2.1) Geral.....	20
1.2.2) Específicos.....	20
<b>1.3) Justificativa.....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO 2 – REFERENCIAL TEÓRICO</b>	
<b>2.1) Economia Solidária.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2) Capital Social.....</b>	<b>30</b>
2.2.1) Confiança, Laços Sociais e Engajamento Cívico.....	30
2.2.2) A Vertente Política.....	34
2.2.3) Utilitarismo ou Solidariedade?.....	36
<b>2.3) Economia Solidária e 3º Setor.....</b>	<b>38</b>
<b>2.4) Economia Solidária no DF.....</b>	<b>42</b>
<b>2.5) Os Mercados de Atuação da Economia Solidária.....</b>	<b>44</b>
<b>2.6) Lucros Social e Comercial.....</b>	<b>49</b>
<b>2.7) Concorrências Social e Comercial.....</b>	<b>50</b>
<b>2.8) Demandas Sociais e Públicos-Adotantes.....</b>	<b>51</b>

<b>2.9) Gênero, Solidariedade e Mercado Social.....</b>	<b>51</b>
---	-----------

## **PARTE II – METODOLOGIA E RESULTADOS**

### **CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA**

<b>3.1) Características da Pesquisa.....</b>	<b>53</b>
<b>3.2) População e Amostra.....</b>	<b>54</b>
<b>3.3) Perfil dos Empreendimentos Solidários.....</b>	<b>55</b>
<b>3.4) Métodos de Coleta de Dados.....</b>	<b>58</b>
<b>3.5) Análise de Conteúdo.....</b>	<b>60</b>
<b>3.6) Procedimentos de Análise de Dados.....</b>	<b>60</b>
<b>3.7) Limitações do Estudo.....</b>	<b>61</b>
<b>3.8) Seleção dos Entrevistados.....</b>	<b>62</b>

### **CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO CAPITAL SOCIAL NOS EMPREENDIMENTOS ANALISADOS**

<b>4.1) Modelo de Análise.....</b>	<b>63</b>
<b>4.2) Aspectos de Coleta dos Empreendimentos Investigados.....</b>	<b>65</b>
<b>4.3) Aspectos Institucionais das Organizações Satélites.....</b>	<b>66</b>
4.3.1) Incubadora Solidária da UnB.....	67
4.3.2) Movimento Nacional de Luta pela Moradia – MNLM.....	68
4.3.3) Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES.....	69
4.3.4) Fórum de Economia Solidária do DF.....	70

<b>4.4) Percepções sobre Economia Solidária.....</b>	<b>71</b>
4.4.1) Coohperart e AGMA.....	71
4.4.2) Movimento Nacional de Luta pela Moradia - MNLM.....	73
4.4.3) Incubadora Social e Solidária da UnB.....	73
4.4.4) Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES.....	74
4.4.5) Fórum de Economia Solidária do DF.....	74
<b>4.5) Análise do Ambiente INTRA Institucional.....</b>	<b>75</b>
4.5.1) Considerações Gerais.....	75
4.5.2) Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho - COOHPERART.....	76
4.5.2.1)Tipos de Manifestação do Capital Social.....	76
4.5.2.2)Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social.....	80
4.5.2.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social.....	81
4.5.3)Associação Grão Mulheres em Ação -AGMA.....	84
4.5.3.1) Tipos de Manifestação do Capital Social.....	84
4.5.3.2) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social.....	86
4.5.3.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social.....	88
<b>4.6) Análise do Ambiente INTER Institucional.....</b>	<b>90</b>
4.6.1) Considerações Gerais.....	90
4.6.2) Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho - COOHPERART.....	91
4.6.2.1) Tipos de Manifestação do Capital Social.....	91
4.6.2.2) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social.....	95
4.6.2.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social.....	96
4.6.3) Associação Grão Mulheres em Ação - AGMA.....	100
4.6.3.1) Tipos de Manifestação do Capital Social.....	100
4.6.3.2) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social.....	102
4.6.3.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social.....	103
<b>4.7) Análise do Ambiente SUPRA Institucional.....</b>	<b>107</b>
4.7.1) Considerações Gerais.....	107

4.7.2) Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho - COOHPERART.....	108
4.7.2.1) Tipos de Manifestação do Capital Social.....	108
4.7.2.2) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social.....	109
4.7.2.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social.....	110
4.7.3) Associação Grão Mulheres em Ação - AGMA.....	112
4.7.3.1) Tipos de Manifestação do Capital Social.....	112
4.7.3.2) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social.....	112
4.7.3.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social.....	113
<b>CAPÍTULO 5 - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....</b>	<b>114</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>121</b>

## **ANEXOS**

- **Anexo I:** Roteiro Base para a Elaboração dos Instrumentos de Coleta de Dados
- **Anexo II:** Questionário de Entrevista da Coohperart e AGMA
- **Anexo III:** Roteiro de Grupos Focais da Coohperart e AGMA
- **Anexo IV:** Questionário de Entrevista da Incubadora Social e Solidária da UnB
- **Anexo V:** Questionário de Entrevista da Secretaria Nacional de Economia Solidária
- **Anexo VI:** Questionário de Entrevista do Fórum de Economia Solidária do DF
- **Anexo VII:** Questionário de Entrevista do Movimento Nacional de Luta pela Moradia

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>FIGURA 1</b>	Mercado Comercial.....	44
<b>FIGURA 2</b>	Mercado Social e o Ambiente INTRA Empreendimentos.....	46
<b>FIGURA 3</b>	Mercado Social e o Ambiente INTER Empreendimentos.....	47
<b>FIGURA 4</b>	Mercado Social e o Ambiente SUPRA Empreendimentos.....	48
<b>FIGURA 5</b>	Empreendimentos de Economia Solidária e Ambientes Investigados.....	55

## **LISTA DE TABELAS**

<b>TABELA 01</b>	Capital Social no âmbito INTRA institucional.....	75
<b>TABELA 02</b>	Capital Social no âmbito INTER institucional.....	90
<b>TABELA 03</b>	Capital Social no âmbito SUPRA institucional.....	107

## **SIGLAS E ABREVIATURAS**

AGMA - Associação Grão Mulheres em Ação

CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas

CDT - Centro de Desenvolvimento Tecnológico

CS - Capital Social

COOHPERART - Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho

DF - Distrito Federal

EE(s) - Empreendimento(s) de Economia Solidária

ES - Economia Solidaria

FBB - Fundação Banco do Brasil

FBES - Fórum Brasileiro de Economia Solidária

FUB - Fundação Universidade de Brasília

FUBRA - Fundação Universitária de Brasília

GDF - Governo do Distrito Federal

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica

MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia

MNLM - Movimento Nacional de Luta pela Moradia

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

RA(s) - Região(ões) Administrativa(s)

SENAES - Secretaria Nacional de Economia Solidária

UFBA - Universidade Federal da Bahia

UFSCAR - Universidade Federal de São Carlos

UnB - Universidade de Brasília

USP - Universidade de São Paulo

## PARTE I – MARCO TEÓRICO

### CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

#### 1.1) Formulação do Problema de Pesquisa

A questão de pesquisa está fundamentada na seguinte pergunta: o Capital Social contribui para fortalecer os empreendimentos de Economia Solidária, no Distrito Federal? Na contextualização deste problema de pesquisa, o Capital Social perfaz a variável independente do estudo, e a Economia Solidária, a variável dependente. Sugere-se o Capital Social como elemento essencial ao fortalecimento da Economia Solidária.

O recorte de pesquisa considerou dois empreendimentos localizados no Distrito Federal: a Cooperativa Habitacional de Produção de Artesanato e Trabalho – Coohperart, e a Associação Grão Mulheres em Ação – AGMA. A influência do Capital Social foi investigada em três vertentes, cada uma focada em atores específicos: os âmbitos Intra, Inter e Supra organizacionais, de cada um dos dois empreendimentos solidários citados. Os perfis de ambos estão descritos no item 3.3 deste projeto.

Na proposição de pesquisa, o **ambiente INTRA organizacional** abarca os trabalhadores das organizações analisadas e as relações humanas e técnicas, com finalidade produtiva ou não, entre profissionais, áreas ou setores intrínsecos às organizações ou empreendimentos.

O **ambiente INTER organizacional** compreende a relação dos empreendimentos analisados com as comunidades onde estão localizadas; representantes de Governo do DF e esfera Federal, as chamadas Organizações Locais Colaboradoras (OLC), Organizações Locais Financiadoras (OLF), Movimentos Sociais ligados às causas defendidas, consultorias, assessorias, fornecedores e outras organizações, de interface técnica representativa, como de “capacitação, assessoria, incubação, assistência técnica e organizativa e acompanhamento”(SENAES/MTE, 2006). As OLC e OLF fazem parte de uma tipologia de colaboradores e parceiros elaborada por Fontes, no sentido de delinear os parceiros e aliados potenciais de uma intervenção social (FONTES, 2001, p.169). Em paráfrase ao autor, as OLC são organizações que promovem idéias, comportamentos, princípios e causas similares, neste caso, relacionados com a Economia Solidária, como outros EEs. Geralmente, têm perfil organizacional semelhante. A identificação destas organizações é importante, para a



formação e o desenvolvimento de alianças, redes, fóruns e outros mecanismos de disseminação das causas sociais e/ou ambientais defendidas. As OLF são organizações que, essencialmente, apóiam financeiramente as intervenções sociais. Em geral, podem ser da iniciativa privada tradicional, do setor governamental, ou caracterizadas como organizações de fomento internacional.

O **ambiente SUPRA organizacional** abarca os clientes das organizações definidas. Tais clientes estão categorizados em cinco tipos de mercados, segundo perspectiva sugerida por Kotler e Armstrong (1998):

- *Mercados consumidores*: referem-se aos clientes finais;
- *Mercados industriais*: adquirem bens e serviços para transformação ou uso direto nos processos de produção;
- *Mercados revendedores*: adquirem bens e serviços com intuito de revenda;
- *Mercados governamentais*: referem-se à aquisição de bens e serviços por Governos das esferas Federal, Estadual ou Municipal, para repassá-los à população; e
- *Mercados internacionais*: caracterizados por compradores estrangeiros.

Importante contextualizar o termo Ambiente Organizacional pela perspectiva de Selznick (1996, apud CARVALHO e VIEIRA, 2003, p.02), o precursor do Institucionalismo, onde a Teoria Institucional “traça a emergência de se distinguir formas, processos, estratégias e competências que surgem dos padrões de interação e adaptação organizacional”. Nesta linha, como afirmam Carvalho e Vieira (2003), é de suma importância compreender o contexto em que se situam as organizações, para poder entender suas estruturas e processos. Para os autores, o contexto modela as decisões que são tomadas, o que facilita a previsibilidade da ação organizacional.

Em suma, as organizações não são elementos sociais coletivos passivos e também contribuem para desenho do próprio contexto. A relação é recíproca e está longe de ser linear. A organização sofre pressões, influências e se adapta a estas. Em outras palavras, estas pressões, segundo a Teoria Institucional, podem ser originadas de esferas como o Estado, e outras organizações, como empresas. Os ambientes definidos para análise, contemplam categorias de *stakeholders* das organizações analisadas. Os *stakeholders* são as partes interessadas e que sofrem influência, ou seja, que fazem parte da vida das organizações (CASTRO et al, 1999).

O estudo pretende averiguar se o Capital Social – traduzido como laços de afeto, confiança e cooperação que emergem das relações entre indivíduos e grupos – influenciam o desenvolvimento dos EEs, na atuação nos ambientes INTRA, INTER e SUPRA. Neste sentido, faz-se uma gradação de tópicos de investigação do Capital Social, em termos desta possível influência nos EEs. Em primeiro lugar, a investigação busca averiguar se o Capital Social existe nos empreendimentos. Em segundo, é observado de que maneiras ele se manifesta, ou seja, como é formado. Em terceiro, como ele é utilizado e aplicado nas relações e processos produtivos entre empreendimentos e atores da rede apresentados nas figuras 1, 2, 3 e 4. Por último, são analisadas possíveis situações específicas de fragilização ou de fortalecimento do Capital Social.

Em outras palavras, o intuito foi analisar se os laços sociais, afetivos e de confiança; se os valores de reciprocidade e mecanismos cooperativos existentes favorecem os valores, as dinâmicas organizacionais e as possibilidades de sucesso comercial dos empreendimentos, a partir das relações com os atores representados nos âmbitos INTRA, INTER e SUPRA, organizacional.

Sugere-se que as dinâmicas econômicas originadas dos EEs sejam caracterizadas, primordialmente, por um desnível menor nas relações de poder internas, de parceria e comerciais, com clientes, em relação às organizações empresariais tradicionais. Porém, ressalte-se que este não é o foco do estudo, visto que a comparação entre organizações capitalistas tradicionais e as tidas como solidárias não fazem parte do problema de pesquisa e, portanto, não fazem parte da metodologia científica empreendida. No Referencial Teórico, os esforços de analogia estão mais concentrados na diferenciação do contexto entre a Economia Solidária e o Terceiro Setor, fundamentais na definição dos conceitos utilizados neste estudo e do tipo de organizações investigadas.

Foi necessário investigar se investir em Capital Social significa potencializar os empreendimentos de Economia Solidária. Neste sentido, componentes específicos como o Endividamento Positivo e os Elos Horizontais, dispostos em Santos (2002) e Girard-Nunes (2004a) e os Mercados e Produtos Sociais, estudados por Fontes (2001), foram componentes de importância, para a formulação de variáveis e indicadores que respondessem ao objetivo geral proposto a seguir.

Não se pode afirmar, de antemão, que haja influência ou que essa influência do CS seja positiva para o desenvolvimento dos EEs nos três ambientes analisados. Por exemplo, de acordo com uma linha conceitual citada no estudo, o CS pode ficar restrito a uma perspectiva utilitarista e corporativista. Nela, estão autores como Putnam (1995) e Bourdieu (1980, apud BÉVORT e BUCOLO, 2005). Por esta vertente, a tentativa de entendimento do CS, nas relações entre EEs e comunidades onde estão localizados, ficaria limitado. A vertente teórica, norte deste trabalho, também aprofunda as investigações sobre a utilização do CS no extravasamento deste âmbito corporativista. Nela, estão autores como Girard-Nunes (2006) e Bèvort e Bucolo (2005).

Por fim, as conclusões deste trabalho não podem ser generalizadas para outros territórios, que não o Distrito Federal, visto que as organizações a serem investigadas atuam dentro do DF.

## **1.2) Objetivos**

### 1.2.1) Geral

- Investigar a influência do Capital Social em dois empreendimentos de Economia Solidária, no Distrito Federal, analisando-se três vertentes: os ambientes Intra, Inter e Supra organizacionais.

### 1.2.2) Específicos

- Contribuir para o estudo de novas alternativas que visem à dinamização dos Empreendimentos Solidários no Distrito Federal;
- Analisar os tipos e níveis de integração potenciais promovidos pelo Capital Social, nas duas organizações pesquisadas; e
- Contribuir para a formulação e implementação de políticas públicas, locais e nacionais, em prol do desenvolvimento da Economia Solidária.

### **1.3) Justificativa**

Segundo o recém editado Atlas da Economia Solidária no Brasil (SENAES/MTE, 2006), os mecanismos econômicos solidários têm-se constituído um caminho de grande relevância para os trabalhadores, especialmente os de comunidades pobres, face às mudanças ocorridas no mundo do trabalho. “São milhares de organizações coletivas, organizadas em forma de autogestão que realizam atividades de produção de bens e de serviços, crédito e finanças solidárias, trocas e comércio e consumo solidários” (SENAES/MTE, 2006, p. 7).

Os caminhos de Economia Solidária são ainda considerados uma alternativa ao sistema empresarial, inserido nos parâmetros capitalistas tradicionais. Há um grande percurso a ser percorrido para que as dinâmicas de economia popular estabeleçam-se como políticas públicas em escala, formuladas, implementadas e avaliadas, em âmbito nacional, regional e municipal.

Contudo, reitera-se que de 2002 a 2006 as políticas públicas inerentes ao campo investigado foram fortalecidas com outros atores e mecanismos já legitimados em contexto federal, regional e municipal. O Atlas da Economia Solidária no Brasil é produto recente de uma Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES, criada em 2003, que representa o primeiro mecanismo Federal de apoio. O SIES, Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária está orientado pela Portaria Nº 30 do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), criada em 20 de março de 2006. Outros mecanismos são: a Rede Nacional de Pesquisadores, a Feira Nacional e o Fórum Nacional, de Economia Solidária. Várias Universidades Federais possuem incubadoras e núcleos de pesquisa especializados, como UnB, USP, UFBA, UFSCAR e outras. Também nos estados, crescem cada vez mais os núcleos de apoio ao fortalecimento de empreendimentos e redes, solidárias, legitimadas como políticas originadas do Poder Executivo ou Legislativo.

No Distrito Federal, a investigação no contexto proposto é urgente, haja vista a pouca produção sobre o tema, restrita a autores como Girard-Nunes (2004a, 2004b, 2006), especialmente, e Streit (2006), e a alta concentração de renda, agravada pelos altos níveis de desemprego e pela esfera produtiva concentrada no setor de serviços. Isto é, o DF é um estado que depende do poder industrial das regiões Sudeste e Sul, especialmente. Predomina um contingente de micro e pequenas empresas concentradas na região central, chamada de Plano Piloto, que não consegue absorver satisfatoriamente a mão-de-obra disponível. A

questão do desemprego, aliada ao alto custo de vida, fomenta níveis intensos de violência, em amplos segmentos da sociedade (VASCONCELOS, 1996).

O estudo compõe um elemento de força para compreender os possíveis impactos favoráveis, ou não, do Capital Social, nas organizações investigadas. Pelas palavras de Girard-Nunes, é importante “entender como se forma este capital, como ele é utilizado (...) quais são os investimentos feitos a partir dele” (GIRARD-NUNES, 2006, p. 12), e como ocorre a contribuição para a restituição do sentido do trabalho (GIRARD-NUNES, 2006, p. 5). Neste sentido, esforços acadêmicos que fomentem o entendimento da influência do Capital Social em organizações de Economia Solidária podem resultar em subsídios para o desenvolvimento de novos mecanismos de atuação, os quais possam potencializar a re inserção produtiva do enorme contingente de trabalhadores residentes no DF e Entorno, desempregados ou expostos à informalidade.

No DF, é fato que “a pobreza urbana é sinônimo de segregação social, política e cultural”(GIRARD-NUNES, 2004a, p. 231). Entre 2003 e 2005 foram criadas nove novas Regiões Administrativas (RAs), que se juntaram às dezenove já existentes, perfazendo um total de vinte e oito cidades (CODEPLAN, 2006). A maioria depende do Plano Piloto, no que tange às oportunidades de trabalho. Este aspecto está fundado no planejamento do DF, que foi restrito ao planejamento urbanístico de Brasília. Ou seja, à exceção da capital, a implementação das outras 27 regiões administrativas não foi efetivamente e estrategicamente pensada. Ocorreu de modo paulatino no decorrer dos anos.

Um exemplo disso é Ceilândia, cidade mais populosa do Distrito Federal, cujo nome foi originado da sigla CEI: Centro de Erradicação de Invasões. Ceilândia era um local para onde os operários trazidos para a construção de Brasília, pernoitavam. Depois de finalizada a construção das obras primeiras do Plano Piloto, como os palácios de governo e outros monumentos, esses mesmos operários se mantiveram no DF, haja vista a necessidade de mão-de-obra para o soerguimento da infra-estrutura de habitação, lazer e educação, da região central.

Desta feita, é relevante poder contribuir para a elaboração, implementação e acompanhamento de novas formas de inserção produtiva nas regiões administrativas do DF, principalmente as localizadas na periferia. Mais que opção única, os empreendimentos e organizações solidárias podem servir como oportunidade legítima de fortalecimento e

consolidação de economias locais nas RAs, a partir de princípios democráticos de participação e distribuição de responsabilidades laborais e distribuição de renda. A alta concentração de associações, cooperativas e grupos informais no DF, (SENAES/MTE, 2006), atesta a necessidade de investimentos em políticas públicas que fortaleçam as organizações, empreendimentos e redes, inerentes ao movimento em análise. Este estudo está inserido neste contexto.

Em âmbito nacional, destaca-se uma pesquisa em que várias organizações governamentais e acadêmicas se uniram para aferir quantitativa e qualitativamente como vêm sendo formuladas, implementadas e avaliadas, as políticas públicas de Economia Solidária (SENAES et al, no Prelo). A Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), e as Universidades de Brasília (UnB), São Carlos (UFSCAR) e Bahia (UFBA), investigaram diversos municípios e estados e constataram, entre outros, a falta ou inexistência de leis e de um marco legal específico para o campo da economia solidária. Na visão dos pesquisadores, “o baixo grau de estruturação da política deve (...) dificultar o nível de articulação intra-institucional” (SENAES et al, no Prelo, p. 7), ou seja, entre parceiros do setor. Outro ponto a ser ressaltado é a necessidade apontada, pelas demandas investigadas, de parcerias que contribuam com pessoal especializado, recursos financeiros, proximidade com o público-alvo e infra-estrutura. Este projeto está inserido nesta problemática e buscará contribuir, ainda que localmente, para o fortalecimento destas políticas.

Neste ponto, faz-se analogia inversamente proporcional entre a pouca produção acadêmica sobre Economia Solidária, no DF, e a recente expansão dos empreendimentos e organizações, iniciada na década de 90 e intensificada a partir do ano 2000 (SENAES/MTE, 2006, p. 25). Quanto mais estudos sobre o campo local, mais férteis e tangíveis as possibilidades de implementação e desenvolvimento empírico das pesquisas. É a interdependência entre as três vertentes da Universidade: Ensino, Pesquisa e Extensão, aplicadas para a resolução de mazelas sociais e a proposição de programas e políticas preventivas e de promoção de oportunidades para as comunidades locais.

É importante ressaltar algumas das razões pelas quais as opções teóricas foram definidas, no escopo deste estudo. No projeto em questão, as atividades e formas de organização solidária ocorrem no plano empresarial, ou seja, no Segundo Setor, e não no Terceiro, ainda que possua características deste último, conforme exposto no item 2.3. As

características inerentes ao campo investigado não remetem ao prisma da não lucratividade; estão associadas à viabilidade econômica e ao igualitarismo. Estes são traduzidos pela repartição do lucro, à cooperação, autogestão e, é claro, a solidariedade (SENAES/MTE, 2006).

No que tange ao Capital Social, são privilegiados autores que discorrem e aplicam uma perspectiva onde a igualdade e a diversidade aparecem como características e recursos fundamentais dos empreendimentos e redes solidárias. Entre estes, estão Girard-Nunes (2004a, 2004b e 2006,) Bucolo e Laville (2006), Santos (2002), Fontes (2001) e Bévort e Bucolo (2005). A vertente preterida está fundada em uma base mais utilitarista e corporativista do termo, formada em Putnam (1995), Coleman (1990, apud BÉVORT e BUCOLO, 2005) e Bourdieu (1980, apud BÉVORT e BUCOLO, 2005).

Por último, saliente-se que o objeto de pesquisa proposto não está centrado em um tipo determinado de organização. Para fins deste estudo, o termo empreendimento econômico solidário remete ao modelo proposto por Jesus (2004), fundamentado em duas características principais: a primeira origina-se na “idéia conceitual de empreendimento, (...) que denota ação empreendedora coletiva” (JESUS et al, 2004, p. 272). A segunda vincula o termo econômico ao liame dos esforços laborais que visam a produção. “Esses dois aspectos ampliam as perspectivas de alcançar um amplo espectro de empreendimentos, sem estar preso aos conteúdos formais (associações, cooperativas, etc.)” (JESUS et al, 2004, p. 273).



## **CAPÍTULO 2 – REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1) Economia Solidária**

O ponto de partida da contextualização teórica do objeto de estudo em questão, origina-se da condição implícita ao questionamento de Laville: “pode a visão de uma outra economia, de um outro mundo, negligenciar uma reflexão sobre as condições democráticas de sua realização?” (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004, p. 42). O questionamento do autor mostra a necessidade de analisar a Economia Solidária e os conceitos a ela inerentes, partindo-se da condição da democracia. Não da democracia representativa restrita ao voto, mas daquela advinda da participação efetiva e contínua dos cidadãos em prol da conquista de direitos. Ou seja, do papel democrático fundamentado em Demo, onde a cidadania existe apenas como “processo ativo e emancipatório” (DEMO, 1992, p. 21) e abrangendo “as dimensões político- participativa e econômica- produtiva da sociedade” (DEMO, 1992, p. 16).

A democracia e a solidariedade, neste sentido, vão além do termo expresso por Bucolo e Laville (1996), como Solidariedade Democrática. Esta, segundo os autores, seria a expressão real das relações de igualdade formal entre as partes enunciadas nos estatutos das organizações de economia solidária. Vão além porque a ES é materializada não apenas por meio de organizações, mas por meio de empreendimentos. E empreendimentos informais, os quais não estão legitimados por estatutos ou outros condicionantes organizacionais formais, como, por exemplo, cadastros municipais, estaduais e federais de pessoa jurídica. De igual maneira, as relações de igualdade não podem se limitar ao caráter formal entre os atores das organizações solidárias. Devem ser também expressões da flexibilidade inerente aos EES, calcada nos princípios de igualitarismo e participação, como descritos a seguir.

A democracia adquire importância fundamental para o entendimento de outros preceitos da Economia Solidária. Mais que um dos princípios basilares, a democracia torna-se a semente para a compreensão de outros princípios: auto-gestão, participação, igualitarismo, responsabilidade com a comunidade, educação permanente, e transparência. Estes princípios, citados e analisados por autores, como Gaiger (2004a, 2004b), Taulie e Rodrigues (2004) e França Filho e Laville (2004), representam conceitos interdependentes necessários ao desenvolvimento da Economia Solidária, como corpo teórico e prático, em evolução.

A auto-gestão remete à autonomia dos profissionais inseridos no empreendimento e da própria organização. Remete à capacidade da organização de ser sustentável financeira, organizacional, técnica e socialmente, sem a necessidade de subsídios governamentais ou apadrinhamentos empresariais que sustentem a atuação do empreendimento.

Participação e Igualitarismo levam a uma condição essencial do significado de solidariedade: a necessidade de equivalência na atuação dos membros dos empreendimentos e na divisão dos resultados obtidos pelo mesmo. Neste caso, o termo participação se refere especialmente à defesa de uma vertente política, essencial para a plena atuação de um empreendimento da Economia Solidária. Esta vertente política não se refere à ideologia partidária, mas a uma postura para a vida. Como afirma Gaiger (2004a, p. 235), os Empreendimentos Solidários têm um caráter multifuncional, com atuação nas esferas econômica, social e política.

A responsabilidade com a comunidade vai além do respeito ao consumidor, tópico tradicional das discussões de responsabilidade das organizações empresariais tradicionais. O consumidor, neste caso, é tomado, antes de tudo, como cidadão. Não há diferenciação entre o que adquire bens ou serviços elaborados pelos empreendimentos solidários daquele que não possui recursos ou não representa demanda a ser conquistada. O princípio a ser considerado é o da Ecologia Humana (BOFF, 2002), que pensa o cidadão por sua essência humana, e não pelo seu poder de compra. Por essa perspectiva, a tolerância alça o nível harmônico de consideração e respeito pelo próximo. Ou seja, a importância do outro torna-se equivalente à importância de si mesmo. A única condição para tanto é ser humano; pois toda comunidade representa um conjunto de seres igualmente relevantes. Portanto, o viés de consumo torna-se secundário no contexto de responsabilidade social dos empreendimentos solidários.

A definição de educação permanente como princípio se refere à capacitação contínua sobre processos de trabalho, entendimento de sistemas e ferramentas, que promovam a evolução técnica e estratégica do profissional dos empreendimentos. O desenvolvimento intelectual dos integrantes, em relação aos assuntos inerentes aos empreendimentos, tem papel fundamental para o crescimento dos mesmos, em qualquer aspecto.

A transparência é inerente aos preceitos éticos que abarcam as relações, humanas e de produção, dentro das organizações ou empreendimentos, assim como as relativas aos parceiros de movimento e comerciais, Governo e sociedade. Amato Neto e Rufino (2000)

expõem a transparência como valor e condição essencial da cooperação, entendida nas vertentes do gerenciamento democrático e decisão coletiva.

A reflexão sobre os conceitos relatados encontram respaldo em Kraychete (2000), visto que são princípios os quais instigam uma redescoberta cidadã do trabalho, com implicações políticas, econômicas e sociais, a fim de impor direitos sociais como princípios reguladores da Economia. Para Oslak, são princípios que representam a “possibilidade de equilibrar, através da redistribuição dos recursos materiais, a inerente inequidade do sistema capitalista” (1994, apud HINTZE, 2003).

A partir dos princípios apresentados, torna-se importante contextualizar a Economia Solidária como universo pragmático de análise. O estudo destes princípios toma corpo quando se propõe prático, ou seja, quando suplanta a teorização e alcança o dia-a-dia dos empreendimentos. No entanto, o desenvolvimento em escala dos EEs parece ainda não ter alcançado, em termos de ação governamental, o tempo verbal proposto em Gaiger, quando este afirma que a Economia Solidária “aparece na agenda dos movimentos sociais como uma nova frente de militância econômica e do próprio governo, que assume a ES em suas políticas e em seu papel de promover a integração entre os diversos atores” (GAIGER, 2004a, p. 229 e 230).

Sugere-se, aqui, que a militância proposta pelo autor caracterize os movimentos populares inseridos na luta pela ampliação de uma nova economia, mas não no âmbito governamental. Pelo menos não na mesma medida. Ou seja, ainda falta um longo caminho até que os vários tipos de economia solidária encontrem legitimação governamental, em termos de formulação, implementação e avaliação de políticas públicas. Apesar de exemplos crescentes de suportes de governos municipais, regionais e federal, em curso, os trabalhos de análise de vários estados, como Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Pernambuco, Ceará e Distrito Federal (GAIGER, 2004b) sugerem muito mais dificuldades a serem enfrentadas e solucionadas, com o apoio governamental, do que avanços obtidos.

No entanto, as modalidades intrínsecas a uma nova economia, calcada em patamares inclusivos de produção e distribuição de renda, são múltiplas e conferem vasto campo de análise aos estudiosos do tema. Neste aspecto, a abordagem de Santos é propositiva porque abarca a realidade de uma nova economia como um leque de “possibilidades em que têm cabimento alternativas que foram marginalizadas ou que nem sequer foram tentadas”

(SANTOS, 2002, p. 25). A inviabilidade é um pressuposto o qual deve ser descartado, assim como deve-se procurar ir além das “variações já conhecidas de esquerda, no que diz respeito à relação com o sistema capitalista” (ibid, p. 30). Aqui, o intuito da Economia Solidária vai além dos princípios classistas e ideológicos partidários, posto o seu caráter emancipador e político. Não porque a Economia Solidária tenha, nas suas raízes, a política, mas porque, indissolavelmente, está associada à reflexão. E o ato reflexivo é contra a despolitização, a desumanização (FREIRE, 1983a), a alienação cultural, e a favor da conscientização, que significa o começo da busca de uma posição de luta (FREIRE, 1983b).

Em paráfrase à Santos, a Economia Solidária precisa fomentar o processo produtivo pelo intercâmbio fundado em reciprocidade, antes do ganho monetário (SANTOS, 2002). Isso não exclui o lucro comercial, mas projeta-o como um produto do intercâmbio coletivo. Em Singer (2002, p. 83), “o capital da empresa solidária é possuído pelos que nela trabalham e apenas por eles. Trabalho e capital estão fundidos porque não há proprietários que não trabalhem na empresa”. Este ponto remonta às quatro condições fundamentais para o ressurgimento do interesse pelas formas de produção solidária, citadas em Santos, onde “os trabalhadores proprietários têm maior incentivo econômico e moral para dedicar seu tempo e esforço ao trabalho, o que fomenta uma especialização flexível, (fundada em) participação ativa e inovadora e inserida em uma rede de cooperação econômica, cultural, educativa e política” (SANTOS, 2002, p. 35).

Também em Girard-Nunes (2004a, p.193), os elos e valores de empreendimentos solidários devem ser horizontais e promover a autonomia sem hierarquia, com dependência recíproca, no sentido em que haja identidade dos participantes. Esta horizontalidade implica em três níveis (GIRARD-NUNES, 2004a, p. 197): a) nas relações entre os empreendimentos, assessores, setores do Estado e dos bancos; b) nos diferentes parceiros, entre si; e c) nas redes de empreendimentos.

A autora não afirma que a hierarquia, por si só, seja um elemento prejudicial aos EEs. Apenas sugere que os princípios de ES devem estar orientados para minimizar a hierarquia como condição para o funcionamento e operação dos EEs, no sentido de minimizar a concentração de poder, de informação, de recursos financeiros e tecnológicos, e fomentar a melhoria de sua gestão.

Na Economia Solidária, o crescimento produtivo está imediatamente ligado à distribuição de ganhos, diferente da espécie de crescimento produtivo calcado no Produto Interno Bruto tradicional. Este tipo de crescimento é pautado e promovido apenas pelos avanços macro. Não se pauta pelo aspecto distributivo. Ou seja, os percentuais são contados majoritariamente pela produção e concentração de poder e riqueza, e não pela democratização de lucros, como valorizam os mecanismos solidários dos empreendimentos.

Ainda assim, a Economia Solidária não pode subsistir alienada da dinâmica capitalista, em âmbito pleno. Deve buscar as intersecções necessárias ao âmbito comercial, a fim de materializar as estratégias solidárias, no sentido em sejam viabilizados nichos de mercado, e conquanto não se intensifique a concorrência entre os participantes (GIRARD-NUNES, 2004a, p. 202). O aspecto financeiro é essencial para desenvolver as vertentes organizacional, técnica e social Intra, Inter e Supra organizações inseridas na Economia Solidária. Como afirma Santos, deve-se tentar evitar qualquer forma de “Fundamentalismo Alternativo, (até porque) as alternativas com que contamos têm relações diretas ou indiretas com os mercados locais, nacionais e até mesmo internacionais” (SANTOS, 2002, p.30).

O desenvolvimento alternativo próprio da Economia Solidária enfatiza a necessidade de se “tratar a economia como parte integrante e dependente da sociedade” (SANTOS, 2002, p. 46), conquanto se subordinem os fins econômicos à proteção dos bens e valores intrínsecos às práticas solidárias de produção e relação trabalhista. A finalidade econômica deve ser consequência direta de uma “integração social (caracterizada como viabilidade social e econômica) que amplia a democracia” (SANTOS, 2002, p. 14). Somente assim, as cooperativas, associações e outros mecanismos de Economia Solidária serão componentes estratégicos e inclusivos de mudança, em um contexto de “busca de identidade coletiva a partir de suas próprias necessidades e capacidades (da comunidade), gerando laços comunitários” (GIRARD-NUNES, 2004a, p. 204).

A concentração no âmbito local não pode ser sinônimo de falta de integração, ou seja, onde “o isolamento garanta o caráter alternativo das iniciativas econômicas” (SANTOS, 2002, p.51). Para que os EEs alcancem a massa, não podem estar separados dos segmentos mais abastados de consumo, posto que estes podem ser trabalhados como canais de mercado que auxiliem no fortalecimento estrutural da Economia Solidária. Em suma, os princípios contra-hegemônicos originais da Economia Solidária devem coadunar-se com a evolução das

possibilidades de articulação inter setorial, com atores governamentais e empresariais, a fim de alcançar o preposto maior da quarta tese de Santos: a escala (SANTOS, 2002, p. 55).

Os pontos analisados neste tópico não contemplam plenamente o corpo de análise sobre a Economia Solidária. No entanto, perfazem um conjunto premente e essencial de princípios e elementos, a fim de que se possam buscar estratégias para se atender às nove teses sobre as alternativas de produção de Santos (2002).

As perspectivas de Santos e Girard-Nunes encontram respaldo em Singer (apud FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004), pelo argumento basilar de que o Capitalismo é diferente da Economia Solidária, pois o Capitalismo está fundado em premissas liberais; isto é, no mercado auto-regulado. Porém, é inegável que, seguindo o padrão sugerido pelos autores, a Economia Solidária precisa desenvolver mecanismos mercantis para sobreviver. A questão é: desenvolver mecanismos, formas e instrumentos mercantis, mas a partir da pragmatização dos princípios do campo estudado.

## **2.2) Capital Social**

### **2.2.1) Confiança, Laços Sociais e Engajamento Cívico**

A amplitude de significado do termo Capital, como conceito que transcenda o marco financeiro econômico, é irrefutável e está expressa em quaisquer dicionários de língua-portuguesa. Tomando exemplos de épocas distintas, observa-se, basicamente, o mesmo conteúdo atribuído à palavra Capital. Ferreira (1994, p. 126) define o termo em questão como “relativo à cabeça, de grande importância; essencial; fundamental; primário; notável; maiúsculo”. Contudo, análises mais profundas mostram que há divergências e ramificações do conceito inerentes às áreas distintas do âmbito acadêmico e científico, tanto pela perspectiva econômico-financeira, a mais conhecida, quanto pelo aspecto social.

A união dos termos Capital e Social predispõe a valorização daquilo que é próprio do universo social, haja vista os significados inerentes à palavra capital, expostos na introdução. Os autores citados a seguir: Putnam, Fontes e Fukuyama acentuam a importância de se analisar o Capital Social como conceito e fenômeno essencial a ser promovido em uma sociedade que se pretenda mais equânime e cidadã. Para ambos os autores, o nível de Capital Social é o primeiro indicador qualitativo de uma comunidade. Neste sentido, suas bases argumentativas são semelhantes e complementares.

Fontes (2001, p. 25) parte da premissa, na qual o conceito em estudo faz a ligação entre o capital humano, que é toda espécie de informação adquirida, e o capital intelectual, caracterizado pela forma como as habilidades físicas, e principalmente a informação, são utilizadas para gerar conhecimento e saber. O Capital Social maximiza a utilização das capacidades intelectuais e criativas, porque compreende as “relações familiares, comunitárias, escolares, emotivas e culturais” (FONTES, 2001, p. 26) adquiridas pelos indivíduos durante a vida, e especialmente durante a infância. Para ele, o alto nível de informação de alguém não significa que o seu comportamento será produtivo, em sentido humano ou profissional, pois a produção efetiva de conhecimento depende das possibilidades individuais que são produzidas pelos laços sociais.

Nota-se a urgência expressa pelo autor, no que concerne ao incremento dos laços sociais desde a infância. Duas pesquisas citadas (FONTES, 2001, p. 26), Evasão e Insucesso Escolar em Jovens e Desenvolvimento Humano em Crianças, confirmam a estreita relação entre participação familiar e êxito escolar. Na primeira, a criança possuidora de apenas um irmão, pai e mãe e, especialmente, com expectativa universitária, ou seja, pais os quais desejem ter os filhos cursando o Ensino Superior, tem 22.5% a mais de chance de concluir seus estudos que outras com pai ou mãe, quatro irmãos e sem expectativa universitária. Na segunda, um estudo com 667 crianças (de baixa renda) entre dois e cinco anos de idade, também demonstrou que as crianças que obtiveram os melhores resultados em testes de desenvolvimento humano e comportamento foram aqueles que receberam apoio social.

Tal apoio estava fundamentado em cinco variáveis (FONTES, 2001, p. 27): 1) dois ou mais parentes diretos vivendo na mesma casa; 2) apoio social à mãe; 3) máximo de duas crianças na família; 4) suporte comunitário ou de bairro; e 5) visitas regulares à igreja ou a outra instituição comunitária. Os resultados mostram que a posse de apenas uma das variáveis já dava 29% a mais de possibilidades de sucesso nos testes da pesquisa, e para aqueles com duas variáveis ou mais, as chances aumentavam em 66 %.

Em suma, Fontes condiciona a formação de Capital Social ao vínculo direto com investimentos para a promoção de laços afetivos e culturais entre família e comunidade. Nesta perspectiva, CS representa o modo como a informação será apreendida, transformando-se em conhecimento, e como este será utilizado, isto é, como a sua aplicação pode tornar-se tangível e efetiva.

Para Fukuyama (1995, p. 23), CS é sinônimo de cooperação, e esta, por sua vez, é consequência de confiança. Confiança é a condição fundamental para que bons comportamentos sejam compartilhados. No entanto, ressalte-se o fato onde a caracterização positiva de comportamentos só ocorre quando parte de determinados princípios. Para ele, a produção de Capital Social inclui virtudes como a reciprocidade e, principalmente, a honestidade. Ou seja, não é somente porque determinada atitude torna-se comum dentro de um grupo ou uma comunidade que haverá acréscimo de CS. Além disso, o comportamento não pode ser coercitivo.

O autor é contundente quando evidencia a atitude de certos grupos que, apesar de intrínseca aos membros, nada tem a ver com valores cooperativos. O exemplo da máfia siciliana é claro e mostra a diferença entre a conduta coletiva, produtiva e a destrutiva. Neste caso, há um código interno de atividades, interiorizado, mas a finalidade é “tirar vantagem” (FUKUYAMA, 1995, p. 22). As normas e comportamentos “não promovem cooperação social” (FUKUYAMA, 1995, p. 23), dentro do grupo, mas medo, obediência e corrupção. Organizações criminais, em geral, estão neste caso, como quadrilhas e gangues.

Putnam (1995, p. 71) pauta a relevância do engajamento cívico para a ampliação de atitudes cooperativas entre os cidadãos e, conseqüentemente, para o desenvolvimento de CS e do processo democrático, como um todo. Numa perspectiva inicial, entenda-se engajamento cívico como qualquer mobilização coletiva em prol de uma causa pública. Todavia, o modo de engajamento ideal, proposto pelo autor, vai muito além da simples filiação a determinado grupo ou associação, pois deve representar a medida da vontade e do empenho em contribuir para a promoção do bem comum. E mesmo que não seja completo, o engajamento ainda “influencia o comportamento e a perspectiva de vida de quem está por perto” (PUTNAM, 1995, p. 08).

A falta de participação cívica efetiva, para ele, é um dos grandes males da sociedade, já que se relaciona diretamente com o papel do cidadão em prol de causas coletivas. É um indicador deficitário de Capital Social, pois contribui para muitas mazelas sociais, econômicas e políticas e influencia demasiadamente a qualidade da vida pública e das instituições sociais.

Em síntese, Putnam define Capital Social como “normas e redes de engajamento cívico que facilitam a colaboração, a cooperação e o benefício mútuo” (PUTNAM, 1995, p. 75).



Tais redes, por natureza, ainda “facilitam a coordenação e a comunicação e permitem a resolução de dilemas de ação coletiva” (PUTNAM, 1995, p. 09). O fomento de Capital Social, dentro da concepção de Putnam, amplia a autonomia do conjunto, pois eleva o seu poder de organização e representatividade.

Fukuyama (1995, p. 15) aponta em Putnam a falta de uma abordagem qualitativa, na perspectiva em que “uma adequada medida de capital social precisa abranger a natureza da ação coletiva de que um grupo é capaz. Suas exteriorizações positivas e negativas”. Para Fukuyama, indicadores de participação social em grupos e associações e sobre como as pessoas passam seu tempo disponível, caracterizam somente o veio estatístico e quantitativo.

No entanto, em contrário à assertiva de Fukuyama, também observa-se em Putnam argumentos inerentes ao âmbito qualitativo. Ele discute a diminuição da participação eleitoral e em assuntos municipais ou escolares, como índices de alienação para o não engajamento político e descompromisso cidadão, indo além da simples participação em grupos ou aproveitamento de tempo livre. Inclusive, o autor enfatiza a necessidade de descobrir novas maneiras de investir em Capital Social e simplifica a extrema relevância dos laços sociais e comunitários, para minimizar os riscos de “doenças mentais, físicas e mortalidade, independentemente do status sócio-econômico” (PUTNAM, 1995, p. 77).

Um aspecto comum e central à argumentação de Fontes e Fukuyama é a importância dada à confiança. Para o primeiro, a confiança é o Capital Social mais valorizado e, por isso, imprescindível para diminuir o custo das mudanças sociais pretendidas. Para o segundo, como dito anteriormente, é condição irrefutável de cooperação, reciprocidade e adesão. Em suma, sem confiança não há integração ou acréscimo legítimo de qualidade nas relações interpessoais.

O pensamento dos três autores encontra um ponto principal de convergência, referente à premência de se voltar atenção e investimentos ao setor comunitário e local, por meio do fomento de relações interpessoais entre os membros. Ou seja, “é melhor fortalecer laços sociais já existentes, que tentar substituí-los” (FONTES, 2001, p. 25), pois laços e confiança social são ingredientes precípuos para o engajamento cívico duradouro e a mobilização coletiva eficiente.

### 2.2.2) A Vertente Política

Os três autores citados abordam linhas que se completam, mas não aprofundam o caráter político do Capital Social no campo da Economia Solidária. A reflexão do CS, neste contexto, remete à postura política, “a favor da conscientização, que significa o começo da busca de uma posição de luta” (FREIRE, 1983b, p. 19); e do Capital Social como ingrediente que fomenta políticas públicas e o fortalecimento de empreendimentos e organizações solidárias. Em âmbito pleno, o CS deve ser “componente de uma democracia forte que permita dotar a sociedade de formas de participação cidadã e contribuir para consolidar a coesão social”, (BUCOLLO e LAVILLE, 2006, p.1), a inserção profissional e a reivindicação militante (BUCOLLO e LAVILLE, 2006, p. 6).

No âmbito da Economia Solidária, o Capital Social aplica-se diretamente para reconstituir o sentido do trabalho aos atores nela inseridos. Seja dentro, seja entre os empreendimentos e organizações. Esta reconstituição das formas e relações produtivas se dá especialmente pela re inserção laboral do trabalhador desempregado ou empregado em condições precárias, em uma dinâmica antagônica ao campo privado tradicional. Em nível macro, o Capital Social torna-se um importante ingrediente, para a cristalização da Economia Solidária, “como uma nova forma política, (que) pode restabelecer a idéia de justiça social (...) e um novo pacto democrático da integração que permita a mobilidade social”. (GIRARD-NUNES, 2006, p. 7).

Esta integração aparece como termo similar à sinergia, analisada por Taulie e Rodrigues (2004) e Girard-Nunes (2006). Tanto a integração quanto a sinergia são objetivos a serem conquistados paulatinamente, em diferentes níveis dos empreendimentos e organizações. Em caminho contrário, são também condições para o fortalecimento da Economia Solidária. Isto é, quanto maior a integração e a sinergia construída, intra, inter e supra, empreendimentos e organizações, maior a base para o crescimento humano e profissional, dos trabalhadores, e institucional, dos empreendimentos e organizações.

A integração e a sinergia vão além do patamar comunicacional expresso em Gohn (1997), sobre Habermas, em que a ação comunicativa, pelo autor, caracterize-se pelo seu caráter emancipatório, dialético e racional. Este nível parece não ser suficiente para o fomento estrutural de Capital Social, na Economia Solidária. A possibilidade da mobilidade social, como fruto deste tipo de Economia (GIRARD-NUNES, 2006, p. 3) deve ser

conquistada. É uma possibilidade que remete ao paradigma delineado por Melucci, no qual ação coletiva:

É um conjunto de práticas sociais que envolvem simultaneamente certo número de indivíduos ou grupos que apresentam características morfológicas similares em contigüidade de tempo e espaço, implicando um campo de relacionamentos sociais e a capacidade das pessoas de incluir o sentido do que estão fazendo (1984 apud GOHN. 1997, p. 155).

Segundo Bourdon, a visão de Coleman mostra que o caráter da ação coletiva, ou seja, de mobilização, remete à perspectiva de que o CS “é função de uma estrutura de rede, (...) gerado pelos membros de uma rede e não pelo próprio indivíduo” (BOURDON, apud GIRARD-NUNES, 2006, p. 4). O “indivíduo que se engaja em uma experiência de economia Solidária participa diretamente da criação de capital social” (BUCOLO e LAVILLE, 2006, p. 4). Porém, o indivíduo participa como um elemento da coletividade, a partir dos princípios do Movimento de ES, e dentro de uma dinâmica em que a geração do Capital Social depende não se limita à racionalidade comunicativa de Habermas. É um processo que pede a composição de outras interfaces de interação.

Assim, sugere-se a atenção a, pelo menos, outras três vertentes conceituais para que o Capital Social seja constituído de maneira pragmática, pela coletividade intrínseca aos EEs:

O patamar **comportamental** sugere que os integrantes do movimento sejam capazes de transpor, para suas próprias vidas, a idéia e o comportamento intrínsecos à causa defendida. Ir além da defesa de uma idéia e chegar ao cumprimento da mesma. De que adianta promover causas relativas aos ideais de Economia Solidária e não agir pelas mesmas? Seja para os trabalhadores participantes dos empreendimentos, os participantes das redes e fóruns e os representantes de Governo envolvidos, o velho ditame popular “faça o que eu digo, não faça o que eu faço” não se aplica.

A vertente **estratégica** seria representada pelo êxito funcional do movimento, em médio e longo prazos. Aqui, sugere-se o termo estratégia como a capacidade dos integrantes da Economia Solidária, sejam trabalhadores dos empreendimentos, acadêmicos ou representantes de Governo, em tornar factíveis as necessidades e demandas locais, alicerçadas em bases financeiras e ecológicas, sustentáveis.

A base **afetiva** reflete a qualidade das relações e laços interpessoais compartilhados entre os integrantes do processo. Refere-se especialmente às abordagens de Fontes e

Fukuyama, já referidas. Se não houver respeito mútuo, isto é, se não houver apreço, confiança e atenção recíproca entre os membros, haverá problemas de consecução dos objetivos relativos aos empreendimentos, organizações e a todo o movimento.

Ressalte-se que, “nas empresas sociais, (...) o contributo em termos de capital social individual é posto ao serviço das redes relacionais para a constituição de um capital social coletivo”. (GIRARD-NUNES, 2006, p. 7) E os indicadores de CS podem representar medidas e sugerir caminhos de fortalecimento, das organizações e empreendimentos solidários. O objetivo maior é potencializar a integração Intra, Inter e Supra organizacionais, e ir de encontro ao sonho de Marx, citado em Lautier e reproduzido em Girard-Nunes que é “recuperar o elo entre atividade, produto e produtor” (LAUTIER apud GIRARD-NUNES, 2006, p. 13).

### 2.2.3) Utilitarismo ou Solidariedade?

Bévort e Bucolo (2005) fazem uma visita profunda à conceituação de Capital Social, refletindo sobre vertentes diversas ao termo e fazendo relações deste com a Economia Solidária. De forma geral, apresentam duas vertentes: focadas em Coleman, Putnam e Bourdieu, de um lado, e Granovetter e outros estudiosos da Economia Solidária, de outro. Ambos os grupos apresentam um ponto comum, em que o Capital Social pode ser elemento central de redes e grupos, onde a reciprocidade de sentidos, valores e relações seja força motriz para o reconhecimento mútuo e para construção e o ganho coletivo.

Contudo, as perspectivas de Coleman, Putnam e Bordieu representam uma vertente onde o coletivo se caracteriza por um sentido mais utilitarista e corporativista, ou seja, onde o Capital Social é direcionado a objetivos e benefícios de determinados grupos, sem a observação da diversidade como critério. Bourdieu (1980, apud BÉVORT e BUCOLO, 2005) observa que as redes de ligação representam um produto conscientemente ou inconscientemente orientado em direção da instituição onde as relações são utilizadas. Coleman observa que Capital Social são os recursos dos indivíduos que facilitam a ação no ambiente em que está situado. Neste sentido, como afirmam Bévort e Bucolo (2005), o Capital Social redobra os efeitos da dominação dos capitais econômico e cultural e fica limitado ao status do grupo. O Capital Social, nesta linha, restringe a reciprocidade a um grupo determinado e, portanto, os objetivos e frutos coletivos deste grupo dificilmente serão externados.

A diversidade, em contexto crítico à perspectiva de Bourdieu, representa a negação da solidariedade fora do âmbito corporativista. Isto é, onde o CS gerado e utilizado por um determinado grupo, não produz benefícios para fora do grupo. Pensar a diversidade, neste aspecto, significa considerar o ambiente externo ao grupo como contexto interativo, vinculado e participante da vida próprio grupo. Independentemente do quão diferente ou específico seja este ambiente.

Granovetter (1974, apud BÉVORT e BUCOLO, 2005) mostra que não basta ao grupo a rede e a liberdade de atuação coletiva. O autor atesta a necessidade de que o CS tenha o sentido essencial da solidariedade. Não basta trabalhar junto por um objetivo, com obrigações, demandas e funções em comum, é preciso que os produtos e benesses, frutos dos grupos e redes, estejam vinculados às necessidades e demandas sociais, econômicas, culturais e ambientais das comunidades locais e de toda a sociedade. Aqui, a diversidade encontra respaldo em uma postura e ação coletiva que une diferentes experiências e expectativas. A diversidade é positiva, neste aspecto; é a liga para o fortalecimento do Capital Social e, conseqüentemente para as transformações de longo prazo.

É a partir de Granovetter que Bévort e Bucolo (2005) observam três principais dimensões em que o Capital Social estreita suas ligações com a Economia Solidária: 1) como modalidade da relação das partes da ação cooperativa; 2) nas normas dos valores mobilizados; e 3) nos efeitos produzidos no seio do grupo e no ambiente próximo, ou seja, na comunidade em que localiza o empreendimento. As bases são de igualdade e solidariedade, plenas.

Em suma, sugere-se que o Capital Social previsto em Coleman, Putnam e Bourdieu, funcione com grupos originariamente mais fortes, isto é, que possuam alicerces fundados em objetivos utilitaristas e no status econômico e cultural dos membros, como instituições financeiras tradicionais. Já o Capital Social, na perspectiva de Granovetter e de estudiosos da Economia Solidária, como Girard-Nunes (2004a, 2004b e 2006), Bucolo e Laville (2006), funciona com grupos mais fracos economicamente, onde a diversidade é requisito para a caracterização coletiva e recurso para o fortalecimento das relações produtivas e humanas.

“O capital social tem que permitir um endividamento positivo com os parceiros” (GIRARD-NUNES, 2006, p.7). Este Endividamento Positivo remete ao conceito de democratização interna das organizações solidárias, pois “significa que todos têm

consciência de dar e receber algo, e retribuem de forma a permitir a dinâmica da dádiva” (GIRARD-NUNES, 2004a, p. 197), sem coação ou imposição. As dívidas não são pagas financeiramente, mas com o respeito mútuo e o fortalecimento dos laços sociais e afetivos. Neste contexto, investir em Capital Social significa investir no Endividamento Positivo. O Endividamento Positivo reforça a premência de que se leve em conta o fato de que seja necessário um “resgate de sentidos” (GIRARD-NUNES, 2004a, p. 205) e depois uma operacionalização programática em redes e com os setores integrantes, para que a Economia Solidária alcance padrões mais desenvolvidos.

Este pode ser um dos caminhos para fortalecer a ES e promover, de modo permanente, comportamentos, atitudes e valores, inerentes ao movimento popular estudado. Ambos fortalecem os Elos Horizontais dispostos em Girard-Nunes (2004a) posto que a natureza destes investimentos se refere ao desenvolvimento humano pelo incremento do viés interpessoal, quer dizer, originado a partir da promoção dos vínculos afetivos e, potencialmente, socializáveis dos indivíduos. Tal qual os alicerces que fornecem durabilidade a casa, ambos os conceitos representam o chão onde se fundem as bases da alteração significativa de atuação em sociedade.

### **2.3) Economia Solidária e 3º Setor**

Em essência, o Terceiro Setor é assim chamado porque difere do primeiro setor, o Estado, e do segundo, o Setor Empresarial. Do Estado, porque tem a função de zelar pelo bem-estar coletivo, mas despido do peso burocrático que atravanca os serviços públicos. É público, mas não governamental. E do Mercado, porque apesar de autônomo, não possui a mesma capacidade de gestão do meio particular, como também não objetiva o lucro individual. É privado, mas sem fins lucrativos. Em suma, ainda engatinha quando o assunto refere-se à própria sustentabilidade, pois representa profissionalmente uma instância ainda incipiente, já que legalizada, em âmbito nacional, somente no ano de 1999, pela lei nº 9790.

Não se tenha, na Terceira Esfera, a expectativa ou o compromisso de que haja a substituição das funções governamentais. Afinal, “assumir a importância do Estado nesses termos ultrapassa a sua identificação” (GRAU e PEREIRA, 1999, p. 21). O Terceiro Setor deve atuar com fins de incrementar o leque de alternativas estatais e contribuir, indiretamente, para o fortalecimento de políticas públicas e sociais, a fim de ampliar e qualificar o *Welfare State* brasileiro. Por outro lado, para que a Terceira Esfera possa atuar

como “catalisadora e promotora do espaço público, por meio do emponderamento dos setores mais vulneráveis, deve resistir à mercantilização” (GRAU e PEREIRA, 1999, p. 41), essência do meio privado. Em paráfrase à Morales (1999, p. 55), o Terceiro Setor atua para maximizar o cumprimento dos direitos sociais, previstos nas Constituições, por meio da ampliação do acesso a bens básicos estruturais.

Como afirmam Pereira e Grau, “cresce a importância de uma forma, nem privada nem estatal, de executar serviços sociais garantidos pelo Estado (...) nas áreas de educação, saúde e cultura” (GRAU e PEREIRA, 1999, p. 16). O leque de ação e as possibilidades de impacto dos produtos e serviços proporcionados pelo Terceiro Setor são amplos. A ação articulada e planejada entre as OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público), o poder governamental e as entidades empresariais, projeta o Terceiro Setor para além do protecionismo do Estado e da auto-regulação capitalista, pois canaliza todo o seu esforço para a promoção do bem-estar da sociedade pelo ganho de capital social, o que, indubitavelmente, representa um enorme avanço para a ação organizada de uma estrutura civil, popular e funcional.

Neste sentido, a Economia Solidária não representa exatamente um campo sinônimo ao do Terceiro Setor. A principal diferença está no aspecto econômico, visto que os empreendimentos solidários necessitam, originalmente, atuar no mercado comercial, para garantir sua legitimidade e auto-suficiência financeira. No caso das ONGs, OSCIPs e outras organizações de Terceiro Setor, a atuação por mecanismos populares e solidários não é uma condição de existência; é uma alternativa, dentro de um leque de possibilidades fundada na assistência direta ou atuação por uma causa social ou ambiental específica. Mesmo considerando o fato de que a Economia Solidária esteja fundada em novas relações de trabalho e distribuição de riquezas, absolutamente diversas dos padrões tradicionais de mercado, não há como prescindir ao mercado capitalista. Ao contrário, a dinamização da ES precisa ampliar seus pólos de atuação dentro do cenário empresarial.

Buscar a conquista, a fidelização e a expansão de canais de venda e distribuição se faz essencial à ES, assim como se faz o capital de giro e o lucro, necessários à subsistência e crescimento dos EES. No Terceiro Setor, a comercialização pode ser, no máximo, um apoio, haja vista o princípio da não-lucratividade previsto em Lei. O recurso financeiro advindo da venda na ES pode e deve servir para as despesas administrativas, pagamento de todo o pessoal do EE nas atividades produtivas - de forma cotizada e por produção - e re

investimento no próprio grupo. No Terceiro Setor, a produção de artesanato, por exemplo, precisa estar vinculada a um contexto programático de capacitação de um determinado segmento, visando à comercialização para custeio e realimentação dos programas que fomentam a capacitação dos agentes produtores.

Por outro lado, os princípios de mobilização social, para o desenvolvimento de empreendimentos de Economia Solidária e de Terceiro Setor, são similares, pois partem do compromisso para com a evolução das bases democráticas e da dignidade humana de toda a sociedade, e a busca pela convivência social<sup>3</sup> harmoniosa e pacífica. Contudo, o Terceiro Setor pode servir como apoio para a realização de algumas “alternativas de finança solidária (ou seja), como apoio institucional” (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004, p. 159). Ainda segundo os autores:

A sociedade é o campo privilegiado de emergência de práticas de combate à pobreza. Neste universo, que o termo terceiro setor pretende exatamente refletir, convivem formas das mais variadas ações (...). Porém, neste universo tão heterogêneo de práticas, algumas demonstram a especificidade de articular a solidariedade com elaboração de atividades econômicas. São estas que consideramos como projeto de economia solidária (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004, p. 161).

Outro ponto substancial a ser considerado como diferença na analogia entre Economia Solidária e Terceiro Setor é a relação das práticas e organizações, inerentes a ambos, com o Estado. O apoio do Estado para legitimar ambas é fator de peso. Contudo, a Terceira Esfera atua intensamente para complementar as lacunas não atendidas pelo Estado, com a designação e o aporte financeiro, diretos, deste, para a consecução de serviços de assistência, prevenção e promoção de oportunidades instrumentais, que ampliem o potencial de inserção no mercado formal de trabalho. Já os EEs são veículos de materialização de atividades financeiras, que muitas vezes são originadas no mercado informal. Desta feita, o aporte governamental não se dá por recursos diretos, na mesma medida que pelo suporte à “instrumentalização das experiências populares” (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004, p. 163). Como políticas específicas, destacam-se a Lei nº 9790, do Terceiro Setor, e a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), ligada ao Ministério do Trabalho e Emprego - MTE.

Apesar das diferenças entre Economia Solidária e Terceiro Setor, os campos de atuação de ambos abarcam elementos similares. Talvez, as barreiras a serem superadas para a consolidação escalar dos conceitos citados, como práticas, sugiram a principal interface a ser



estudada. Neste ponto, faz-se uma associação dos desafios pautados por Salamon e Tenório, a serem vencidos para a consolidação do Terceiro Setor, e os desafios a serem ultrapassados para o fortalecimento dos empreendimentos solidários, como prática extensiva no território brasileiro:

- “O desafio da legitimidade concerne à dificuldade de reconhecimento, pela sociedade, desta esfera, haja vista o baixo nível da informação disponível a seu respeito” (SALAMON, 2000, p. 102). Ou seja, é preciso deixar “a clandestinidade para atuar de forma mais transparente, divulgando ao público, o que são as ONGs, por que lutam e o que propõem” (TENÓRIO, 2000, p. 14). Os EEs também precisam dessa legitimação, tanto como movimento que ampara “o enorme excedente de mão-de-obra, (quanto) movimento composto por um importante conjunto de militantes (...) engajados na construção de alternativas de organização social e laboral no Brasil” (POCHMANN, 2004, p. 23 e 24).

- O desafio da eficiência, extensão do primeiro, se refere à necessidade de mostrar capacidade e competência, por meio “da flexibilidade, criatividade e sensibilidade às sugestões e preocupações populares” (SALAMON, 2000, p. 105). Pelo lado da Economia Solidária, este tópico se refere ao momento atual, caracterizado por França Filho e Laville como “em pleno processo de estruturação” (2004, p. 150). Isto é, a ES não representa um universo incipiente, ainda que tenha se multiplicado no país nos anos 90, com os efeitos negativos da globalização pregada pelo Consenso de Washington (TAULIE e RODRIGUES, 2004, p. 35). Porém, na prática, a Economia Solidária ainda subsiste como alternativa que muito pode evoluir a partir dos recentes estudos pormenorizados, citados em Gaiger (apud FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004, p. 09), que buscaram assinalar as especificidades de vários estados, que facilitam ou dificultam a expansão dos empreendimentos solidários. Um dos pontos ressaltados pelo autor e pesquisadores é a situação informal de boa parte dos empreendimentos.

- O desafio da sustentabilidade talvez sintetize todos os outros, pois se refere à capacidade de autogestão das entidades. No que tange ao tange ao Terceiro Setor, as organizações centradas em receitas advindas apenas de doações estão fadadas ao fracasso. Nas nações em desenvolvimento, grande parcela sobrevive de doações particulares e de contribuições do Estado. Em nações de ponta, ao contrário, “as doações caritativas estão longe de representar a fonte principal de apoio. A principal fonte de renda são as taxas e os encargos sobre serviços, que representam 47%. O governo é a segunda, com 43% e as contribuições particulares somam apenas 10% deste montante” (SALAMON, 2000, p. 95).

No caso dos empreendimentos solidários, o desafio da Eficiência, já citado, reporta à medida de auto-gestão das entidades. Quanto maior a capacidade de gestão, maiores as chances de sustentabilidade financeira do empreendimento.

- O desafio da colaboração (SALAMON, 2000, p. 107) trata da premente necessidade de estreitamento progressivo dos laços do Terceiro Setor com o Estado e a classe empresarial. Nesse contexto, a lei 9790, já referida, em muito contribuiu para o acréscimo quantitativo e qualitativo destas relações, porque enquadra as entidades privadas sem fins lucrativos a princípios legais e padronizados de conduta, imprescindíveis ao controle eficaz desta instância, pela própria sociedade. A colaboração, no universo da Economia Solidária, é um ingrediente obrigatório nas pesquisas de todos os autores citados neste projeto. O entendimento e o hábito da colaboração, neste aspecto, tornam-se basilares em âmbitos intra, inter e supra empreendimento. Isto é, nos processos internos do empreendimento; entre os mesmos e em rede, na relação com os parceiros de rede, comerciais e comunitários.

#### **2.4) Economia Solidária no DF**

O cenário da Economia Solidária no DF origina-se, antes de tudo, em uma premissa geográfica: “quanto mais se distancia do centro (Plano Piloto), mais as cidades-satélites acusam uma precariedade crescente de serviços coletivos, da mesma maneira que a população é afastada dos empregos” (GIRARD-NUNES, 2004b, p. 229). O Plano Piloto era tido, já na planta do projeto realizado por Lúcio Costa, como a região motriz da nova capital da República. As cidades-satélites foram surgindo com o intuito de abrigar imigrantes advindos de outras localidades, na esperança de encontrar novas oportunidades de trabalho e maior acesso a bens e serviços. Enfim, um melhor padrão de vida.

Paulatinamente, o movimento de imigração para a nova capital foi intensificado. Sem recursos para a fixação no Plano Piloto, onde a maioria das moradias era reservada a funcionários públicos, militares e outros profissionais trazidos para compor o Governo Federal, a massa majoritária de imigrantes instalou-se e ampliou família em Ceilândia e outras cidades, como Taguatinga e Núcleo Bandeirante, antiga Candangolândia. Pouco a pouco, outras cidades-satélites, hoje conhecidas regiões administrativas, foram sendo criadas, sem o acompanhamento satisfatório de infra-estrutura básica de bens e serviços. Este alijamento social e econômico, no Distrito Federal, fez com que os mais pobres fossem, segundo Girard-Nunes, “condenados a uma não integração na ordem social oficial, devido à

alta taxa de desemprego, que ajudou a fomentar a inserção destes em situações de precariedade violência” (GIRARD-NUNES, 2004b, p. 231).

Neste contexto, a ES aparece como uma alternativa de re inserção produtiva das populações mais carentes do DF, apesar de ainda faltar uma longa jornada à sua consolidação estruturada. O Atlas da Economia Solidária no Brasil (SENAES/MTE, 2006) fornece dados significantes sobre o assunto. O DF possui a maior concentração de EEs mapeados do Centro Oeste, com 341 EEs. Considerando-se toda a região, o Distrito Federal tem também o maior número de EEs caracterizados como grupos informais, ou seja, sem personalidade jurídica, e a maior quantidade de EEs que iniciaram atividades a partir de 2005. Além disso, no Centro Oeste, 33% dos EEs obtiveram recursos para pagamento apenas das despesas básicas, como aluguel, luz e água. Outros 20% são ainda deficitários, isto é, não conseguem pagar estas despesas. 53% dos EEs nasceram com a motivação de tornarem-se fonte complementar de renda, mas cerca de 70% dos trabalhadores inseridos conseguem remuneração de apenas até um salário mínimo.

O DF está no segundo patamar, numérico, dos cinco descritos no Atlas, quanto ao número de EEs caracterizados como Associações; e no terceiro, quanto às cooperativas. Além disso, o DF está no terceiro nível em termos de distribuição de empreendimentos articulados em rede. Em termos de compromisso e engajamento social dos empreendimentos, tem-se o DF no segundo lugar, de cinco, no quesito de participação em redes, fóruns, movimentos sociais, e envolvimento em ação social e comunitária.

As demandas são várias e representam desafios inéditos para a maioria dos EEs brasilienses, como a conquista de canais de distribuição de produtos, a legalização jurídica para facilitar a celebração de parcerias e contratos comerciais e a urgência de melhor formação para a produção e a gestão organizacional. Estas barreiras desembocam no maior objetivo dos EEs: a obtenção de renda fixa e regular para os trabalhadores, que amplie o acesso a bens básicos de alimentação, saúde, educação e lazer.

É importante salientar que, além do Atlas (SENAES/MTE, 2006) e de um levantamento anterior realizado por Girard-Nunes (2004b), não há outros levantamentos quantitativos que sobre a ES no DF.

## 2.5) Os Mercados de Atuação da Economia Solidária

Mercado, pelo Aurélio, nada mais é que “permutação ou troca de produtos e /ou valores” (FERREIRA, 2004, p. 335). E, de fato, o significado parece um tanto pobre, se considerada a variedade de usos e denominações adquiridas pelo termo nos últimos tempos, em especial nesta era globalizada. Porém, o problema não é o mercado, como conceito, mas algumas relações dentro dele. É o tipo de relação que qualifica o mercado. Ou seja, o termo, em si, é linear, mas há dinâmicas diferentes que perfazem mercados distintos. Para Fontes, há três tipos de mercado que, apesar de diversos, não existem sem a influência dos outros. Para esta análise, são focados dois deles: o Comercial e o Social (FONTES, 2001).

Como coloca Fontes, a dinâmica do mercado comercial é mais facilmente percebida porque é intrínseca ao dia-a-dia das pessoas. Desde a infância, de uma forma ou outra, faz-se necessário aprender a lidar com dinheiro e, aos poucos, esta prática torna-se comum. A noção de troca, neste caso, é material, e facilita a incorporação do hábito. Veja o quadro a seguir:

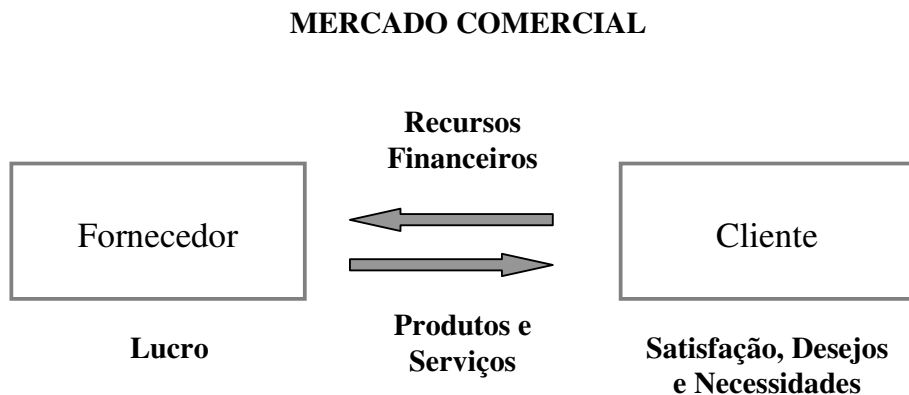


Figura 1: Mercado Comercial (FONTES, 2001, p. 24)

Claramente, este é um mercado onde atuam os EEs. Como expresso na quarta tese de Santos (2002, p. 64), sobre alternativas de produção, o fortalecimento estrutural da Economia Solidária deve ser voraz, em termos de escala. No entanto, está claro que as estratégias capitalistas de produção e consumo não atendem, por si só, o corpo de possibilidades e necessidades do âmbito solidário. São necessários valores humanos e sociais integrados às relações de trabalho, ao processo produtivo e ao vínculo dos empreendimentos com suas demandas sociais, assim como com outros atores intra e inter setoriais. Então, certamente o Mercado Comercial não contempla as dinâmicas e pressupostos dos mecanismos solidários.

Faz-se, pois, necessário atentar para um outro tipo de mercado, citado por Fontes, que abarque não a produção material da Economia Solidária, mas as relações sociais e afetivas.

O Mercado Social é essencialmente diferente dos outros dois. “Nesse caso, a relação de troca é obtida por meio de custos e benefícios sociais” (FONTES, 2001, p. 24), pois representa a adoção de comportamentos, atitudes e valores, que beneficiam tanto o indivíduo, quanto a sociedade. O lucro e o produto são socializados, mas não são fáceis de serem obtidos, já que representam ganhos e custos de valor intangível. “Os benefícios relacionados ao prazer e às necessidades básicas, no caso dos mercados comercial e assistencialista, são mais tangíveis em curto prazo do que os relacionados à melhoria de qualidade de vida” (FONTES, 2001, p. 31). Vejam-se alguns exemplos de troca, por meio da dinâmica social:

- O hábito de não fumar em favor da satisfação que o vício proporciona.
- O ato de doar sangue em detrimento do medo de contrair doenças ou devido a preceitos morais e religiosos, contrários à mudança de atitude.
- A prática do sexo seguro (com camisinha) em troca do prazer da relação sem preservativo.

“De um lado tem um agente de mudança, que pode ser um indivíduo, uma agência governamental, empresa ou uma organização da sociedade civil, e do outro encontra-se o indivíduo que adotará os produtos sociais ofertados” (FONTES, 2001, p. 32). Na Economia Solidária, o principal produto social é a prática do trabalho solidário, que perpassa os âmbitos Intra, Inter e Supra organizacionais e setoriais. O comportamento inverso, neste caso, é o trabalho verticalizado e centrado em premissas fordistas, onde “o processo de trabalho está divorciado do conhecimento e de preparo especial, reduzido a simples trabalho” (SANTANA e RAMALHO, 2004, p. 20), assim como no pressuposto de empregabilidade inerente ao Toyotismo (SANTANA e RAMALHO, 2004, p. 26).

Adaptado aos três ambientes estudados, o Mercado Social sofre variações que são aprofundadas nas análises específicas dos EEs investigados, no Capítulo IV. Veja-se, em adaptação ao quadro de Fontes (2001), a demonstração das relações neste Mercado:

- **Ambiente INTRA:**

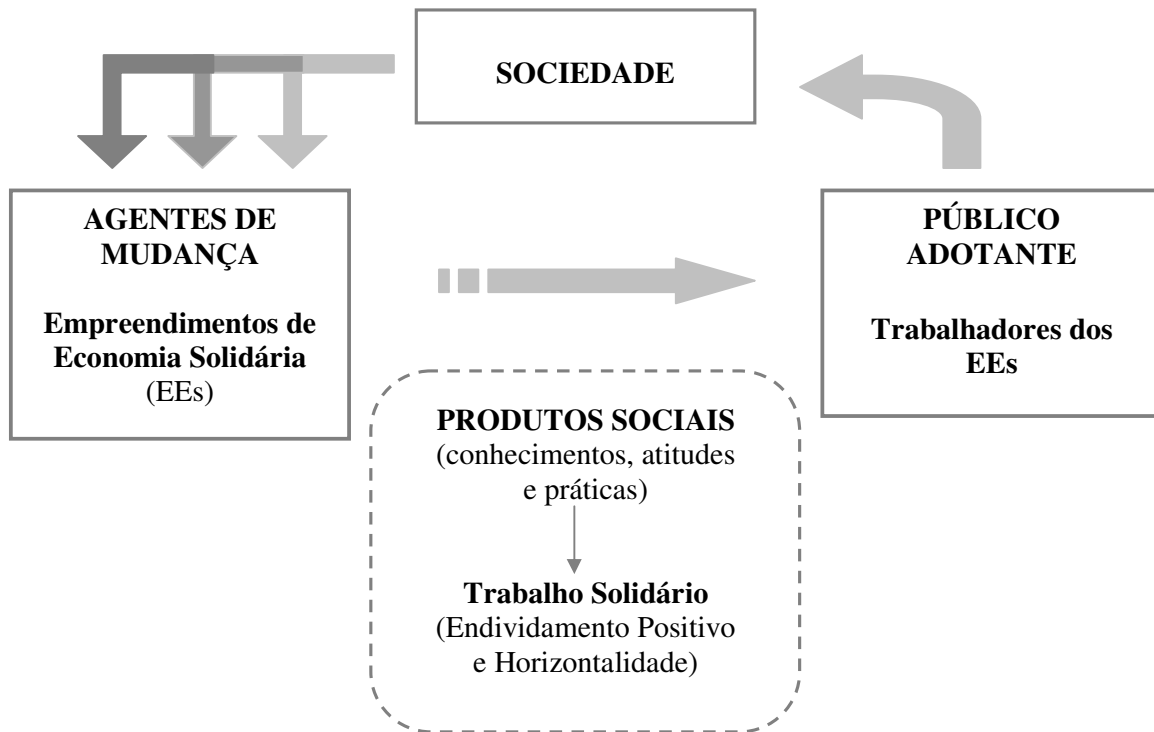


Figura 2: Mercado Social e o Ambiente INTRA Empreendimentos. Adaptado de Fontes (2001, p. 25).

No ambiente Intra, tem-se os EEs como principais Agentes de Transformação. Eles re-inserem os trabalhadores excluídos do processo produtivo, por meio do trabalho solidário calcado nos princípios do Endividamento Positivo. Os trabalhadores representam os Públicos Adotantes primários que adotarão uma forma de produção e trabalho centrada em princípios coletivos, onde o ganho de recursos se dá de maneira cotizada, e por produtividade, e onde o poder de decisão é compartilhado. Neste sentido, o trabalho solidário se torna o principal Produto Social, isto é, a principal prática social disseminada no ambiente Intra empreendimento. A adoção deste Produto Social significa lucro não só para o EE, mas para toda a sociedade. Em suma, quanto mais EEs, maior será a disseminação desta dinâmica e maiores os ganhos para toda a sociedade.

▪ **Ambiente INTER:**

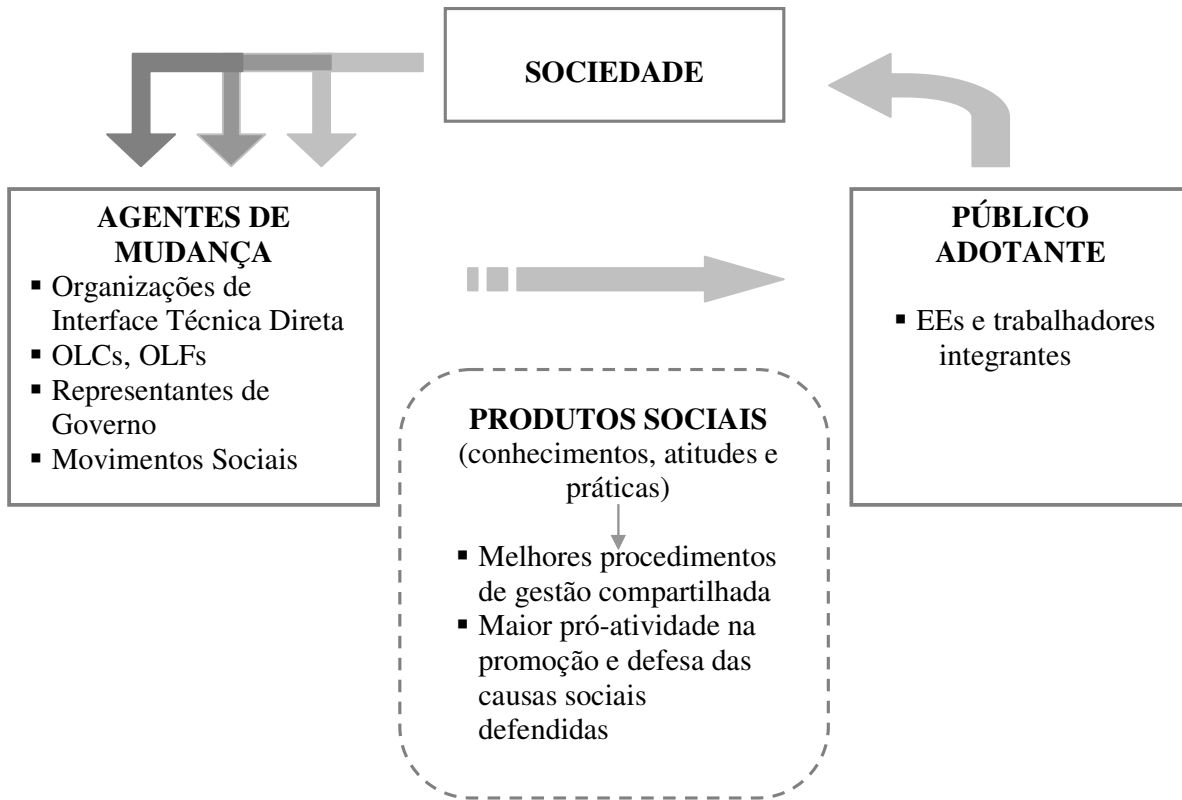


Figura 3: Mercado Social e o Ambiente INTER Empreendimentos. Adaptado de Fontes (2001, p. 25).

Neste Ambiente, os Agentes de Mudança são as Organizações de Interface Técnica Direta, OLCs, OLFs, Representantes de Governo e Movimentos Sociais. Estes são os potenciais disseminadores ou facilitadores de novas práticas de gestão e também os agentes que poderão ampliar a pró-atividade para a promoção e o engajamento das causas sociais defendidas, pelos EEs e seus integrantes – Públicos Adotantes primários. Contudo, o caminho inverso também é possível, visto que os Agentes de Transformação também podem ter seus procedimentos de gestão e formas de atuação em prol de políticas públicas, fortalecidos pela ação dos EEs. Afinal, em paráfrase a Bordenave e Pereira (2000), este ambiente abarca um processo efetivo de ensino e aprendizagem, ou seja, de repasse de conhecimentos, que está condicionado a um caminho de ida e volta. Ou seja, um contexto onde ambas as partes ensinam, aprendem e se transformam pela interação com a outra parte. A sociedade lucra e re alimenta o ciclo, na medida em que estas interfaces ocorrem e se ampliam.

▪ **Ambiente SUPRA:**

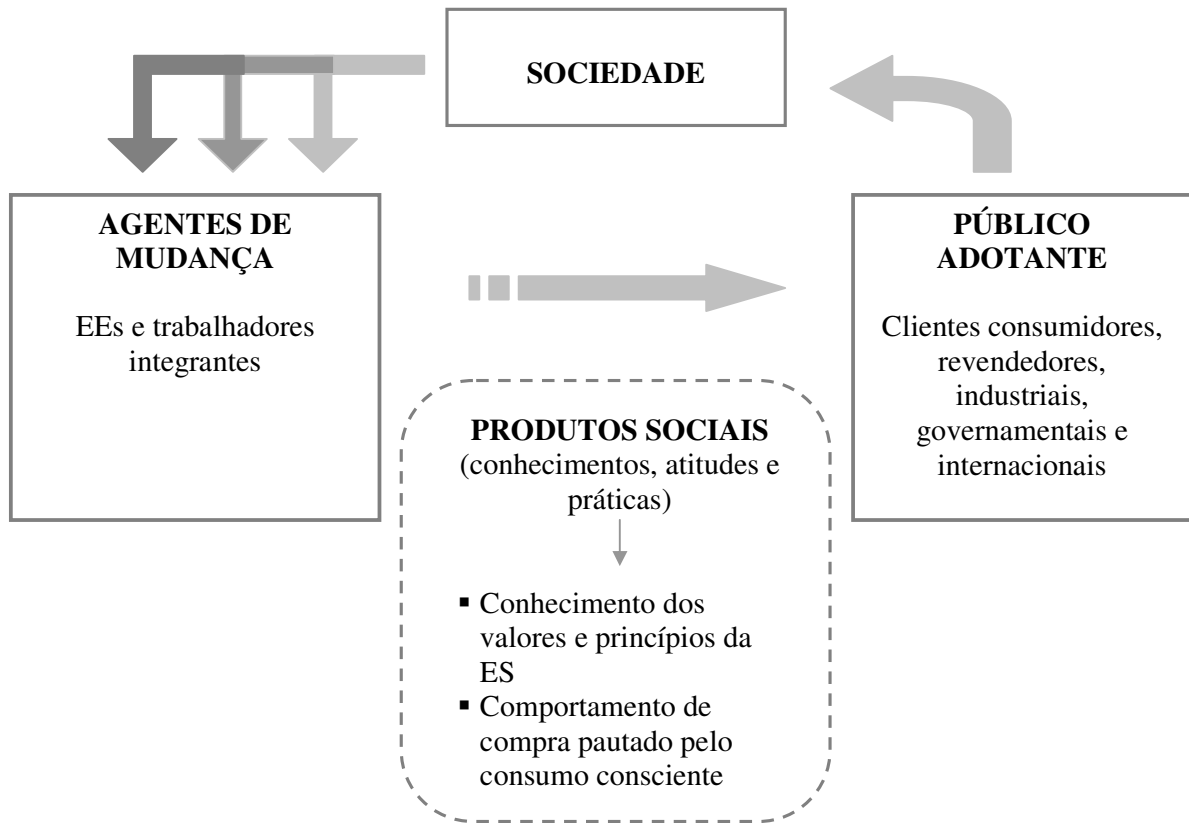


Figura 4: Mercado Social e o Ambiente SUPRA Empreendimentos. Adaptado de Fontes (2001, p. 25).

Neste ambiente, os EEs são os Agentes de Transformação para um novo comportamento de consumo dos clientes, pautado pelos valores e princípios da ES e de engajamento de compra. O consumo consciente encontra ligação na definição das empresas das quais se adquire um produto ou serviço, em função de sua responsabilidade social, e com o intuito de construção de uma sociedade mais sustentável e justa (AKATU, 2006). Em síntese, a simples atenção dos clientes à forma de atuação laboral e ao engajamento dos integrantes dos EEs, pode gerar uma percepção que transforme o comportamento de compra. Seja dos consumidores, na ponta da linha, mas também dos revendedores, que podem realizar parcerias de aquisição de produtos para revenda, de clientes internacionais, para exportação, e mesmo de grandes e médias empresas, na aquisição de brindes, agendas, e outros produtos, em datas comemorativas específicas.

De forma geral, o Mercado Social representa um contexto relevante de atuação da Economia Solidária, visto que o seu principal produto para o desenvolvimento do EE é



social: o trabalho solidário. Isto é, o trabalho solidário representa um comportamento, de cuja prática dependem as relações humanas, como um todo. Este trabalho coletivizado é também inerente às relações de trabalho e ao processo produtivo, Intra e Inter empreendimentos, organizações sociais e outros agentes econômicos, políticos e sociais, das três esferas de Governo. Neste ínterim, a solidariedade representa a cidadania, como processo ativo e emancipatório, abrangendo “as dimensões político- participativa e econômica- produtiva” (DEMO, 1992, p. 16) da sociedade.

## **2.6) Lucros Social e Comercial**

Tal como explícito no item anterior, o lucro social é facilmente discernível do comercial. Enquanto o segundo se caracteriza especialmente pelo aspecto financeiro-econômico, o outro promove vantagens para toda a sociedade. A escolha da marca do arroz, do sabonete ou do sabão em pó, não beneficia, em nada, a sociedade. Porém, o uso, ou não, de preservativo, de cinto de segurança, o respeito ao meio-ambiente e a desistência do hábito de fumar, aferem vantagens em múltiplas camadas e setores sociais. Assim é com as práticas de trabalho solidário, que promovem vantagens em múltiplas esferas sociais, a partir das relações de trabalho nos próprios EEs.

Quando desistem de comportamentos negativos ou buscam ser pró-ativos, os indivíduos lucram. Lucram as famílias dessas pessoas, que deixarão de sofrer com as conseqüências da má atitude ou da falta de ação. E lucra o governo, que gastará menos para remediar os efeitos de comportamentos socialmente desfavoráveis. No caso do HIV, por exemplo, quanto mais cidadãos usarem preservativo, maiores serão as probabilidades de diminuição dos níveis de disseminação, por via sexual. E menor será o gasto posterior do governo com a compra de medicamentos e acompanhamento dos futuros doentes. Na Economia Solidária, quanto mais houver investimentos governamentais e empresariais, maior será o Endividamento Positivo obtido em escala e, conseqüentemente, maior será o CS manifestado no EE, e maiores serão a produtividade e a redistribuição de renda. Haverá, portanto, receita adicional para investimentos em prevenção, no caso do HIV, e, no caso da ES, haverá mais recursos para a promoção de oportunidades dentro do próprio EE.

O paradigma preventivo e de promoção de oportunidades gera lucro econômico, mas como conseqüência do social. Assim, à Economia Solidária, “o conceito de maximização do lucro deve ser traduzido como maximização de custo-benefício” (KOTLER, 1988, p. 14). Ou

seja, quanto custa para um Governo, em médio e longo prazo, ter um jovem fora da escola, um trabalhador desempregado, uma comunidade inteira à margem do acesso e oportunidades básicas de sobrevivência? Certamente, é melhor investir em prevenção e maximização de possibilidades, para o fomento de lucro social e comercial.

O Lucro Social também encontra a Dinâmica da Dádiva e o Endividamento Positivo trabalhados em Girard-Nunes (2004a, 2006), no que se refere à necessidade de receber e retribuir os frutos de comportamentos, sentimentos e valores fundados em reciprocidade. E não apenas para os membros participantes do empreendimento ou rede em que se esteja inserido, mas para as comunidades locais e toda a sociedade, conforme estabelecido por Bévort e Bucolo (2005) nas relações investigadas entre o Capital Social e a Economia Solidária.

## **2.7) Concorrências Social e Comercial**

Na Economia Solidária, a concorrência comercial é, sem dúvida, um elemento inserido no processo, visto que há a necessidade de materializar as estratégias solidárias, no sentido em que sejam viabilizados nichos de mercado, conquanto não se intensifique a disputa entre os participantes (GIRARD-NUNES, 2004a, p. 208). Está claro que a concorrência, em certa medida, faz parte de qualquer processo inserido em contexto capitalista. Os princípios e dinâmicas de ES atestam que as premissas comerciais são complementares às sociais. Afinal, as causas sociais do Movimento de Economia Solidária e dos mecanismos associativistas de produção vêm ou devem vir antes do lucro individual, pois o objetivo primordial é o fortalecimento dos componentes e estruturas participativas de produção, como os Elos Horizontais e o Endividamento Positivo.

No Mercado Social, por princípio, e para que as metas e objetivos das intervenções sociais sejam alcançados, não pode haver qualquer tipo de competição, que é um pressuposto da instância privada. Não se pode admitir que organizações públicas e representativas da sociedade civil concorram entre si. A segmentação destas entidades, quando similar, não justifica o ato competitivo.

## **2.8) Demandas Sociais e Públicos Adotantes**

O tratamento horizontal das demandas sociais reforça a perspectiva de transformação fundamentada nos pilares da ES. Aos autores pesquisados, neste projeto, no âmbito da Economia Solidária, é ponto comum a premência de se entender as necessidades e desejos dos públicos externos, e não apenas dos públicos internos, para que haja impacto no planejamento, implementação, avaliação e realimentação dos processos de trabalho e produção.

Intervenções sociais e políticas públicas direcionadas aos EEs não podem ser *top-down development* (SANTOS, 2002, p. 45), ou seja, desenvolvidos de cima para baixo. As comunidades participantes representam atores de todo o processo que se pretenda estratégico e inclusivo, e que promova real desenvolvimento de base. Demandas sociais são *bottom up* (SANTOS, 2002, p. 47) porque devem ser agir de baixo para cima, pois configuram populações adotantes e não públicos-alvo.

Os públicos adotantes, no Mercado Social, representam o produto do processo de segmentação. Cada intervenção social tem seu público-adotante primário, ou seja, o segmento que deve adotar um novo comportamento para que outro segmento possa ser beneficiado. Públicos adotantes e segmentos beneficiados podem ser iguais ou diferentes. No caso da violência doméstica, por exemplo, são diferentes. Neste caso, o paradigma de prevenção pede que o homem adote o comportamento de não violência, para que a parceira e os filhos sejam beneficiados. Já no caso do fumo são iguais, pois é o fumante quem deve adotar a prática do não fumo, para o benefício pessoal e imediato.

Na Economia Solidária, conclui-se que as demandas sociais geradas nos EEs representam demandas de públicos adotantes, visto que estas não se configuram em alvos a serem atingidos, como o público consumidor característico de campanhas publicitárias. Estas demandas sociais são compostas por sujeitos e agentes de sua própria transformação.

## **2.9) Gênero, Solidariedade e Mercado Social**

De modo geral, os conceitos, teoria, premissas, mecanismos e ideologia contida nos autores pesquisados, sobre a Economia Solidária, primam originalmente pela equidade e igualdade participativas e distributivas. Isso não tira a importância de se ressaltar alguns pontos relativos ao tipo de solidariedade que se pretende construir nos empreendimentos

solidários. Não à toa, “o problema de exclusão das mulheres dos programas de desenvolvimento convencionais passou a ser uma fonte de dinamismo nas propostas de desenvolvimento alternativo” (SANTOS, 2002, p. 49).

A perspectiva de gênero, como abordado por Santana e Ramalho, “é uma problemática que perpassa toda a sociedade” (SANTANA e RAMALHO, 2004, p. 27). Por isso, não pode escapar das orientações intrínsecas do Fordismo, do Toyotismo e, tampouco, da Economia Solidária, que aparece como um campo possível e pragmático de ação, onde a mulher tenha os mesmos espaços e oportunidades que o sexo oposto. Neste ponto, o fato da ES ser ainda uma forma de organização produtiva incipiente maximiza as possibilidades, assim como o compromisso dos que a investigam, de que as estruturas solidárias cresçam em conformidade com seus preceitos ideológicos horizontais. Se “as cooperativas (e outras formas de produção associativistas) apontam para a criação de formas de sociabilidade solidárias baseadas no trabalho colaborativo e na participação democrática” (SANTOS, 2002, p. 45), barreiras de gênero não podem ser reproduzidas dos contextos produtivos tradicionais.

No Mercado Social, a questão de gênero é intrínseca, já que todos os produtos característicos de sua dinâmica são sociais e representam atitudes e práticas as quais pedem, como condição primordial, o respeito a outrem, independente de questões de gênero, de cor da pele, de deficiências, ou quaisquer outras indicadoras de preconceito.

## **CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA**

### **3.1) Características da Pesquisa**

A metodologia busca compreender, dentro dos princípios e conceitos apresentados, de que maneiras o CS influencia os Empreendimentos Solidários. A pergunta que se faz é a seguinte: em que medida e como o Capital Social fomenta os princípios e práticas da Economia Solidária?

Para tanto, o primeiro passo desta investigação parte da definição do tipo de método a ser empreendido na pesquisa. Neste caso, o qualitativo. “O objetivo principal (do método qualitativo) é buscar entender o que as pessoas apreendem ao perceberem o que acontece em seus mundos” (ZANELLI, 2002, p. 83). É “explorar as diferentes representações sobre o assunto em questão” (GASKELL, 2002, p. 68), apresentando uma amostra do bojo de pontos-de-vista. Para Schutt (2004, p. 306), “métodos qualitativos são mais úteis na exploração de novos assuntos (...) e para explorar os significados que as pessoas dão às suas vidas e ações”.

Sobre o tipo de pesquisa empreendido, cabe o aparte suscitado por Vieira (2005), sobre o que o autor chama de “falsa dicotomia” entre estudos qualitativos e quantitativos ativos em Administração. Há um veio crítico, ainda corrente, de que os alicerces qualitativos não tenham o mesmo rigor científico que os quantitativos. O autor é assertivo sobre a não legitimidade dessa analogia, e expõe a necessidade de quebrar monopólios “monometodológicos” (VIEIRA, 2005, p. 15). O autor enumera vantagens diretas da abordagem qualitativa, como a produção de “descrições ricas e bem fundamentadas, explicações sobre processos em contextos locais identificáveis e auxílio ao pesquisador na revisão de sua estrutura teórica” (VIEIRA, 2005, p. 18).

Sobre a legitimidade do método qualitativo, cite-se ainda Patton, em Ludke, na afirmação de que a análise qualitativa “exige grande rigor intelectual e muita dedicação” (apud LUDKE, 1986, p. 42). Isto é, não é um tipo de pesquisa menos importante ou mais simples de ser realizado do que a quantitativa.

Por último, o método qualitativo pede um maior grau de envolvimento com os públicos entrevistados e, portanto, exige grande capacidade de atendimento a preceitos éticos de justiça, beneficência, não-maleficência e equidade, a fim de não criar vieses no

desenvolvimento da pesquisa, especialmente na coleta de dados. Neste ponto, o pesquisador deve saber identificar e ter a responsabilidade dos limites e conseqüências do seu envolvimento com o entrevistado (SCHUTT, 2004, p. 303).

Quanto aos fins, a pesquisa qualitativa é exploratória e descritiva. Exploratória pela incipiente produção acadêmica sobre Economia Solidária, no Distrito Federal, e descritiva porque são analisados os pontos-de-vista e percepções dos integrantes de três ambientes organizacionais: Supra, Inter e Supra organizações, conforme exposto no item 1.1, de Formulação da Questão de Pesquisa. Segue-se, aqui, a exposição sugerida por Vergara (2000, p. 47), onde “a investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado” e descritiva, no intuito de expor características sobre o fenômeno investigado.

Quanto aos meios, o estudo é bibliográfico, documental e de campo. Bibliográfico, porque tem seu desenvolvimento, em curso, com a utilização de “material acessível ao público em geral, como livros, revistas (acadêmicas), (...) redes eletrônicas” (VERGARA, 2000, P. 48) e periódicos científicos. Documental porque utiliza documentos das organizações e atores pesquisados, no âmbito dos três ambientes organizacionais. Estes documentos são variados, como relatórios, atas de reunião, ou outros documentos administrativos ou de cunho técnico e estratégico. De campo, porque busca dados primários, por meio de grupos focais e entrevistas-semi-estruturadas, com agentes representantes dos três ambientes organizacionais. Os critérios de escolha estão descritos no tópico 3.8, de Seleção dos Entrevistados, conforme realizado por Streit (2006).

### **3.2) População e Amostra**

Dos 341 empreendimentos de Economia Solidária do DF, mapeados no Atlas da Economia Solidária no Brasil (SENAES/MTE, 2006, p. 15), são investigados dois: A Cooperativa Habitacional de Produção de Artesanato e Trabalho – COOHPERART, e a Associação Grão Mulheres em Ação – AGMA. A investigação compreende os atores ligados aos dois EEs, a partir dos três ambientes organizacionais pesquisados, como a figura descrita a seguir:

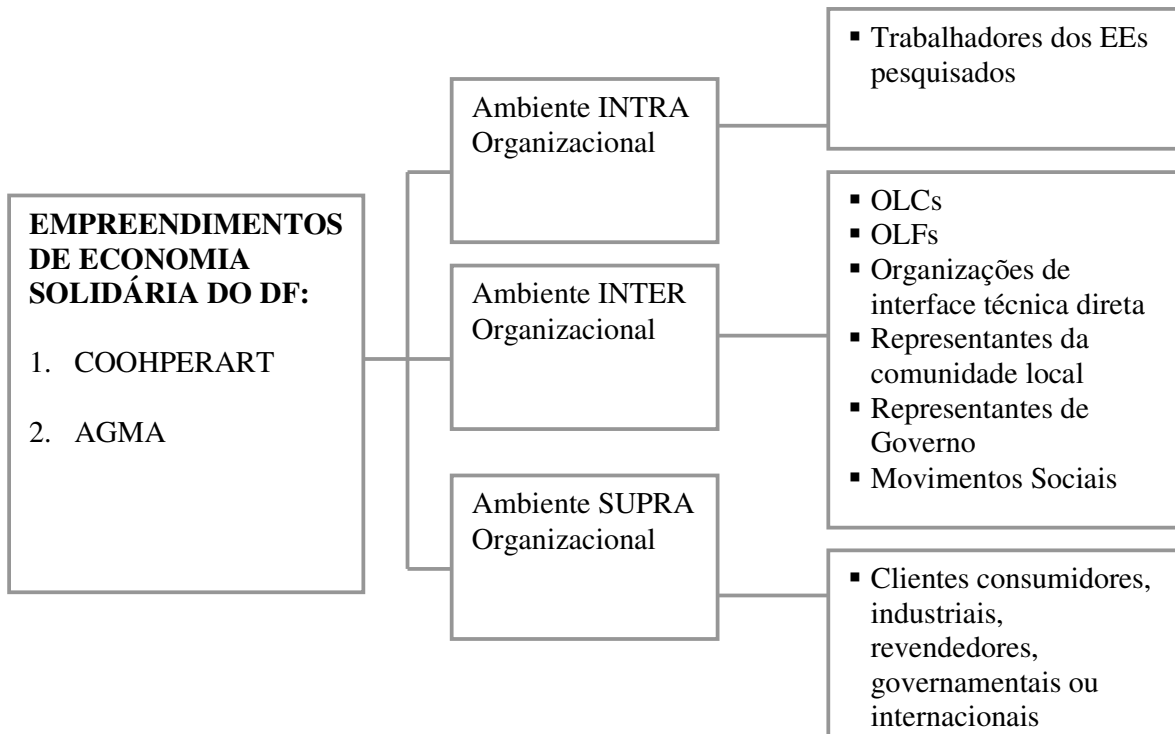


Figura 5: Empreendimentos de Economia Solidária e Ambientes Investigados e Ambientes Investigados

A amostra de pesquisa é não probabilística, ou seja, não estatística, e selecionada por acessibilidade e tipicidade, conforme descrição de Vergara (2000, p. 51). A Acessibilidade caracteriza-se pela distância dos procedimentos estatísticos e a tipicidade pela seleção de elementos representativos dos públicos investigados.

### 3.3) Perfil dos Empreendimentos Solidários

Para a definição dos empreendimentos solidários a serem investigados, foi realizado contato com a Multincubadora de Empresas da Universidade de Brasília (UnB), a qual funciona como um programa do Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDT) da mesma instituição. A ramificação inerente ao projeto em questão é a Incubadora Social e Solidária, cuja estrutura está diretamente orientada aos empreendimentos de Economia Solidária do Distrito Federal. Sua missão é:

Apoiar empreendimentos de natureza social, buscando desenvolver a competência, a sustentabilidade e a competitividade empreendedora e profissional, para essas

organizações (empreendimentos solidários), cumprindo o papel social a que se propõe, na redução da pobreza, geração de emprego e renda; estímulo à integração social, e o desenvolvimento sócio-econômico local. (CDT/UnB, 2006).

Por meio da interlocução com a Incubadora, foram analisados alguns empreendimentos solidários do DF. O primeiro critério de seleção foi estabelecido pelo tipo de mercado, à priori, considerado essencial pelo empreendimento. Não foram priorizados empreendimentos cujo mercado ou tipo de cliente principal fosse o industrial, como estabelecido na classificação de Kotler e Armstrong (1998) e trabalhado por Streit (2006), em sua investigação de EEs do DF que atuam com recicláveis. O foco de escolha esteve detido em empreendimentos cujos clientes principais, ao menos, em primeira análise, sejam consumidores, ou seja, clientes finais dos empreendimentos.

O segundo critério está centrado no nível estrutural do EE, ou seja, na medida reconhecida, pela Incubadora Social, da capacidade organizacional dos empreendimentos de atuarem comercialmente, a partir de sua legitimação jurídica e da sustentabilidade financeira em médio e longo, prazos. Neste sentido, este critério foi tomado por condições opostas: uma organização foi escolhida por possuir estrutura em estágio mais avançado, e outra pelo estágio organizacional incipiente. O primeiro EE selecionado já está formalizado como pessoa jurídica, o outro ainda não. No primeiro caso, o empreendimento definido foi a Coohperart. No segundo, foi selecionado a AGMA. A Coohperart atua em três vertentes: Habitação, Prestação de Serviços e Artesanato. A AGMA atua apenas com Artesanato.

Um último critério utilizado foi o fato de ambas estarem localizadas na mesma Região Administrativa do DF, o Recanto das Emas. Foi um quesito utilizado com o objetivo de facilitar a locomoção e realização das entrevistas e grupos focais em loco.

### 3.3.1) Cooperativa Habitacional de Produção de Artesanato e Trabalho – COOHPERART

A cooperativa iniciou suas atividades em 2000, como grupo informal. De grupo informal evoluiu para cooperativa. No Estatuto, a data de constituição legal é 11 de abril de 2004. O CNPJ, contudo, veio em 02 de fevereiro de 2005, como de cooperativa mista em habitação, produção e comercialização de artesanato e prestação de serviços. Sua representante principal é Simone Eterna Coelho.



Começou como um grupo de mulheres. Hoje, há homens atuando também, especialmente na área de Habitação. Os integrantes podem participar das três áreas. Porém, com registro, direitos e deveres específicos para cada área, conforme Estatuto. Atualmente, a cooperativa tem 160 participantes em Habitação, 65 em Artesanato e 30 em Trabalho/Prestação de serviços.

Na Habitação, cada cooperado está em um projeto específico, acontecendo em estágios diferentes de gestão. Há um cooperado para cada unidade habitacional prevista. São 15 cooperados e número igual de moradias no Riacho Fundo; 30 no Novo Gama; 50 em Taguatinga, 50 no Monte Verde. Além desses, há 15 cooperados flutuantes que fazem a ficha de filiação, sem contudo pagar o capital social jurídico de R\$ 120,00 para iniciar a atuação junto à cooperativa. Neste caso, os R\$ 120,00 são recursos necessários previstos no Estatuto, para a associação, assim como os R\$ 20,00 mensais de custos administrativos mensais. Em caso de saída do cooperado, por desistência ou expulsão, o investimento de capital social é devolvido. As casas são construídas em sistema de mutirão. Então, mesmo quando o cooperado tem sua casa finalizada, ele auxilia na construção das outras casas até a conclusão do lote de moradias dentro de um projeto específico. Se não auxiliar diretamente, precisa contratar um pedreiro para realizar os serviços.

O Artesanato acontece dentro de um projeto chamado Kaialaká, onde 20 integrantes recebem recursos continuamente, porque produzem continuamente. Ou seja, o ganho de cada membro, inclusive da própria líder do EE, se dá pela produção. Os outros 45 participantes produzem e a Coohperart revende. Estes 45 produzem com material próprio.

Na vertente de Trabalho/Prestação de Serviços, são 30 cooperados cadastrados na equipe chamada para oportunidades pontuais. Ainda não há contratos que garantam o trabalho contínuo dos cooperados. Destes 30, são 15 na reserva e 15 atuando, além de 80 currículos cadastrados.

Para o ano de 2007, os cooperados de Artesanato também iniciarão o pagamento de taxa de R\$ 5,00 para a formação de um fundo permanente de compra de matéria-prima. Esta decisão foi tomada em Assembléia em novembro de 2006. Até dezembro de 2006, apenas a líder e outras três integrantes, idealizadoras do projeto Kaialaká, e o fundo de reserva da cooperativa arcavam com esses custos. Este fundo de reserva é destinado ao projeto e foi formado após decisão em plenária com recursos do FAT - Fundo de Amparo ao Trabalhador.

A venda dos produtos é cotizada, ou seja, os recursos são divididos. A divisão dos valores varia por produto, mas é igual para todos os integrantes, inclusive a líder. Não há pagamento de mão-de-obra externa.

A Coohperart nunca realizou planejamento estratégico, ou possui organograma. Existe um planejamento interno de atividades para cada uma das três linhas de atuação. No artesanato, por exemplo, o EE tem uma programação de feiras e eventos para 2007.

### 3.3.2) Associação Grão Mulheres em Ação - AGMA

Segundo a classificação disposta no primeiro Atlas da Economia Solidária no Brasil (SEMAES/MTE, 2006), a AGMA é caracterizada como grupo informal. Não possui CNPJ. A fundação do grupo ocorreu em março de 2006. O foco é a produção de artesanato. O bordado é o carro-chefe, mas também há produção de meia de sola, tricô no tear na agulha, crochê e fuxico. As integrantes produzem na sede, todos os dias, de 14 às 18:00 hs. Sua representante principal é Francisca Lúcia Matos Santos.

Com apenas nove meses de atuação, a AGMA se encontra em uma fase inicial de comercialização de seus produtos e de organização interna. Atende à necessidade deste estudo, porque é um grupo informal; um EE em estágio de estruturação, se comparado ao outro EE selecionado, que atua apenas com artesanato e possui um número de membros quase oito vezes menor que a cooperativa. O número de integrantes presentes à sede, no dia a dia, varia de 17 a 26 pessoas, todas mulheres - à exceção do filho da líder, que também participa. O EE realiza uma reunião mensal para discutir os rumos, problemas e avanços conquistados, com a presença da Incubadora Social Solidária da Universidade de Brasília – UnB.

A forma de cotização é a seguinte: a AGMA paga 45% do valor do produto para a artesã, 20% ficam para o EE e vão para custos administrativos de água, luz e, a partir de dezembro de 2006, para o aluguel e IPTU da sede. De março a novembro de 2006, um parceiro pessoa física arcou com estes custos. Além disso, 10% vão para a costureira, 10% para repor a matéria-prima, 10% que vão para as integrantes que vendem os produtos nos eventos, e 5% para os gastos extras, como as passagens de ônibus, necessárias ao cumprimento da rotina administrativa.

### 3.4) Métodos de Coleta de Dados

Os métodos de pesquisa utilizados são Grupos Focais e Entrevistas Semi-Estruturadas. Grupo Focal, segundo Rodrigues, “é uma forma rápida, fácil e prática de pôr-se em contato com a população que se deseja investigar” (RODRIGUES, apud CRUZ NETO et al, 2001, p. 163). “A técnica do Grupo Focal possibilita a obtenção dos dados qualitativos sobre opiniões, atitudes e valores relacionados a um tema específico” (RIZZINI et al, 1999, p. 67). Já as entrevistas semi-estuturadas, em definição, são formadas por uma “série de perguntas abertas, feitas verbalmente em uma ordem prevista, mas na qual o entrevistador pode acrescentar perguntas de esclarecimento” (LAVILLE e DIONNE, 1999, p. 188).

Os grupos focais são utilizados no trabalho com os trabalhadores das organizações analisadas e as entrevistas com os demais atores dispostos nos três ambientes organizacionais descritos. O foco especial de entrevista coletiva aos trabalhadores das organizações se deve à necessidade fundamental de compreender os efeitos do Capital Social, no nível interno das organizações analisadas. A perspectiva da entrevista de grupo, neste sentido, parece adequada, visto que, no grupo “é possível observar (...) a dinâmica da atitude e da mudança de opinião e a liderança de opinião (além da) sinergia e envolvimento emocional” (GASKELL, 2002, p. 76) raros na entrevista individual. Em suma, “o Focus Group propicia riqueza e flexibilidade (...), além do ganho em espontaneidade pela interação entre os participantes” (OLIVEIRA e FREITAS, 1998, p. 84).

As entrevistas semi-estruturadas estão focadas nos atores dispostos nos ambientes Inter e Supra organizacional, devido, primeiramente, a motivo descrito por Gaskell (2002, p. 78), que é a dificuldade de recrutamento destes representantes, para a composição de grupos focais. Além disso, as entrevistas semi-estruturadas têm a finalidade de “facilitar a sistematização e a codificação (...) e reduzir o excesso de intervenções do entrevistador” (RIZZINI et al, 1999, p. 62).

Na elaboração dos questionários de entrevistas semi-estruturadas e dos roteiros de grupos focais, são tomadas precauções, como as sugeridas por Gil (apud RIZZINI et al, 1999, p. 65). As perguntas e tópicos podem provocar resistências ou ressentimentos? Sugerem determinadas respostas? Levam em conta a realidade e a cultura, locais? As palavras empregadas apresentam significação clara e precisa? O entrevistado tem informações suficientes sobre o tema pesquisado?

Por fim, sugere-se que a realização de dois grupos focais junto aos trabalhadores de cada empreendimento sejam suficientes para compor o ambiente Intra organizacional. Quanto ao número de entrevistas semi-estruturadas junto aos atores expressos nos âmbitos Inter e Supra organizacionais, não houve uma definição prévia. A quantidade está diretamente ligada ao diagnóstico junto aos EEs selecionados acerca dos *stakeholders* mais representativos de Coohperart e AGMA.

### **3.5) Análise de Conteúdo**

A natureza qualitativa desta pesquisa pede método de análise de dados que não esteja centrado apenas na descrição de dados coletados, mas que possibilite “a inferência, ou seja, a ligação (objetiva e sistemática) de elementos do discurso através de um processo de categorização de temas (...) e definição de unidades de análise” (RIZZINI et al, 1999, p. 91). Segundo Weber, as inferências podem ser sobre os “emissores, a própria mensagem, ou a audiência da mensagem” (1985 apud BAUER, 2002, p. 192). Neste sentido, a Análise de Conteúdo das Entrevistas Semi-Estruturadas e Grupos Focais, é essencial.

Dentre as várias definições de Análise de Conteúdo citadas por Bauer, tome-se a de Paisley, em que Análise de Conteúdo é o “processamento da informação em que o conteúdo da comunicação é transformado, através da aplicação objetiva e sistemática de regras de categorização” (1969 apud BAUER, 2002, p. 192). Em outras palavras, a Análise de Conteúdo “envolve categorização e codificação textual e a identificação de relações entre construtos identificados no texto” (SCHUTT, 2004, p. 440).

Além da inferência, característica já discutida neste tópico, são observados outros fatores metodológicos importantes à aplicação da técnica da Análise de Conteúdo. Em primeiro lugar, a Análise de Conteúdo “é uma ferramenta para análise quantitativa e sistemática de documentos ou outros dados textuais” (SCHUTT, 2004, p. 448). Ou seja, é um instrumento “para”, e não “de” análise quantitativa de materiais e registros textuais, seja pela codificação humana ou por computador. Isso não presume a necessidade de procedimentos estatísticos, como disposto no item a seguir. No caso específico desta pesquisa, não são utilizados *softwares*, para trabalhar padrões de repetição e associação de categorias e subcategorias relativas às questões das entrevistas semi-estruturadas e grupos focais.

### **3.6) Procedimentos de Análise de Dados**

Os procedimentos de análise são adaptados de estágios citados por Schutt, a partir de Weber (1985 apud SCHUTT, 2004, p. 440 e 441):

1. Identificação dos documentos ou outros tipos de texto para estudo: estes documentos devem ser selecionados de acordo com a questão de pesquisa. Neste caso, são os relatos das entrevistas e grupos realizados; os documentos internos aos dois EES e as fontes bibliográficas de pesquisa.

2. Determinação das unidades de análise: de acordo com as variáveis de pesquisa, expressas nos questionários de entrevista e roteiros de grupos focais. No caso desta pesquisa, as unidades a serem selecionadas são descobertas a partir dos três ambientes que representam variáveis a serem investigadas: Intra, Inter e Supra, organização. Neste estágio, são definidas quais unidades de texto são codificadas, como palavras, sentenças, temas ou parágrafos. Aqui, cabe a sugestão de Bauer, onde “cada unidade de texto deve se ajustar a um código, e nenhuma pode ser excluída” (BAUER, 2002, p. 201).

3. Definição de categorias: depois da definição sobre quais unidades de codificação serão utilizadas, são definidas as categorias enumeradas e analisadas. Seguindo os procedimentos de análise utilizados por Streit (2006, p. 64), a frequência de aparição das unidades de codificação é preterida em favor de indicadores não seqüenciais que permitam inferências, como ordem, co-ocorrência e associação. Em suma, não são utilizados procedimentos estatísticos para quantificar repetições de unidades de texto. As relações de teste entre as variáveis e categorias a serem definidas seguem a mesma opção, ainda que análises de padrões de repetição impliquem, mesmo que de maneira indireta, em quantificação.

4. Análise de resultados: aqui, como sugere Rizzini (1999 p. 94), os trabalhos estão direcionados a responder à questão de pesquisa, a fim de estabelecer analogias detalhadas entre as categorias, fundamentadas na presença ou ausência delas no texto.

OBS: cabe uma ressalva sobre a forma de transcrição das entrevistas e grupos focais realizados. Seguindo os procedimentos realizados por Streit (2006, p. 65), a transcrição das entrevistas semi-estruturadas é literal. No caso dos grupos focais, é realizada a transcrição das idéias principais, isto é, apenas das falas mais expressivas ou representativas.

### **3.7) Limitações do Estudo**

Os resultados desta pesquisa estão restritos ao âmbito do Distrito Federal; não servem de base para conjecturas ou analogias fora do estado. A natureza qualitativa da investigação, assim como os critérios de pesquisa selecionados, não permitem a inferência de tendências quantitativas, sobre o campo da Economia Solidária, local.

A percepção de outras limitações técnicas parte da experiência de pesquisa realizada por Streit, em que o investigador listou, preventivamente, uma série de barreiras à realização dos trabalhos de coleta de dados (STREIT, 2006, p. 65). Estas possíveis barreiras podem ser reduzidas e eliminadas, com planejamento adequado. São elas:

- Possibilidade de intimidação (timidez) dos participantes dos grupos focais em virtude da hierarquia das organizações a serem pesquisadas;
- Dificuldade de agendamento para as entrevistas com representantes das organizações, que não as organizações centrais de pesquisa;
- Possibilidades de limitação de análise, devido a categorizações inadequadas; e
- Chance de dispersão, devido à amplitude dos aspectos de análise.

### **3.8) Seleção dos Entrevistados**

Indo além da definição de Vergara, onde os entrevistados são “os sujeitos da pesquisa que fornecem os dados necessitados” (VERGARA, 2000, p. 53), Gaskell (2002, p. 67) expõe a diferença entre seleção e amostragem. Para o autor, o termo amostragem está mais comumente ligado a pesquisas estatísticas. Já a seleção de entrevistados está mais associada à natureza qualitativa de pesquisa. No caso da pesquisa proposta, a amostra é não probabilística e, portanto, não há preocupação central com a margem de erro. As preocupações estão relacionadas à correta exploração do “espectro de opiniões e das diferentes representações” (GASKELL, 2002, p. 68) sobre determinado assunto.

A não vinculação direta com a probabilidade não exime o pesquisador do método qualitativo da responsabilidade de identificação dos entrevistados. Porém, os grupos, neste caso, são “naturais, ao invés de estatísticos ou taxonômicos” (GASKELL, 2002, p. 69). Segundo os autores, o caráter de naturalidade denota características comuns aos entrevistados, como passado comum; valores, meio social e leitura de veículos de comunicação, potencialmente semelhantes. É necessário levar em conta se fatores de

“gênero, idade, educação, (renda ou outros aspectos de segmentação) são relevantes, ou não”(GASKELL, 2002, p. 70).

## **CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO CAPITAL SOCIAL NOS EMPREENDIMENTOS ANALISADOS**

### **4.1) Modelo de Análise**

O Modelo de Análise utilizado partiu da elaboração dos roteiros de grupos focais e entrevistas semi-estruturadas, realizadas junto aos empreendimentos de Economia Solidária selecionados. Além dos EEs, foram selecionadas organizações e movimentos sociais para coleta complementar, a partir principalmente de necessidades constatadas na realização das coletas nos EEs definidos. São elas: Incubadora Social e Solidária da UnB, Movimento Nacional de Luta pela Moradia - MNLM, Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES, e Fórum de Economia Solidária do DF.

A opção de entrevista semi-estruturada foi a que mais se adequou aos propósitos investigativos, apesar de não atender a todos critérios expressos no item 3.4, como a utilização de poucos tópicos no instrumento. Foi elaborado roteiro base de 50 perguntas que sofreram pequenas adaptações para as entrevistas com as líderes e para os grupos focais dos dois EEs selecionados. Assim, o questionário de entrevista, assim como os roteiros de grupos focais, são longos, mas não chegam a ser estruturados. Não há opções de resposta para os entrevistados, nas perguntas realizadas. Além disso, todas as questões são abertas e a sua realização não seguiu necessariamente a ordem estabelecida. Por vezes, outras perguntas foram incluídas durante a realização das entrevistas ou grupos focais, para o melhor entendimento dos tópicos abordados.

À realização da coleta, foi elaborado roteiro base para posterior refinamento e adaptação de questões, de acordo com cada empreendimento, organização ou movimento social participante - conforme estabelecido no Anexo I. Neste roteiro base, foram inclusos 50 itens subdivididos por cinco Categorias de Análise: a) Identificação e Aspectos Gerais - questões 1 a 14; b) Economia Solidária (em geral e no DF) - questões 15 a 20; c) Tipos de Manifestação do Capital Social - 21 a 36; d) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social - 37 a 40; e e) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social - 41 a 50. No decorrer dos momentos de coleta, cancelou-se a questão 40, devido ao absoluto desconhecimento da maioria das participantes sobre o



funcionamento dos EE dentro de um organograma. O longo tempo de duração dos grupos focais também foi impeditivo para a questão.

Ao todo, foram elaborados seis instrumentos de pesquisa, derivados do roteiro base, visando atender cada uma das organizações ou movimentos sociais identificados como inerentes especialmente ao âmbito INTER empreendimento. Apesar de previstos momentos de coleta no ambiente SUPRA, relacionado na Formulação da Questão de Pesquisa, não constatou-se necessidade de entrevistas com clientes da Coohperart ou AGMA, devido ao fato dos empreendimentos ainda estarem em processo inicial de estruturação de vendas de seus produtos e serviços. Ou seja, ambas as organizações ainda não possuem clientes fiéis, que possam opinar de maneira mais profunda sobre a relação produto e empreendimento.

Assim, optou-se por abordar detalhadamente o âmbito SUPRA nas entrevistas e grupos focais com os EEs, Incubadora, SENAES, MNLM, e Fórum de ES do DF. O objetivo foi aprofundar o entendimento dos aspectos que levam à fragilidade dos EEs no alcance, abordagem, conquista, fidelização e ampliação de clientes.

Assim sendo, além das visitas de reconhecimento a cada empreendimento, foram realizados nove momentos específicos de coleta - entre 23 de novembro de 2006 e 23 de janeiro de 2007 - divididos pelos dois EEs e nos outros Movimentos Sociais ou organizações:

- Coohperart - dois grupos focais com as cooperadas e uma entrevista semi-estruturada com a líder do empreendimento;
- AGMA - um grupo focal com as participantes e uma entrevista semi-estruturada com a líder do empreendimento;
- Incubadora Solidária da UnB - uma entrevista semi-estruturada;
- SENAES - uma entrevista semi-estruturada;
- MNLM - uma entrevista semi-estruturada; e
- Fórum de Economia Solidária do DF – uma entrevista semi-estruturada.

Importante ressaltar que a transcrição de informações seguiu à risca os procedimentos citados no Capítulo 3 - Metodologia, e utilizados por Streit (2006), em que a transcrição dos grupos focais não foi literal, ou seja, completa com todas as falas, mas foi realizada a transcrição das idéias principais, isto é, das falas mais expressivas e representativas das participantes. Já as entrevistas contêm a transcrição literal das informações coletadas.

#### **4.2) Aspectos de Coleta dos Empreendimentos Investigados**

Faz-se aqui breve descrição de pontos relevantes da coleta de informações efetuada junto à Coohperart e à AGMA, por meio das conversas informais, entrevistas e grupos focais. Os aspectos relatados facilitam o entendimento dos momentos de coleta realizados e a leitura das transcrições, conforme.

A presidenta Simone Eterna Coelho não participou da realização do grupo focal, conforme solicitado, e devido ao conhecimento do teor dos roteiros, pela participação na entrevista individual. Os dois grupos focais contaram com a participação de observador. Do primeiro grupo participaram 14 integrantes, do segundo apenas 4, devido à ausência de três convidadas. Estas afirmaram a não necessidade de assinatura de autorização, para a realização dos grupos focais. O motivo citado pelas integrantes foi a aprovação prévia da líder para a realização das dinâmicas.

Já no caso da AGMA, a líder do EE não participou da realização do grupo, mas não esteve afastada do local de realização. O grupo focal foi realizado dentro da sede, que comporta apenas uma sala grande e uma pequena cozinha separadas por uma estante. Ou seja, era impossível estar presente ao local sem ouvir os dizeres das participantes. A líder já havia afirmado que não ficaria no local da realização da dinâmica, mas no momento agendado não esteve fora, como prometido. Este é um fato que pode ter gerado influências diretas nas participantes, porém não percebidas pelo pesquisador no momento de realização. As participantes respondiam as questões enquanto bordavam, ou seja, enquanto trabalhavam, sem demonstrar perceber possíveis influências externas que não as perguntas colocadas à baila, no escopo do grupo focal.

Assim como previsto para a Coohperart, foi planejada a realização de dois grupos focais na AGMA. O único período possível era o vespertino devido a ser este o período de trabalho das participantes – 14:00 hs às 18:00 hs, na sede do grupo. Contudo, na realização do primeiro, verificou-se ser impossível realizar os grupos focais em separado, naquela ou outra tarde, devido ao pequeno espaço do empreendimento. Ou seja, seria impossível realizar um grupo focal por vez, pois seria necessária a deslocação do grupo não participante e não havia espaço para tanto. As participantes estavam em seu horário de trabalho e produzindo. Assim, optou-se pela realização de um grupo apenas, com todas as mulheres presentes, participantes da AGMA: 14, no total.

Não foi possível trabalhar com um Observador neste grupo focal, devido à falta de um laço de confiança percebido pelo pesquisador, que possibilitasse a inserção do

mesmo, sem perda na coleta de informações. Assim, o pesquisador realizou o trabalho individualmente, com a gravação dos diálogos e posterior transcrição. A única perda causada pela ausência de Observador foi a impossibilidade de identificar as autoras das falas, nesta transcrição, como realizado nos grupos focais da Cooperhart.

Nas transcrições dos grupos focais, a utilização do termo “Geral” com as citações posteriores é utilizada para identificar concordância, discordância ou ausência de fala de, pelo menos, duas integrantes do grupo, ao comentário ou pergunta imediatamente anterior. Também pode significar um comentário da observadora ou do facilitador sobre o comportamento do grupo, em geral.

Nas questões ou citações sem indicação de nome, não foi possível identificar a interlocutora. Nestas, optou-se por identificar a fala pelo seguinte símbolo: (\*)

Nos grupos, as manifestações em maior quantidade e intensidade estiveram concentradas em, no máximo, três integrantes.

#### **4.3) Aspectos Institucionais das Organizações Satélites**

As organizações denominadas Satélites são, para os objetivos deste estudo, organizações ou articulações coletivas relacionadas à ES. A sua investigação é relevante para o entendimento das dinâmicas dos EEs selecionados, nos âmbitos INTRA, INTER e SUPRA. Seus aspectos institucionais estão aqui relatados, e não no Projeto de Pesquisa, porque foram definidas após as conversas iniciais com os EEs. Isto é, depois de uma pré-etape de coleta, onde foi necessário reconhecer previamente potenciais atores relacionados à Cooperart e à AGMA.

Foi de extrema importância atentar para o entendimento destas organizações ou articulações. Os EEs citaram estes atores, positiva ou negativamente, sobre aspectos diferenciados incluso nos roteiros de grupos focais ou questionários de entrevistas. Assim, tornou-se necessário ouvir também esses agentes, a fim de buscar pontos convergentes ou divergentes às exposições dos EEs. Ou seja, não se trata de buscar conclusões sobre qual ator tem a razão sobre determinado ponto, mas de poder aferir as relações entre estas organizações, articulações e EEs, inerentes à questão de pesquisa.

É preciso considerar que a maioria dos atores entrevistados é jovem e tem relação com políticas públicas instituídas em 2003, como a SENAES. Esta é derivada da fase de estudos e articulações realizadas para a formação de um eventual Governo Lula, em

2002, e dos dois primeiros Fóruns Sociais Mundiais, de 2001 e 2002. A Incubadora foi criada ao final de 2005. A Coohperart iniciou atuação informal em 2000, registrando-se como cooperativa apenas em 2005. AGMA ainda é grupo informal e iniciou atuação no começo de 2006, iniciando vendas em feiras regionais no segundo semestre de 2006. Apenas o Movimento Nacional de Luta pela Moradia tem cerca de 20 anos de atuação, mas teve aprovada a vinda oficial do Movimento para o DF, em 2004. O Fórum de ES do DF é fruto dos esforços de pesquisadores, trabalhadores e organizações que já estavam inseridas nas discussões e atividades em prol da ES.

#### 4.3.1) Incubadora Solidária da UnB

Antes da definição dos EEs a serem investigados, estava praticamente certa a opção de entrevistar um representante da Incubadora, haja vista a sua atuação direta como mecanismo de intervenção da UnB, no universo da pesquisa. Esta opção virou definitiva logo após a conversa inicial realizada na Coohperart e na AGMA, devido às muitas citações sobre a organização, que auxiliam na busca e compreensão do objeto de pesquisa. Dentro do modelo do estudo, a Incubadora é prioritariamente uma Assessoria, no âmbito INTER.

Como expresso anteriormente, a Incubadora Social e Solidária da UnB passou a atuar em dezembro de 2005, como uma vertente da Multincubadora de Empresas da UnB. Os recursos para o primeiro ano de trabalho são advindos do Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT.

A idéia força da Incubadora é unir inclusão social e desenvolvimento tecnológico. Neste sentido, a promoção e aplicação dos conceitos de ES e gestão é direcionada especialmente a populações e comunidades excluídas por “sexo, religião, cor da pele, deficiência, classe social, analfabetismo lingüístico ou digital entre outras formas de preconceitos e barreiras sociais” (ACS-UnB, 2005). Esta é a faceta principal da organização, mas não se pode esquecer que a ES não existe apenas como alternativa de resgate destas populações. A re inserção produtiva e a geração de emprego e renda, dentro dos padrões e valores disseminados pela ES, precisa chegar a um contingente de desempregados que vai além dos grupos considerados minoritários.

A Incubadora hoje trabalha basicamente em duas áreas prioritárias: a comercialização e a capacitação para design e vendas. Oficialmente, é um programa do Centro de apoio de Desenvolvimento Tecnológico da UnB - CDT. Este é um

mecanismo que catalisa o fechamento de convênios dentro da Universidade, visto que o Centro prescinde legalmente das tradicionais Fundação Universitária de Brasília - FUBRA e Fundação Universidade de Brasília - FUB. Então, a Incubadora está vinculada ao CDT e não tem autonomia oficial, mas tem, pelo contexto do Centro, autonomia junto à UnB.

A Incubadora obedece à estrutura institucional do CDT, incluindo diretor, vice-diretora, e o gerente da Multincubadora. O entrevistado é o Coordenador de ES e abaixo dele há os facilitadores e bolsistas.

A Incubadora atende atualmente 20 EEs em todo o DF e Entorno. São três EEs em São Sebastião, dois em Planaltina, um em Sobradinho, um no Paranoá, um no Itapoã, um na Ceilândia, um em Taguatinga, um na Samambaia, dois no Recanto das Emas - justamente os EEs investigados, um no Gama, um no Novo Gama, um no Lago Azul, um na Cidade Ocidental - região do Entorno, um em Santa Maria e dois no Varjão.

Até a semana anterior à entrevista, em dezembro de 2006, eram 21 EEs atendidos, porém um EE de Planaltina encerrou atividades, a Coopermalhas. Este é um apenas um dos muitos exemplos da alta mortalidade dos EEs no DF. O outro exemplo, em Ceilândia, é a desistência do grupo Mandacarú, também atendido pela Incubadora. Até a entrevista, este EE ainda estava contabilizado nos 20 contemplados, mas já se sabia da suspensão das atividades. Neste momento, foi necessário iniciar a procura por outro EE com características similares, até se chegar à AGMA.

#### 4.3.2) Movimento Nacional de Luta pela Moradia – MNLM

A necessidade de entrevista com o MNLM surgiu depois da conversa de reconhecimento junto à Coohperart. Neste primeiro momento de investigação em campo, foram várias as citações da cooperativa sobre o Movimento, pela sua ligação com a vertente de Habitação. O MNLM entra como elemento local colaborador, no âmbito INTER, da pesquisa.

A entrevistada é integrante da Executiva Nacional e Coordenadora Regional do DF, pelo Movimento. O MNLM existe informalmente há mais de 20 anos através das associações de moradores, movimentos de luta. É um movimento nacional, tem suas atividades em 14 estados. Porém, foi oficializado em julho de 1990, com o primeiro encontro Nacional realizado em Goiânia. O Movimento surgiu da necessidade da luta pela moradia, reforma urbana, saneamento e qualidade de vida.

O MNLM participou das discussões e articulações para a criação do Ministério das Cidades, e tem assento garantido no Conselho das Cidades, o que possibilita uma maior inserção do Movimento na formulação, implementação e avaliação de políticas públicas específicas, como o Fundo Nacional da Habitação de Interesse Social.

Segundo a entrevistada, o Movimento atua de maneira diversa de 20 anos atrás. Atualmente, o MNLM possui um assento no Conselho das Cidades que, de acordo com o depoimento, discute a cidade como um todo e não só a moradia, mas também saneamento, saúde, ou seja, a habitação como qualidade de vida. Então ele busca ver a cidade como um todo. O Conselho se reúne a cada três meses e trata as políticas de habitação, saneamento e reforma urbana, dentro do Ministério das Cidades. A principal demanda do MNLM é a moradia e a segunda é a regularização fundiária. A entrevistada coloca que até 2004, o movimento como um todo obteve habitação e moradia para 1,5 milhão de pessoas.

O MNLM está estabelecido como Movimento Popular, ou seja, não tem personalidade jurídica reconhecida. Tem uma representação na questão jurídica para convênios, chamada SAM - Sociedade de Apoio à Luta pela Moradia. Os Movimentos e Coordenações Estaduais seguem as diretrizes do Movimento Nacional. Há um regimento, planos e bandeiras de luta que os estados devem reproduzir em suas agendas.

Ressalte-se que, nos quase cinco anos de atuação como grupo informal, a Coohperart atuou como parceira do Movimento, mas ampliou a interface em 2004, depois de plenária nacional em que o Movimento no DF obteve cadeira oficial, por votação, entre os nove estados titulares, dos 14 integrantes.

#### 4.3.3) Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES

A definição pela investigação complementar junto à SENAES partiu de citações esparsas dos EEs analisados, mas também devido ao fato da Secretaria ser o mais representativo agente oficial do Governo Federal, no tema ES. E os atores de Governo fazem parte do âmbito INTER, no modelo de estudo.

A SENAES é um espaço de governo criado no Ministério do Trabalho e Emprego, em abril de 2003, e efetivado no final de junho de 2003, instituído no mesmo ato pelo Conselho Nacional de Economia Solidária – CNES.

As articulações para a sua criação foram iniciadas no Fórum Social Mundial em 2001, onde foi elaborada uma pauta geral de ES. No segundo, em 2002, essa pauta foi aceita pela organização geral do Fórum e foi criado um eixo temático de ES. A materialização desta pauta, segundo o entrevistado, foi facilitada com a eleição do presidente Lula, até a instituição da Secretaria em 2003. A SENAES é uma Secretaria do Ministério do Trabalho e Emprego - MTE, que compõe sua agenda pelo fomento à geração de trabalho e renda, de redes de comercialização, políticas públicas, recuperação de empresas, e sistemas de informação de ES.

A operacionalização da SENAES, junto aos EEs, Fóruns nacional e estaduais e outros mecanismos de ES se dá por convênios, especialmente junto à Fundação Banco do Brasil - FBB. O caminho convênio existe para agilizar a execução do orçamento federal. Isto é, este orçamento não representa fundo próprio. O Tesouro repassa recursos para o Ministério do Trabalho e Emprego, que por sua vez os repassa à SENAES.

#### 4.3.4) Fórum de Economia Solidária do DF

A decisão de investigar o Fórum local de ES, se deve especialmente ao fato de este ser um mecanismo de articulação social e política dos EEs locais, vinculado ao Fórum Brasileiro de ES - FBES. O Fórum não tem personalidade jurídica; é uma articulação entre EEs e atores de ES e faz parte do Movimento Nacional de ES.

A constituição e funcionamento do FBES e do Fórum do DF são paralelas à instituição da SENAES, pois são produto das mesmas discussões, articulações e acontecimentos políticos que deram origem à Secretaria. Tanto que o FBES também foi efetivado em junho de 2003, na III Plenária de Economia Solidária, e hoje está nos 27 estados. O Fórum local, segundo o entrevistado, foi efetivado no dia 29 de maio de 2003.

Os valores e princípios institucionais são similares aos trabalhos no referencial teórico de ES, contido neste estudo, e também sinônimos dos valores relatados pela Incubadora e pela SENAES. Exemplos são a auto-gestão, a democracia, a cooperação, a valorização da diversidade sexual e religiosa, e a valorização da mulher (FBES, 2003).

Dos 60 EEs do DF, participantes do Fórum local de ES, cerca de 70% são das Regiões Administrativas (RA's) do DF e 30% do Entorno.

#### **4.4) Percepções sobre Economia Solidária**

Observou-se uma falta de compreensão conceitual da ES nos EEs. Contudo, não é uma característica que ateste, necessariamente, uma grande lacuna entre os objetivos expressos nas políticas públicas e as articulações de rede relativas ao tema. Os EEs naturalmente, e como constatado nas entrevistas com as líderes e nos grupos focais, realizam ES mesmo sem um trânsito conceitual significativo. Então, o caminho parte de uma prática coletiva entre pares que formam um grupo, buscando o seu fortalecimento. Neste processo, o entendimento da ES, pelos EEs - por meio das políticas públicas e assessorias, como SENAES, Fórum e Incubadora - pode ser fortalecido. Já no caso da SENAES, Fórum local de ES e Incubadora, percebe-se um caminho de aprendizado contrário, aos EEs. Este caminho parte do conceito e da prática de uma política jovem, em termos de formulação, implementação e avaliação, para a prática localizada nos EEs.

##### **4.4.1) Coohperart e AGMA**

Para a líder da Coohperart, ES significa trabalho coletivo, onde devem atuar conjuntamente os artesãos, o Governo do Estado e os municípios. Para ela, “só vai funcionar quando todos souberem que ela existe e trabalhar em conjunto (...) tem que conhecer aquilo e em que você participa”. Para a líder, a ES ainda não acontece de fato. As participantes dos grupos focais vão na mesma linha. Elas dizem: “a experiência é muito pouca e fica só no discurso (...) (...) a liderança do Fórum fica só no discurso. Não vi experiência, por isso não vamos participar da Rede”. Estas manifestações convergem a uma crítica principal, esmiuçada nas análises INTRA, INTER e SUPRA: a distância entre discurso e prática da ES.

Mesmo com a maioria das integrantes da Coohperart não tendo ouvido falar sobre o termo ou discordando dos mecanismos de ES por elas conhecidos, há uma exposição clara sobre os significados pessoais dados à ES. Em outras palavras, é interessante observar que valores relativos à ES são citados indiretamente, sobre o entendimento das participantes do primeiro grupo focal da Coohperart, sobre o que é trabalhar de forma solidária. Para elas, significa “ajudar a outra na dificuldade, ajudar no momento em que o outro precisa. É a união...dar a mão um ao outro...união”. O trabalho solidário e a confiança entre as integrantes são componentes principais do entendimento de coletividade, segundo as perspectivas das entrevistadas.



As participantes do segundo grupo também não conhecem a Economia Solidária como conceito, mas quando se fala de princípios da ES associados à própria cooperativa, a participação acontece. Para elas, ES é “solidariedade, é ajuda mútua, ajuda em conjunto (...) eu preciso de algo e cada um tem o algo do outro, precisa que existe a troca”. As quatro integrantes deste grupo deram nota nove, para o EE. Não deram dez devido à culpabilidade imposta por elas aos próprios cooperados da vertente habitacional, pela falta de presença em reuniões e participação mais engajada dos mesmos para a consecução dos objetivos. Estes pontos são aprofundados nas análises INTRA Coohperart.

Na AGMA, as poucas referências das participantes sobre a ES estão relacionadas à Incubadora Solidária. Pelas palavras da líder: “a UnB que me levou à ES. já fui em quatro fóruns”. É ponto comum entre a líder e as participantes que o EE já produzia, se relacionava no ambiente de trabalho e tinha princípios, na prática, diferentes de uma empresa tradicional. Na manifestação da líder: “a ES, pra mim é uma coisa que a gente tava fazendo desde o início, que a gente começou aqui, não é hoje que a gente tá fazendo isso aqui. É uma troca de sabedorias”.

Para a Coohperart, a atuação dentro de parâmetros diferenciados de empresas ditas capitalistas, não significa praticar a ES na mesma medida que a AGMA cita praticar - anteriormente a tomar conhecimento do conceito. A Coohperart localiza a ES de duas maneiras. Dentro da perspectiva das organizações que lideram a estruturação conceitual e instrumental no DF, o pendor é negativo pela atuação do Fórum de ES local, SENAES e Secretaria de Trabalho do DF. Porém, o pendor é positivo pela relação com a Incubadora, porque a Incubadora é uma organização reconhecida como técnica, que auxilia os EEs na incorporação real do conceito. Quer dizer, atende especificamente a Coohperart dentro de suas necessidades. A ES, nesse sentido, se torna tangível para o EE. Este ponto é aprofundado na análise INTER.

Pode-se dizer que, para Coohperart e AGMA, a ES acontece de fato dentro dos EEs. Para a cooperativa, a ES não representa uma realidade no DF, apenas em outros estados, como o RS e alguns do Nordeste. Isso, pela perspectiva da líder e das integrantes que mais se manifestaram nos grupos focais. Outras participantes afirmaram conhecer ou ter ouvido falar de outros EEs, mas não souberam informar com exatidão.

Nas exposições da líder e integrantes da AGMA, não há veemência nas respostas sobre o conhecimento da ES como realidade no DF. Apenas alguns EEs foram citados de maneira pontual. O único empreendimento que aparece na fala dos EEs estudados é a

Escola de Samba Aruremas, do Recanto das Emas, que também atua em Habitação e Artesanato. As referências de integrantes da Coohperart remetem a atendimento e estrutura de má qualidade, tendo algumas saído da mesma e ido para a cooperativa. Na AGMA é o oposto. A líder referencia o EE como onde a ES “acontece faz tempo”. Também cita uma das representantes da Escola de Samba como quem a levou ao primeiro evento de ES dentro da UnB. O MNLM também citou a Escola de Samba como organização atuante na luta pelos direitos em Habitação.

#### 4.4.2) Movimento Nacional de Luta pela Moradia – MNLM

A entrevistada do MNLM reproduz a perspectiva de sua parceira Coohperart, quando o assunto é a ES. Para ela, a ES como prática “ainda está engatinhando e precisa de muitas adequações, porque ela foi pensada para um universo geral e global (...) tem realidades diferentes em cada localidade”. Neste ponto, a perspectiva da entrevistada toca a questão sobre a necessidade de se entender as comunidades locais, antes de formular e implementar políticas públicas de ES. Além disso, a interlocutora aponta a necessidade de maior capacitação e formação do movimento de EE, especialmente nos municípios distantes dos grandes centros, para diminuir a dependência de agentes externos que fomentem a ES nestas localidades, a fim de que mais e melhores redes de ES se formem.

A entrevistada ainda ressaltava um ponto positivo, também manifestado pela AGMA, mas não enfatizado pela Coohperart. A visão de que “a ES veio dar um basta na informalidade, ensinar como se organizar para ganhar dinheiro, pra agregar valor aos produtos”. A AGMA aborda a questão enfatizando a prioridade de sair da informalidade, pela segurança e oportunidades que o simples registro, a obtenção de CNPJ traz.

#### 4.4.3) Incubadora Social e Solidária da UnB

Para o entrevistado, “a ES é uma maneira de trabalhar coletivamente e, por isso, gera produtos, serviços, bens riqueza de maneira diferenciada que não a hegemonicamente construída no capitalismo”. Para ele, a ES é uma alternativa à exploração, ao desemprego, e à exclusão, mas ainda não representa uma estrutura sistematizada nacional e internacionalmente que possa combater o Capitalismo.

Neste contexto, ele ressalta ainda ponto importante sobre as possíveis diferenças entre empresas tradicionais e EEs, quando afirma a necessidade de laços de confiança “muito maiores” dentro dos EEs, em comparação aos laços necessários para a atuação dentro da de uma empresa.

#### 4.4.4) Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES

O entrevistado da SENAES alça a ES à representação de “uma sociedade não capitalista onde (...) o trabalho deixa de ser uma punição ou uma obrigação formal para ser parte de um espaço de realização coletiva”. Para ele, a ES é um projeto de militância, resgate e definição da bandeira socialista, no sentido de proposição de padrões mais igualitários e equânimes para todos. A ES, neste contexto, seria uma maneira de produzir formas diferenciadas de mediação das diferenças e desigualdades sociais.

Ele expõe diferenças entre empresas e EEs que, de alguma forma, aprofundam aspectos também abordados pelos EEs, Incubadora, MNLM e Fórum. Nas empresas, ele expõe um maior grau de desconhecimento do processo produtivo, uma participação restrita nos lucros e um menor poder de decisão e autonomia. São aspectos relevantes que desembocam em uma capacidade limitada do espaço de trabalho, pelo profissional nele inserido. No contexto de ES analisado nos EEs, questões como a hierarquia, conforme expressa principalmente no item 4.4, são alteradas para parâmetros mais horizontais, onde o chefe só se mantém no cargo se reconhecido como líder pela maioria dos integrantes do EE. Neste contexto, o líder recebe como todos os outros participantes - por produção. Ademais, é também reconhecida nas análises o maior envolvimento do EE com seus produtos do que as empresas capitalistas. Simplesmente porque o integrante do EE participa de todo o processo produtivo, desde a criação, até a venda. O produto é dele, não é de outra pessoa.

#### 4.4.5) Fórum de Economia Solidária do DF

O entrevistado define a ES como “um processo de transformação da sociedade, onde você pode ter melhoria de qualidade de vida e vislumbrar um mundo melhor”. Para ele, a ES tem, em todos os seus princípios, a valorização do trabalho humano, a preocupação com o meio ambiente e o trabalho coletivo de conscientização orientado para a melhoria da qualidade de vida.

Ele também enfatiza questão levantada pelo MNLM, que é a urgência de mais intervenções governamentais que trabalhem o levantamento de necessidades e demandas locais, antes da formulação e implementação de programas e políticas de ES.

#### 4.5) Análise do Ambiente INTRA Institucional

Ambiente	Categorias de Análise	Tópicos Relevantes
Ambiente INTRA Institucional	Tipos de manifestação do Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transformação de Grupo Informal em Pessoa Jurídica</li> <li>- Percepção do Artesanato como oportunidade profissional, para melhoria da saúde mental, da auto-estima e da qualidade de vida</li> <li>- Reconhecimento de Lideranças</li> <li>- Relações humanas entre os membros, suas famílias e o próprio EE</li> <li>- Sistema flexível de trabalho, na Coohperart</li> </ul>
	Formas de utilização e aplicação do Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento de Laços</li> <li>- Atuação conjunta para a tomada de decisões</li> </ul>
	Situações de fragilização (-) e fortalecimento (+) do Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relação com os cooperados de Habitação, na Coohperart (-)</li> <li>- Artesanato e Serviços como único caminho, não como opção, na Coohperart (-)</li> <li>- Falta de procedimentos de gestão padronizados na AGMA (-)</li> <li>- Roda de Mulheres, na AGMA (+)</li> <li>- Artesanato como meio de realização efetiva de inserção, na AGMA (+)</li> </ul>

Tabela 01 – Capital Social no âmbito INTRA institucional

##### 4.5.1) Considerações Gerais

Tomando-se os elementos analisados e dispostos no Quadro 01, pode-se dizer o Ciclo de Mercado Social INTRA empreendimentos - figura 2 deste estudo - acontece de fato nos EEs investigados. Os EEs AGMA e Coohperart atuam como verdadeiros agentes de transformação social e humana para seus integrantes, porque repassam novos conhecimentos, atitudes e práticas que desembocam em trabalho solidário, Endividamento Positivo e Horizontalidade. Os participantes adotam estas novas práticas e lucram com isso. Lucram financeiramente, pela inserção produtiva, e afetivamente, pelos vínculos e laços afetivos adquiridos e reforçados juntos aos colegas, e permeados

nas próprias famílias. Conseqüentemente, a comunidade do Recanto das Emas lucra, com indivíduos e famílias mais felizes, produtivas e com mais recursos financeiros disponíveis para uso dentro da comunidade.

Nesse processo, o Capital Social é elemento principal para a sobrevivência dos EEs, e onde a influência é mais facilmente perceptível. Isso se explica, primeiramente pelo fato de que no ambiente INTRA estão concentradas as questões mais relacionadas ao dia-a-dia das participantes. Exemplos destas questões são as dificuldades enfrentadas pelos empreendimentos, suas conquistas, os mecanismos de cotização dos dividendos da venda, as questões de confiança entre membros, entre outras. Estes assuntos fazem parte do cotidiano dos EEs para toda e qualquer participante. Diferente de discussões mais aprofundadas sobre parceiros, clientes ou mesmo questões mais teóricas, sobre a ES. Em síntese, o CS INTRA permite uma re socialização gerada pela oportunidade de atuação no EE, e pelas normas e regras internas de gestão, formalizadas ou não.

#### 4.5.2) Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho – COOHPERART

##### 4.5.2.1) Tipos de Manifestação do Capital Social

###### *- Transformação de Grupo Informal em Pessoa Jurídica*

Como disposto no projeto de pesquisa, a Coohperart possui um nível de organização geral bastante avançado em relação à AGMA, o que satisfaz o intento de investigação, de se analisar um EE incipiente em termos organizacionais e um com funcionamento mais complexo. Somente o fato da Coohperart possuir pessoa jurídica já a caracteriza como um EE mais maduro em relação à AGMA. Isso está refletido nos trechos onde a líder da Coohperart fala sobre seu histórico, nas participantes dos grupos focais, e nos documentos institucionais, como a ata de fundação. Segundo a líder e integrantes, a legalização do empreendimento foi considerada prioridade desde 2002, quando a Coohperart já tinha dois anos de atuação como grupo informal.

Esta prioridade se deve ao EE ter percebido a necessidade buscar mais recursos junto a parceiros. Sem CNPJ o crescimento do EE seria prejudicado. Potenciais benefícios foram constatados pelas participantes, como o CNPJ. “O CNPJ é como se fosse uma identidade da pessoa. Precisa que existe a parte legal com normas para a instituição crescer”, ou “o CNPJ é muito importante em vários aspectos. Por isso somos

uma cooperativa mista e podemos nos organizar melhor”, por fim, “a melhor parte foi no dia 02/02/2005 quando conseguimos legalizar, registrar a cooperativa”, embora trabalhem desde 2000.

Este ponto já mostra CS, traduzido em união coletiva das integrantes da Cooherart, para a busca da legalização do EE. Sem forte CS INTRA, ou seja, sem vínculos afetivos e de confiança entre as participantes, dificilmente o CNPJ seria uma conquista realizada e relatada pelo grupo.

*- Percepção do Artesanato como oportunidade profissional, para melhoria da saúde mental, da auto-estima e da qualidade de vida*

A fala de uma participante de grupo focal sobre a missão da Cooherart, sintetiza as falas da líder do EE e das outras integrantes: “nosso maior objetivo é a luta pela moradia e a geração de emprego e renda”. A citação resume a atuação dentro das três áreas da cooperativa: Habitação - vertente mais estruturada e que rendeu mais benefícios materiais, até o momento desta investigação; Artesanato - área onde os maiores esforços organizacionais estão concentrados no estágio vigente; e a Prestação de Serviços, vertente que também está em processo de desenvolvimento. Em suma, os esforços em Artesanato e Prestação de Serviços não têm sido recompensados financeiramente, em medida que garantam aos seus participantes recursos contínuos.

Para a líder, há dificuldades para planejar, executar e criar estrutura fixa de atendimento em escala para os cooperados de Artesanato. Para ela, “o artesanato não é emprego, é ocupação e fonte de renda, a maioria vê no artesanato e nos serviços de eventos uma renda extra”. Esta visão é semelhante aos pontos de vista das participantes dos grupos focais. Contudo, a percepção dos benefícios gerados pelo EE, pelas cooperadas de Artesanato, não se limita à ocupação pontual e renda extra. As integrantes percebem o Artesanato como oportunidade profissional e como veículo para a melhoria da qualidade de vida, individual e do grupo.

Para uma integrante, “além do aprendizado a Cooherart ajudou a ganhar dinheiro”. Para outra, na cooperativa há “a chance de aprender (...) a cooperar, de ajudar um ao outro”. Um terceira expõe que “as pessoas que entram na cooperativa aumentam a auto-estima, não é só trabalho, você se distrai com as colegas, você usa a mente para usar coisas diferentes, novas (...) você possui liberdade para criar”. Uma quarta, afirma: “isso é colaboração, respeito pelos outros, esperança de sucesso, entusiasmo, a

solidariedade ajudou uns aos outros”. Mais uma: “hoje a gente trabalha para a “minha empresa”. Outra: “serve para levantar a auto-estima dos colegas que nunca trabalharam fora, é uma terapia”. “É mesmo uma terapia, faz com que tenha planos para o que fazer no outro dia (...) isso só ajuda a gente”.

Estas são apenas manifestações das questões em que se pergunta sobre possíveis benefícios gerados pela cooperativa, focos e objetivos de atuação. Praticamente todas as integrantes dos dois grupos focais, ou afirmaram diretamente benefícios como os citados acima ou aquiesceram às manifestações das colegas. São exemplos claros da influência do CS no âmbito INTRA, seja entre colegas, seja entre integrantes e EE, que maximiza o potencial de transformação e desenvolvimento do grupo. Aqui, faz-se a ponte com a Dinâmica da Dádiva, de Girard-Nunes (2004a), onde as participantes têm a consciência de dar e receber respeito e apoio umas às outras, sem coação ou imposição.

O mesmo padrão de manifestações similares entre líder e participantes acontece quando questionadas sobre os desafios do EE e a rotina administrativa básica da cooperativa. As participantes mostraram conhecer as principais dinâmicas administrativas de funcionamento da Cooperativa, como sobre as taxas de habitação, a dinâmica de cotização do artesanato, e os problemas enfrentados nas tentativas de fortalecimento de Artesanato e de Serviços, além das dificuldades enfrentadas para o alcance de maior participação dos cooperados de Habitação.

#### *- Reconhecimento de Lideranças*

Há inúmeras referências à importância da líder Simone. Tanto sobre funções desempenhadas no gerenciamento do EE, quanto sobre funções de luta política para a conquista de benefícios. São citações que corroboram as colocações da representante sobre o seu exercício. Entre elas, ”a Simone nem conhecia a gente e abriu as portas (...) deixou a gente entrar”; “cada uma tem sua sacolinha e a Simone anota o controle de qualidade e de produção. Se o produto é mal feito, é desmanchado ou encaminha a pessoa para outro serviço”; “A Simone (...) traz informações dos clientes e amigos e pesquisa para que seja melhorada peça no visual e na produção”; “a Coohperart dá liberdade e a Simone monitora. É muito trabalho e o líder deve acompanhar o serviço prestado”.

Uma citação chamou atenção sobre a divisão de tarefas. Uma das participantes afirmou, com aquiescência das demais, que dentro da cooperativa há a identificação de

líderes com perfis específicos, nas três áreas de atuação, que são treinados e chamados a serem líderes de grupos.

Um trecho da fala do entrevistado da Incubadora resume o reconhecimento das lideranças nos EEs e a efetiva participação destas lideranças na produção do EE: “na empresa o chefe pode ser o que menos faz coisa...nos grupos não. o chefe é o que carrega o piano”. As líderes dos EEs investigados, tanto a Coohperart quanto a AGMA, ganham de acordo com a produção, de forma cotizada e equivalente a todas as outras integrantes.

*- Relações humanas entre os membros, suas famílias e o próprio EE*

O CS se manifesta também nas relações afetivas entre os membros e suas famílias. O Capital Social serve como motor para o estreitamento de vínculos entre as cooperadas, que o levam para seus núcleos familiares. Melhoram as relações das participantes com seus parceiros e filhos. Desta forma, essa manifestação de CS também influencia a otimização da produção.

Este é um ponto consolidado, a julgar pelas manifestações das participantes: “a cooperativa é boa porque (...) é uma oportunidade para ter alguma coisa e fazer amizade”. Para outra, “a amizade ajuda muito (...) gera a integração da família, vizinhos e abre o leque de trabalho”. “A cooperativa é uma rede de aprendizado das pessoas próximas umas das outras”. “Depois daqui a gente volta melhor pra casa. A família participa, filhos, pais, mães, até marido ajuda a fazer o trabalho. Olha e valoriza”. Em síntese, a confiança e o bem-querer entre membros são reproduzidos, no âmbito INTRA EE, através dos atos e da participação. E estes elementos são naturalmente estendidos às famílias.

Contudo, um ingrediente indispensável à conquista de CS - por meio da confiança e compromisso entre membros - é o tempo. Como coloca a líder: “é interessante quando já venha indicado (o cooperado), porque não é qualquer pessoa que vai chegar (...) com projeto de vida e juntar isso com projeto que a gente faz com tanto carinho”. Em outras palavras, um preceito definitivo de confiança percebido entre as participantes é a convivência.



- *Sistema flexível de trabalho*

A convivência resulta na confiança entre membros e permite à Coohperart atuar com um sistema flexível de trabalho. Esta convivência se agrega bem ao sistema flexível de trabalho do EE, permitindo uma maior interface entre as participantes, durante a atividade produtiva. A qualidade dessa interlocução permite às integrantes ouvir e manifestar mais aspectos da própria vida, profissional e pessoal, de maneira considerada saudável pelas mesmas. Ou seja, sem que o compromisso com o trabalho e o EE seja maculado. Para elas é fundamental poder “conhecer a vida umas das outras (...), falar da vida, conversar, sabendo respeitar o espaço do outro. (Porém) Na hora do trabalho não é a família que está trabalhando, mas são os cooperados”.

Nesta linha, a maior qualidade do processo de trabalho proporcionado pelo EE - apontado pela líder - é a flexibilidade, traduzida como a liberdade no horário de produção, que não significa não produção, até porque os dividendos individuais são conquistados em cotização, ou seja, por percentual ganho em cada peça produzida, mas com clareza do mecanismo de “escala de horário e acordo”. Além disso, agregue-se o controle de qualidade empregado pela líder e reconhecido como positivo pelas demais, no item de Reconhecimento de Lideranças.

Este também foi um ponto comentado na entrevista e grupo focal da AGMA, mas não com a intensidade coletiva realizada na Coohperart.

#### 4.5.2.2) Formas de Utilização e Aplicação do Capital Social

- *Fortalecimento de Laços*

O CS manifestado dentro do EE é utilizado para fortalecer as relações humanas entre as integrantes, sejam orientadas para a produção e atuação pela cooperativa; sejam orientadas para a evasão, isto é, o relaxamento por meio de conversas e desabafos; assim como para a transformação pessoal e familiar. Em alguma medida, este item parece igual ao 4.5.2.1, sobre as formas de manifestação do Capital Social, mas se faz importante abordar diretamente a aplicação deste CS manifestado, ainda que reiterando aspectos anteriormente postos.

Os benefícios citados e percebidos pela interlocutora líder do EE, sobre os integrantes que efetivamente participam das atividades de maneira engajada, parecem

significativos. Algumas dizem que o EE “salvou a vida”, pela melhoria da saúde mental, pelo fato da cooperativa prover atividades de lazer e descontração, percebidas muitas vezes como as próprias atividades laborais. Por outro lado, é citada a melhoria do ganho financeiro, pela atuação no empreendimento. As integrantes ainda citam elementos como redução da depressão, do isolamento, da falta de alternativa, como produtos diretos da participação. A líder coloca: “digo pro povo que salvou minha vida, eu tava hipertensa, pressão psicológica grande, problemas de saúde e de vida, mesmo, então abracei a causa”.

*- Atuação conjunta para a tomada de decisões*

Outro ponto em que o CS é aplicado, no dia a dia do EE, é a tomada de decisões em conjunto, não apenas pela condição expressa no Estatuto. Nas deliberações sobre rumos a tomar, utilização de recursos, priorização de atividades, os cooperados são chamados a participar. Isso é constatado na entrevista com a líder e os grupos focais. Reuniões com os cooperados de Artesanato e da Habitação são semanais. As maiores queixas, neste sentido, são de cooperadas sobre outros cooperados, pela falta de participação adequada nas reuniões da Habitação. Também a atuação dos líderes identificados nas três áreas mostra o CS aplicado para o fortalecimento da gestão participativa na Coohperart. Exemplos de líderes de apoio são Célia e Ana Sílvia, no Artesanato, e Ionete, na Habitação.

4.5.2.3) Situações de fragilização e fortalecimento do Capital Social

*- Relação com os cooperados de Habitação*

Líder e maioria das participantes da Coohperart não estão satisfeitas quanto ao CS manifestado entre os cooperados de Habitação. Líder e membros expõem que o EE atua segundo os princípios que dissemina, mas não há reconhecimento em medida equivalente de parte dos cooperados habitacionais. Este se torna um ponto de fragilização do CS porque a Habitação é a área de maior número de cooperados, com 160 membros. Nas reuniões, ela cita falta de presença e por vezes até dificuldade de quórum mínimo necessário para oficializar decisões estatutárias da cooperativa. Ela não cita como ponto principal negativo a inadimplência no pagamento da mensalidade

administrativa de R\$ 20,00. Para ela, a falta de participação e engajamento é o que mais dificulta o avanço nas questões institucionais relevantes, como a materialização dos projetos. Assim, os 40% de média, nas reuniões de Habitação, não atestam a união e a coletividade, quase consensual, do Artesanato. Ou seja, que desemboquem ou produzam postura e engajamento em prol de do EE.

Contudo, é preciso apontar alguns fatores que dificultem este engajamento. Em primeiro lugar, a linha de Habitação não está fundamentada em atividade produtiva que gere renda diretamente. No Artesanato, a geração de renda é um fator de fortalecimento de vínculos. Em segundo, a relação com os cooperados de habitação se dá com menos convívio, indicador que, no caso do Artesanato, intensifica as relações humanas dentro do empreendimento. Em terceiro, a baixa renda dos cooperados pode dificultar o pagamento da taxa mensal administrativa de R\$ 20,00, assim como o custo de transporte para a presença às reuniões semanais. Por último, um outro fator de ausência pode ser o sentimento de embaraço do cooperado inadimplente.

A questão, aqui, é conseguir fortalecer a percepção dos cooperados habitacionais de que a moradia é uma conquista, a qual não depende apenas dos recursos de capital social de associação e da taxa administrativa. É preciso fomentar o entendimento de que a obtenção de moradia está centrada no ativismo pró-ativo para a liberação de terrenos ou financiamentos facilitados pelos Governos, e no mutirão dos cooperados para a construção das habitações. Como benefício visto como principal, têm-se o não pagamento de aluguel, após a conquista da moradia.

O benefício maior percebido pelos cooperados de habitação é a casa própria, que só começa a se materializar no momento em que sai edital que permite a inauguração de um projeto. Ou seja, a relação de troca é menos dinâmica do que no Artesanato e na Prestação de Serviços. Nestas duas vertentes, a via de comunicação e de relacionamento é mais dinâmica, porque necessariamente precisa ser mais dinâmica, para que os benefícios sejam obtidos. Além disso, os caminhos e oportunidades de compra e venda de produtos são mais férteis do que os editais que tangibilizam os projetos de habitação. No caso da prestação de serviços, por exemplo, a relação de confiança da cooperativa com o cooperado tem que ser absoluta, porque são muito poucas, as vagas, e os cooperados indicados para os trabalhos passam por análise curricular e entrevista.

*- Artesanato e Serviços como único caminho, não como opção*

Está claro que o Artesanato gera fortalecimento do CS entre as participantes, suas famílias e o EE. Neste sentido, o Artesanato é reconhecido como alternativa de inserção no mercado de trabalho. Porém, em alguns momentos, é tido como caminho parcial e urgente. Foi necessário investigar as fragilidades intrínsecas ao Artesanato como fonte de renda, isto é, não como emprego formal. A própria líder da cooperativa afirma não conseguir se manter com os dividendos recebidos do EE. Inclusive, em determinados momentos, ela e as gestoras de apoio mais próximas afirmaram ter de aplicar recursos próprios, advindos de outras atividades produtivas.

A falta de recursos advindos do Artesanato é um fator que pode, em curto espaço de tempo, fazer morrer a vertente de Artesanato do EE. Assim, momentos marcantes para o EE, como a participação no Capital Fashion Week, principal evento de moda do DF, podem não ser suficientes, mesmo com toda a auto-estima e disposição gerada nas integrantes.

Quanto ao setor de Serviços, basta citar as palavras de uma líder de apoio, onde ela afirma que “o setor de Serviços do EE ainda está buscando qualificação e capacitação para (...) atender as pessoas lá fora”.

São questões que abrem margem para um ponto relevante de fragilização da Coohperart, que se reproduz na AGMA: a atuação no EE, como único caminho possível para a geração de emprego e renda. Isso, mesmo considerando as manifestações assertivas das integrantes, sobre o EE, e as possibilidades promovidas em termos de acesso à renda, melhoria da auto-estima e das relações familiares, entre outros elementos já citados. De forma pontual, houve exemplos citados pelas integrantes sobre colegas que deixaram o EE devido a emprego obtido em carteira profissional, e também outros que atuam no EE, mas tentam colocação no mercado de trabalho.

Assim, o CS INTRA EE influencia o fortalecimento da cooperativa, mas não é suficiente para a consolidação da ES como alternativa econômica. Um fator principal ainda é a renda fixa, a garantia de recursos financeiros contínuos e suficientes para o acesso a bens de consumo e a ampliação do sentimento de segurança, proporcionado pela atividade produtiva.

Este quesito é abordado na fala do entrevistado da SENAES, quando este coloca dois desafios principais na atuação do participante em empreendimentos solidários. Em

primeiro, a dificuldade de trabalhar pela viabilização de um EE incipiente, sem garantia de renda fixa, em um contexto alternativo. Em segundo, a capacidade psicológica para atuar dentro de princípios de auto-gestão, solidariedade, coletividade “e um monte de outras coisas que uma empresa tradicional não é”. Aqui também vale ressaltar uma analogia realizada pelo entrevistado do Fórum, entre a ES realizada na prática, pelos EEs, e o meio Sindical. Ele coloca que a ES mantém os princípios coletivos, mas com processo mais participativo, mais humano e menos autoritário, do que ocorre nos sindicatos.

#### 4.5.3) Associação Grão Mulheres em Ação – AGMA

##### 4.5.3.1) Tipos de manifestação do Capital Social

###### *- Transformação de Grupo Informal em Pessoa Jurídica*

A obtenção de CNPJ ajudará no fortalecimento do EE, segundo a líder e as integrantes. Porém, é a prioridade número um depois do desafio de pagamento o aluguel, “que até bem pouquinho a gente tinha pago como ajuda”. A realização do grupo focal aconteceu justamente na época em que a parceria para o pagamento do aluguel de R\$ 200,00 chegava ao fim. Assim, a formalização do EE ainda parece distante frente ao desafio iminente que o aluguel representa. Para líder e integrantes, os resultados da formalização serão o aumento da segurança, no sentido de perceberem-se atuando dentro e por uma organização; a ampliação de possibilidades comerciais e o aumento de interesse das participantes. Mais informações sobre este assunto estão relacionadas no item a seguir, tópico Atuação Conjunta para a Tomada de Decisões.

###### *- Percepção do Artesanato como oportunidade profissional, para melhoria da saúde mental, da auto-estima e da qualidade de vida*

A relação com o trabalho e a perspectiva financeira parece mais intensa do que na Coohperart. Isto é, as integrantes se manifestaram de maneira mais veemente sobre a prática artesanal, como trabalho efetivo, e menos do que uma forma de geração de renda pontual. Isso porque, parafraseando as palavras da líder, a obtenção de empregos em

empresas tradicionais para mulheres, mães, próximas dos 40 anos, sem qualificação profissional, é um obstáculo quase intransponível.

Este fator foi, segundo ela, o maior motivador para a formação do grupo: “vou fazer alguma coisa pra que essas mulheres tenha dignidade (...) o objetivo é esse: trabalho e renda, tinha mãe sem dinheiro para comprar o pão e o leite dos filhos”. As integrantes parecem ter incorporado esse sentimento sobre o Artesanato como esperança para uma vida mais digna. Esta foi uma característica facilmente visível no grupo focal.

#### *- Reconhecimento de Lideranças*

Na AGMA, a liderança da representante principal é reconhecida em moldes equivalentes aos da Coohperart. É um reconhecimento que prescinde a uma hierarquia tradicional, onde o chefe manda e o chefiado obedece. Especialmente na AGMA, onde a única vertente em funcionamento é a do Artesanato, a líder adquire recursos financeiros igualmente às outras integrantes - por produção, com a mesma cota. Não se pode afirmar que o relacionamento entre membros e representante principal ocorra sem conflitos. Porém, pode-se afirmar que a líder é a principal referência individual das integrantes, no grupo focal realizado. Fica claro que há necessidade da existência da hierarquia, do reconhecimento de uma ou mais líderes pelas participantes dos EEs. Contudo, fica claro que o padrão está fundado em parâmetros horizontais de gestão.

Além disso, a líder, assim como gestoras de apoio, também reconhecidas pelas outras integrantes, corroboram a perspectiva de liderança exposta pelos entrevistados da Incubadora e da SENAES - itens 4.4.3 e 4.4.4, respectivamente. Estas diferenças apontadas entre os chefes de empresas capitalistas tradicionais e as líderes dos EEs é constatada nos EEs pesquisados. E o principal fator é a influência do Capital Social existente entre as líderes e os participantes dos EEs.

#### *- Relações entre membros, suas famílias e o EE*

No âmbito INTRA da AGMA, o primeiro tipo de manifestação de CS converge ao primeiro tipo de parceria essencial citada pelo entrevistado da SENAES: “as parcerias internas entre os próprios membros cooperados, (...) porque se não tiver confiança dentro do EE, a tendência dele é quebrar na próxima esquina”. O CS, entendido como laço de confiança pelo EE, existe e é reconhecido segundo a líder e integrantes: “através

de dinâmicas, do convívio (e da) transparência”. Em suma, pode-se dizer que a confiança se reproduz no dia a dia da AGMA.

A palavra mais utilizada no grupo focal do EE foi auto-estima, traduzida como “levantar o astral das mulheres”; “promoção da independência das participantes”; auto-percepção da capacidade das integrantes, e prazer, pura e simplesmente. São elogios proficuamente reproduzidos no grupo focal do EE. Neste sentido, as falas da Líder são plena e enfaticamente reproduzidas no GF. Ela diz: “a História do AGMA é a história da minha vida”. Esta manifestação resume as várias outras que atestam o EE como meio para redução de problemas pessoais. Desde a apresentação individual das participantes, passando diretamente pelas questões 05, 06, 12, 18, 23, 36, 37, 38, 45 e 50, do roteiro de perguntas.

#### 4.5.3.2) Formas de utilização e Aplicação do Capital Social

##### *- Fortalecimento de Laços*

Foram várias as manifestações sobre o esforço de muitas mulheres para irem à AGMA todos os dias pelos seus próprios pés, percorrendo grandes distâncias na ida e na volta por não terem recursos para o transporte. Inclusive, casos citados de senhoras que só interromperam a participação no EE devido à necessidade total de repouso por motivo de doença grave. É um tipo de esforço que pode inviabilizar a prática diária do trabalho no Empreendimento, pelo cansaço sentido por algumas integrantes. Isso não se refere ao esforço dispendido na produção, propriamente dito.

Aqui, o Capital Social age diretamente no fortalecimento da relação entre integrantes e organização. É um contexto onde o CS mostra-se essencial para a melhoria da qualidade de vida, não apenas das integrantes, mas também de suas famílias. Os benefícios percebidos são latentes, a começar da satisfação das participantes por simplesmente estarem ali, produzindo, sentindo-se, de alguma maneira, queridas e pertencentes a uma coletividade sem hierarquias tradicionais. Ademais, o horário é flexível e todas recebem de acordo com a própria produção. Daí, as inúmeras manifestações percebidas sobre melhoria em problemas de depressão, aumento da auto-estima, comparação da participação no EE à terapia, vontade de estar presente junto às colegas todos os dias, maior ânimo para a realização das atividades domésticas, melhoria na relação familiar, com parceiro e filhos. Isso sem falar na geração de renda

mínima, mesmo que espaçada, a qual é ponto crucial para a melhoria do padrão de vida das integrantes.

As manifestações mostram que a receptividade do EE, traduzida pela atenção e pela confiança, melhoram o lado emocional e profissional das integrantes, que repassam esses sentimentos às suas famílias. Uma delas diz: “estou muito mais feliz do que ficar só em casa. Não tem comparação (...) a convivência melhora com os filhos o com o marido, dentro de casa. Para outra: “a depressão tava tomando conta e o bordado acalmou. Elas (as integrantes) viram um outro horizonte”. Uma última: “elas já estão entrando aqui recebendo isso e já dão de volta também...é o acolhimento que recebem e passam para outros o mesmo carinho, a mesma a compreensão”.

Por fim, o CS manifestado no âmbito INTRA, se reflete e é utilizado para a defesa e a promoção, talvez, da causa maior da AGMA, que é a luta pelos direitos da mulher. Para a líder, a grande causa defendida pelo EE é “a mulher! Com todos os direitos”. Para uma integrante, esta causa “é a dignidade das mulheres”. Uma outra expõe que é o crescimento do indivíduo, pelo aprendizado, porque apenas ser dona de casa não as preenche. Uma outra participante citou até uma “nova lei” (Lei Maria da Penha), que amplia os direitos das mulheres agredidas e aumenta as penas para os agressores. São princípios interessantes que podem servir de base para uma maior abertura dos espaços de discussão de causas e políticas das mulheres. Nos âmbitos INTRA. INTER e SUPRA.

#### *- Atuação conjunta para a tomada de decisões*

Conforme entrevista com a Líder e grupo focal, pode-se dizer que, na AGMA, a maioria das decisões são tomadas em conjunto. Especialmente em relação à rotina administrativa. Neste sentido, a decisão e a postura das integrantes parecem estar concentradas para o pagamento do aluguel e, depois, o registro formal como organização. O encerramento da parceria para o aluguel foi, segundo a líder, em comum acordo com o parceiro. Este foi o principal desafio apontado pelas integrantes e apontado, inclusive, como condição para a continuação da participação das integrantes. Diz uma participante: “vai ser uma batalha. Aí que nós vamos ver quem vai ficar e quem comprou a briga, quem tá vestindo a camisa”. Neste contexto, cabe bem o principal objetivo atual do grupo, segundo a líder, que é buscar “Capital de giro para atender o mercado, a demanda”.



As funções mais significativas de gestão são realizadas pela Líder e por duas integrantes que fazem um aporte mais direto. Regularmente, segundo elas, é feita prestação de contas das atividades em reuniões semanais. Há uma divisão verbalizada das atividades principais, que parece legitimada pelas integrantes. A líder vai “atrás de benefícios para suprir as necessidades (...) mais imediatas”. Ellen e Patrícia, líderes de apoio, cuidam da segurança e utilização dos recursos financeiros, o que ajuda a minimizar o peso da representante principal. Além disso, há um mecanismo de fiscalização mútua, também verbal, no que tange à produção e à gestão, que possibilita a interface direta de qualquer participante com a líder.

#### 4.5.3.3) Situações de fragilização e fortalecimento do Capital Social

##### *- Falta de procedimentos de gestão padronizados*

Há problemas citados pela líder quando uma integrante não reconhece o resultado do esforço feito pelo EE. São questões que parecem se contrapor aos pontos positivos citados nos dois primeiros tópicos de análise da AGMA. “A gente aqui pede dois, cinco reais, que é uma mentalidade que todo mundo devia ter para pagar a luz e as coisas aqui, mas tem gente que não entende”. Contudo, a questão pode ser originada mais de uma falta natural de internalização de procedimentos, do que da indisposição das integrantes queixosas ao pagamento. Como acontece na Coohperart, a padronização e divisão das atividades relacionadas à gestão, assim como de taxas mínimas de manutenção, como para pagamento de aluguel e compra de matéria-prima, podem reduzir este tipo de percalço. Não se pode esquecer que o EE atua como grupo informal e ainda não completou um ano de vida. Precisa amadurecer quanto a sua gestão.

##### *- Roda de Mulheres*

Metodologias terapêuticas podem fortalecer o CS INTRA grupo e, conseqüentemente, o trabalho e a produção nos EEs. Esta é uma constatação realizada, a partir das manifestações favoráveis à Roda de Mulheres. A Roda de Mulheres foi uma dinâmica terapêutica levada ao EE pela Incubadora Social e Solidária da UnB - realizada por psicólogas também da Universidade - que foi de fundamental importância ao resgate e melhoria da auto-estima, do auto-conhecimento e do fortalecimento de CS

entre as participantes da AGMA. Suas manifestações atestam isso: “Essas meninas da UnB que vieram aqui pra Roda de Mulheres (...) nossa, fiquei assim apaixonada!”. Para outra, “esse grupo passa pra gente a auto-estima, porque a gente, às vezes, chega meio derrubado”.

A Roda funcionou durante oito semanas com duas dinâmicas semanais. Contudo, não há previsão de retorno pela necessidade, segundo as integrantes, de “reciclagem” da metodologia, e de que outros grupos de EEs possam receber a dinâmica. Aqui, encontra-se um ponto que mostra a impossibilidade da Incubadora, pela equipe e estrutura de apoio enxuta, de apoiar os EEs da forma que gostaria. Este aspecto é aprofundado nas análises do ambiente INTER EE.

*- Artesanato como meio de realização efetiva de inserção*

Na AGMA, ficam claros os benefícios do trabalho, como atividade produtiva, e oportunidade de crescimento intelectual, melhoria da saúde mental e das relações familiares. Como sugere o entrevistado da SENAES, “o trabalho passa a ser parte da vida e não um espaço separado da vida para que a vida ocorra em outros espaços que não o trabalho”. Ou seja, a preferência das integrantes, por vezes percebida, e não manifestada diretamente, pelo emprego tradicional, não reduz o valor apontado pela oportunidade dada pelo EE. Pelo contrário, pode-se dizer que a atuação e os frutos já conquistados, dentro do AGMA, alçaram suas integrantes a um novo patamar de desenvolvimento profissional e humano. No mínimo, a ES representa a realização efetiva e urgente de uma alternativa de inserção e de acesso. E o CS se mostra fundamental para a estruturação, viabilização e fortalecimento desta alternativa.

Vale ressaltar uma colocação do entrevistado do Fórum, em que o viés transformador, decorrente da participação nos EEs, pode ser tão significativo para o participante que, “mesmo que ele vá trabalhar no sistema tradicional capitalista ele vai com outro objetivo, com outro impulso, maior”.

#### 4.6) Análise do Ambiente INTER Institucional

Ambiente	Categorias de Análise	Tópicos Relevantes
Ambiente INTER Institucional	Tipos de manifestação do Capital Social	Cooherart: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Filtragem de Parcerias</i></li> <li>- <i>Forte parceria com o MNLM</i></li> <li>- <i>Laços tênues com a Incubadora</i></li> </ul>
		AGMA: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Incubadora: a única parceira</i></li> </ul>
	Formas de utilização e aplicação do Capital Social	Cooherart: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Relacionamento com a Comunidade Local</i></li> </ul>
		AGMA: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Relacionamento com a Comunidade Local</i></li> </ul>
	Situações de fragilização (-) e fortalecimento (+) do Capital Social	Cooherart: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Dificuldade em construir confiança com potenciais parceiros (-)</i></li> <li>- <i>Desgaste nas Relações com Governos Federal e Local (-)</i></li> <li>- <i>Lacunas de conteúdo com o MNLM (-)</i></li> <li>- <i>Relação com o Fórum de ES do DF (-)</i></li> </ul>
		AGMA: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Integração construída com a Incubadora (+)</i></li> <li>- <i>Dependência da Incubadora (-)</i></li> <li>- <i>Fórum de ES: conhecimento e participação parciais (-)</i></li> <li>- <i>Desconhecimento das Instâncias de ES do Governo (-)</i></li> <li>- <i>Parceria oculta (-)</i></li> </ul>

Tabela 02 – Capital Social no âmbito INTER institucional

##### 4.6.1) Considerações Gerais

Na vertente INTER EEs, analisa-se o CS manifestado nas relações organizações locais colaboradoras, financiadoras, de interface técnica direta, representantes de Governo e da comunidade local, e Movimentos Sociais.

A análise da reprodução do Ciclo de Mercado Social no ambiente INTER traz algumas constatações. Cada um dos EEs analisados tem apenas um parceiro que se possa afirmar como agente de transformação, pelo Capital Social que emerge das suas relações com os EEs. No caso da Cooherart, é o Movimento Nacional de Luta pela Moradia - MNLM. No caso da AGMA, é a Incubadora Social e Solidária da UnB.

Somente estas parceiras promoveram melhorias estruturais, quanto aos objetivos comerciais e as causas defendidas por ambos os EEs. Em outras palavras, a partir destas parcerias, houve quantificação e qualificação da postura de engajamento das integrantes em prol da sustentabilidade financeira dos EEs e do fortalecimento de suas missões sociais e políticas.

O ponto negativo principal, aferido nas análises deste tópico, são as referências negativas às instâncias governamentais federais e locais - caso Coohperart; e o desconhecimento destas instâncias - caso AGMA.

#### 4.6.2) Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho - COOHPERART

##### 4.6.2.1) Tipos de manifestação do Capital Social

###### *- Filtragem de Parcerias*

Atualmente, a Coohperart possui três parcerias. Nestas, o CS varia pelo nível de confiança que tem, o EE, na relação com estes parceiros. Em primeiro plano, como parceria elogiada e ressaltada pela cooperativa, está o MNLM - na área de Habitação. Em segundo lugar, a julgar pelas manifestações, está a Incubadora, que beneficia especialmente a vertente de Artesanato. É importante que a própria aceitação e citação do termo parceria mostra que existe, em alguma medida, uma ponte construída de CS. Isso não remete à inexistência de problemas nas relações INTER. Porém, mostra a capacidade do EE de relacionar-se com outras instituições, não somente para o recebimento de benefícios, mas contribuindo com suas vantagens comparativas. Para a líder e gestoras mais próximas “é como se fosse uma troca. A gente também vai conhecer o que o parceiro faz”.

O MNLM é parceiro do EE há quatro anos como apoio à participação política e à execução de projetos, para garantia de direitos de habitação. A Incubadora perfaz quatro meses de parceria no papel de assessoria técnica. Não há parceria financeira direta da Coohperart com qualquer organização.

Alem de MNLM e Incubadora, foi citado - apenas pela líder - o Projeto Sol Nascente. Na visão da líder, é um projeto que acontece com benefícios mútuos. “É um tipo de economia solidária (...) a gente doa material, doa o que a gente pode doar e que eles tão precisando e eles abrem espaço para a gente. Revertem”. A Sol Nascente é uma

creche, segundo a líder, estabelecida como ONG, que possui vantagens comparativas que uma cooperativa não tem, como a facilidade pra obter espaço em feiras e exposições. Por outro lado, a creche não produz artesanato. Então, a Coohperart ministra cursos de artesanato para mulheres indicadas pela Sol Nascente, com o fim de ambas produzirem e exporem de forma conjunta. A creche é parceira há um ano.

*- Forte parceria com o MNLM*

Na relação com o MNLM, a Coohperart tem um papel bastante ativo, segundo ambas. No DF, a dinâmica de atuação dentro do Movimento é diferente dos demais estados. Aqui, o funcionamento se dá por meio de associações e cooperativas. Em outros estados, essa atuação acontece por meio de pessoas físicas que se articulam e se unem, nos momentos considerados necessários. O MNLM está em 14 estados e só no DF possui essa forma de se organização.

A Coohperart, de certa forma, parece se sentir no dever de dar o exemplo para as outras associadas ao MNLM, porque a líder da cooperativa e a coordenadora local do Movimento são irmãs. Para ambas, neste quesito, o maior desafio é vencer o déficit habitacional do DF, e o principal obstáculo para tanto não é a falta de terras, mas a corrupção dos Governos. Este é um fator que influencia as várias manifestações negativas da cooperativa sobre a relação com Governos local e Federal, para o apoio ao Artesanato. Na fala de ambas, transparece uma das maiores conquistas tidas pelo MNLM local, que foi a articulação e a obtenção, pelo voto, na última Conferência Nacional, de trazer uma das nove titularidades estaduais entre os 14 estados participantes. “No peito e na raça trouxemos o Movimento para cá”.

Neste ponto, abre-se um parêntese sobre a possível restrição na reprodução do CS formado na parceria, na comunidade. É certo que o Capital Social atua para a promoção de conquistas habitacionais, por meio de uma coletividade. Porém, não necessariamente há extravasamento do âmbito corporativista e utilitarista, de Coleman, Putnam e Bordieu, expostas no item 2.2.3. Isso porque, nos momentos de articulação e votação junto aos Movimentos estaduais, a luta interna, ainda que dentro de princípios democráticos e legítimos, pode desembocar em desentendimento com os estados perdedores. Como afirma a coodenadora local do MNLM, há “briga” para escolher os membros da executiva nacional e regional, e para “disputar percentual” de terras no âmbito local.

Aqui, é preciso retomar as perspectivas de Granovetter, Bévort e Bucolo, expressas no mesmo item 2.2.3, onde são sugeridas três principais dimensões em que o Capital Social estreita suas ligações com a Economia Solidária: 1) como modalidade da relação das partes da ação cooperativa; 2) nas normas dos valores mobilizados; e 3) nos efeitos produzidos no seio do grupo e no ambiente próximo, ou seja, na comunidade em que localiza o empreendimento. Para que haja CS pleno, é também necessário que as bases de igualdade e solidariedade sejam integrais e não fiquem restritas ao âmbito corporativo da parceria.

O exemplo dado mostra CS já construído entre Coohperart e MNLM. A relação entre ambas iniciou-se antes mesmo do início de seus registros oficiais, no DF. Segundo a entrevistada do MNLM, “tem uma história já de quase 1.000 moradias entregues sem o Movimento Nacional, por meio de cooperativas e associações”. A casa em que foi realizada a entrevista é um exemplo de imóvel cooperado, assim como as residências de outras quadras do Recanto das Emas - 201, 211, 300 e 404.

A priorização de esforços em trazer o Movimento para o DF e a legalização do outrora grupo informal se deveram à percepção de que a luta empreendida pela parceria poderia alcançar melhores resultados dentro de um arcabouço organizacional legal. Em outras palavras, se fomentada dentro da estrutura do Movimento Nacional de Luta pela Moradia e de uma Cooperativa. Daí que o CS da parceria entre MNLM e Coohperart é uma extensão fortalecida de uma relação anterior, e focada para a obtenção de objetivos similares.

A relação entre Coohperart e MNLM precisa ser de fato cooperativa para que os objetivos de habitação se concretizem. Assim, o CS que fundamenta a relação atua permanentemente. As etapas são muitas até a liberação de terrenos, como a articulação entre cooperativas, associações e Movimento para a definição de estratégias e a busca de direitos, junto aos Governos e organismos de apoio. Como expõe a líder do MNLM: “você nunca consegue uma área dessas sozinho (...) a confiança das entidades que participam do Movimento é essencial porque é com elas que a gente pode contar”. Em suma, na área habitacional, a postura das parceiras revela postura política diligente e reivindicativa, organizada e planejada.

Outro elemento comum à Coohperart e ao MNLM é a padronização de procedimentos de gestão, que auxilia no estreitamento de relações como os cooperados vigentes. Como exemplos, a associação formal depende da regularidade, ou seja, da documentação em dia, seja do indivíduo, que deseja se tornar um cooperado, seja de

uma cooperativa ou associação que busca a filiação ao Movimento. Ademais, candidatos a cooperados ou à filiação no Movimento não podem ter moradias ou participação em construtoras; e candidatos precisam participam de um certo número de reuniões nos grupos - até seis - antes da filiação. Os cuidados para a associação são decorrentes dos perigos de engajamento de pessoas que prejudiquem o EE e o Movimento.

Além disso, segundo as líderes e as integrantes da Coohperart, a representatividade institucional do MNLM e das cooperativas, frente à opinião pública, está longe de uma percepção favorável ao segmento. Um exemplo vivenciado foi que, no dia de realização dos grupos focais, 23 de novembro de 2006, havia sido publicada manchete no jornal Correio Braziliense - Caderno Cidades: “O Golpe das Cooperativas”. Neste contexto, a opinião pública adquire importância fundamental como barreira ou impulsionador das cooperativas. Como afirma Cobra (1988), *Public Opinion* deve ser vista como um dos P's do Marketing a serem analisados pelas organizações, além dos tradicionais Produto, Preço, Praça e Promoção.

No que tange à ES, pela vertente do Artesanato, pode-se dizer que também há convergência dos discursos e práticas de Coohperart e MNLM. De um lado, tem-se o reconhecimento da ES, como política pública incipiente, mas acrescido de críticas severas quanto ao tratamento dado pelo Governo à mesma ES, conforme aprofundado no item 4.6.2.3.

#### *- Laços tênues com a Incubadora*

A Incubadora Social e Solidária da UnB é considerada, pela Coohperart, sua única parceria técnica. Porém, depois da realização da visita de reconhecimento ao EE, algumas observações sobre a parceria mudaram. Nesta conversa inicial, houve queixa sobre um “Contrato de Convivência”, onde a Incubadora não estaria realizando sua parte. A definição dada para este Contrato foi a responsabilidade em cumprir com direitos e deveres na parceria. Além disso, a líder ressaltou que “até hoje, nenhum resultado prático da parceria foi alcançado”. Esta perspectiva não se reproduziu, dias depois, na entrevista com a própria líder e nos dois grupos focais.

Na entrevista, diga-se, oficial, e nos grupos focais, as colocações foram mais positivas. De fato, só o fato do EE considerar a Incubadora como parceira, já presume certo grau de confiança. Sobre o assunto, uma integrante disse: “é uma parceria

confiável, só entra e se faz parceria se confiar”. Porém, não há ênfase da líder e das integrantes. Há, inclusive, desconhecimento parcial da equipe do EE sobre o papel desempenhado pela Incubadora. Uma delas perguntou o que é Incubadora e uma colega fez uma analogia da instituição com uma “chocadeira de pintinho, que ajuda ele a crescer”. Então, explicou-se que a Incubadora tem um interface técnica com EEs, visando ministrar capacitações e ferramentas para o desenvolvimento da cooperativa, e seus produtos e serviços. Dentre as limitações da parceria, estão o trabalho das questões conceituais de ES, sempre um objetivo da Incubadora, segundo seu entrevistado.

Uma das poucas manifestações claramente favoráveis sobre a Incubadora, em termos de benefício percebido, aponta a facilitação dos caminhos de parceria junto ao Governo. “Por enquanto ainda não estamos buscando parceria com o Governo. Estamos plantando e a Incubadora irá ajudar”. Este é um ponto isolado percebido nas transcrições.

#### 4.6.2.2) Formas de utilização e Aplicação do Capital Social

##### - *Relacionamento com a Comunidade Local*

Para líder e integrantes, as formas de aproximação do EE com a comunidade são satisfatórias. Na visão do EE, esta relação “é prioritária porque a cooperativa existe para diminuir as desigualdades sociais e ajudar as pessoas que têm pouca condição”. Contudo, as prioridades das três áreas programáticas reduzem as possibilidades de estreitamento da ponte com a comunidade. Foram apresentados elementos os quais demonstram benefícios gerados aos cooperados que também alcançam suas famílias. A questão a ser focada neste tópico é a extensão destes benefícios à comunidade adjacente à cooperativa.

É reconhecida urgência para o fortalecimento desta ponte, mas considerando que a Coohperart “faz o que pode, como cursos, rifas, datas comemorativas, festa junina, bingo, galinhada”, aproveitando as datas comemorativas e os recursos que possui. Ou seja, uma melhor aproximação com a comunidade parece depender de melhor estrutura e mais recursos.

Foram ainda citados vários projetos de apoio, que mesmo em estágio inicial ou sem previsão efetiva de recursos, aparecem como produtos advindos do CS já construído e reinvestido para proveito do próprio EE e pela comunidade local. São



projetos em elaboração ou em curso, criados pelo esforço da líder e reconhecidos como tal, que fortalecem o CS INTRA grupo. Entre estes, estão o Projeto de Capacitação das Mulheres do Lar; um Convênio de cursos técnicos com a Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL; e um projeto ainda sem nome, mas já em curso, em que as crianças das mães cooperadas aprendem artesanato, como atividade lúdica.

Ressalte-se que a CDL não foi citada, em nenhum momento nos grupos focais, como parceira. Lembre-se também que, segundo integrantes e líder, não há qualquer vínculo de trabalho destas crianças no projeto citado, e os objetos produzidos pelas mesmas no aprendizado não são postos à venda.

#### 4.6.2.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social

##### *- Dificuldade em construir confiança com potenciais parceiros*

É claro o desconhecimento parcial das participantes dos grupos focais sobre os parceiros da cooperativa e sobre o funcionamento das mesmas. Nos grupos, a projeto com a creche Sol Nascente não foi mencionado; a parceria com o MNLM esteve reforçada nas falas das cooperadas de Habitação; e as manifestações sobre a Incubadora restritas às artesãs.

Esta pode ser uma fragilidade gerada, pelo menos em parte, em uma dificuldade que tem a Cooperart de deixar que parceiros potenciais se aproximem. Na Habitação, a seleção de associados e parceiros pede critérios rígidos que, talvez, não se apliquem ao Artesanato e Serviços. Não pela desnecessidade de procedimentos rígidos, mas as formas de relacionamento prévio, de *approach*, podem ser revistas. Isso talvez signifique menos desconfiança prévia na discussão de um possível contrato de compra para revenda, ou convênio para obtenção de espaço em troca de percentual de vendas.

Um segundo fator da dificuldade em construir confiança com potenciais parceiros pode ser a falta de auto-confiança das próprias integrantes. Para uma delas, “o mercado é fechado, então (...) tem de ter a confiança pra mostrar, pra o parceiro vir (...) acreditar na sua proposta, no seu trabalho. Acho que a gente ainda não tem muito a mostrar”. Um terceiro fator é a falta de uma estratégia planejada para o engajamento de parceiros. Não há planejamento para tanto.

Observam-se dois caminhos apontados pelas integrantes que podem melhorar a aproximação com potenciais parceiros e, conseqüentemente, fortalecer o CS no âmbito

INTER EE. O primeiro deles não se refere a um instrumento específico. É a própria experiência e esta aumenta com o tempo e com as tentativas realizadas pela cooperativa. A líder expõe que “para melhorar tem que ter novos parceiros, tanto financeiros quanto de causa, mesmo que lutem, que ajudem a divulgar e promover”. É uma perspectiva interessante porque é plural; não está restrita apenas ao viés financeiro, mas de apoio às lutas empreendidas pelo EE. O segundo caminho é buscar a transformação do comportamento de uma parte menor dos cooperados, especialmente da Habitação, que vise a um maior engajamento político e reivindicatório e à qualificação das condições do apoio oferecido pelos Governos regional e nacional à ES e à causa da Moradia.

As integrantes dão a entender que parceiros precisam estar dispostos a conhecer o trabalho da cooperativa. Isso significa conviver com o EE, assim como disposto nas análises do ambiente INTRA. A convivência é gerada pelo tempo e pelos esforços de entendimento do outro e de se deixar conhecer. Para os EEs analisados, a convivência foi uma condição absoluta para a criação e fortalecimento de CS com o MNLM e deve ser entendida como um requisito estratégico por potenciais parceiros. Sejam comerciais, de promoção da causa Habitacional, ou mesmo que lutem pela disseminação da ES. Estes laços no âmbito INTRA são fortes; essenciais à formação dos próprios EEs e como combustível para a ampliação dos trabalhos. Então, as integrantes precisam sentir a mesma confiança em potenciais parceiros que sentem nas colegas.

#### *- Desgaste nas Relações com Governos Federal e Local*

Não são favoráveis as manifestações da Coohperart sobre a relação com as instâncias local e Federal, relativas à ES. No ambiente INTER, este é o maior ponto de fragilização do CS. Aqui entram a Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES e a Secretaria de Trabalho do Governo do Distrito Federal – GDF. Dentre os problemas citados estão a burocracia para o registro profissional do artesão. Este, segundo as integrantes, acontece apenas uma segunda-feira por mês. “Sem a carteira, o artesão somente pode emitir duas notas fiscais por mês, o que limita o trabalho”. Na visão de uma das integrantes, em que aquiesceram outras colegas, “a carteirinha de artesã faz com que a pessoa tenha reconhecimento...pode mostrar e incentivar o crescimento individual”. Além disso, é também citada a falta de parâmetros técnicos para definir os empreendimentos que podem usufruir de benefícios como a participação

subsidiada ou incentivada em feiras, e a falta de políticas continuadas e disseminadas aos EEs.

Em suma, a Coohperart vê a SENAES de duas maneiras: como um agente governamental descompromissado com as questões sociais ou como ator paternalista que beneficia poucos e de forma parcial e paliativa. A vertente paternalista é, inclusive, uma linha expressa pelo próprio entrevistado da Secretaria, sobre a percepção dos EEs em relação à SENAES.

As outras duas vertentes expostas pelo entrevistado da SENAES não se aplicam à Coohperart. A vertente da SENAES, como arcabouço de políticas conquistadas pelo ativismo e militância, não é reconhecida, apesar da Coohperart ter histórico, inclusive anterior à sua fundação, de engajamento no Movimento Nacional de Luta pela Moradia e de sua líder ter cumprido função executiva em eventos de ES. A vertente de não conhecimento da Secretaria como direito também não se aplica. Na visão da Coohperart, a SENAES não cumpre as funções sociais que deveria cumprir, especialmente na questão de abertura de oportunidades comerciais e na profissionalização dos artesãos.

Na perspectiva da Coohperart, a SENAES não apenas realiza a ES incorretamente; ela é um dos agentes que personificam a ES. Daí a ES aparecer como algo ineficiente, paliativo e desestruturado, na entrevista e nos grupos focais do EE. Neste contexto, o MNLM aponta ainda que a SENAES poderia capacitar melhor as entidades para a efetivação da ES. É mais um elemento que reforça a perspectiva da parceira Coohperart, sobre a falta de incentivo e capacitação pelos Governos Federal e Estadual. Indo além, Coohperart e MNLM citaram a falta de participação das artesãs na formulação de políticas e implementação de ES, queixando-se de verticalidade governamental. Segundo ambas, os entes governamentais agem sem levantar adequadamente as necessidades e demandas das comunidades.

O histórico negativo da relação entre Coohperart e instituições de Governo se reflete diretamente na falta de priorização desta relação como ponte viável para o desenvolvimento do grupo. Pode-se dizer que o desgaste na relação com estes atores fundamenta uma premissa citada na entrevista e nos grupos focais, de não buscar ou “pedir” nada ao Governo, em qualquer esfera. “Buscar Governo”, na visão da Coohperart, deve acontecer somente se não houver possibilidade de trabalhar com recurso próprio. Como exemplo, citam que a Secretaria de Trabalho do Governo local somente prejudica, apoiando “apenas (...) quem paga ou tem pistolão”, gerando

humilhações aos artesãos. Para a líder, “a ES ainda não acontece (...) como alternativa de outra economia, de troca justa”.

Os comentários sobre a Secretaria de Habitação local também são negativos, porque, nas palavras da líder, esta “Secretaria não cede terrenos para as cooperativas”, ponto que é ressaltado pelo MNLM. A única exceção em termos de busca de parceria governamental é o Pró-DF - programa local de Governo - “para poder ampliar a sede e melhorar um pouco, poder não ficar só no barracão, que tá caindo aos pedaços e na minha casa, que não cabe quase ninguém”.

Há ainda uma crítica quanto à falta de incentivo dos entes governamentais para a participação dos artesãos em eventos de ES no DF. A falta ou restrição de incentivos de transporte e alimentação, segundo a cooperativa, restringem o acesso aos eventos. Considerando-se a crítica como um fato – e para efeitos deste comentário – abre-se um parêntese. A garantia de impacto em um programa social depende da garantia de logística aos públicos sem condição de renda participantes da intervenção (JSB, 1999). Este é o princípio primeiro, relacionado ao potencial de um programa reduzir as diferenças sociais entre segmento atendido e população em geral. Em suma, o acesso a uma oportunidade necessita, muitas vezes, de apoio para que seja concretizado. Esse suporte pode ser traduzido em capacitação e incentivo logístico direto ou financeiro.

A própria tributação existente é um ponto de fragilização do CS na relação entre EE e Governo, que se reflete na própria sustentabilidade financeira da cooperativa: “A cooperativa não tem isenção nenhuma de imposto. Pagamos igual a uma empresa. (...) se vendo um anelzinho por 5,00, 17% do valor é pro governo”.

Do lado do Governo, é importante citar aspectos que dificultam um melhor entrelaçamento das políticas governamentais federais e os EEs do DF. De acordo com o entrevistado da SENAES, a orientação política diferente do Governo do Distrito Federal enfraquece a pauta da ES como política pública em curso. O entrevistado também expõe a falta de estrutura para atender as demandas locais de EES. Na SENAES, segundo o entrevistado, são cerca de vinte profissionais trabalhando em uma estrutura instituída apenas em 2003. Ou seja, o estágio de implementação de políticas ainda é incipente, e, segundo o próprio entrevistado, ainda há muito o que melhorar.

*- Lacunas de conteúdo com o MNLM*

A Coohperart não cita parcerias com Governos local e Federal, mas o MNLM aponta melhorias na relação com o Federal, que favorecem a cooperativa. Especialmente pela relação vigente com o Ministério das Cidades, que atua diretamente com o MNLM para a formulação e implementação de políticas. Uma conquista desta parceria foi a aprovação, pelo Conselho das Cidades, que a Caixa Econômica Federal - apontada como antagonista pelo despejo escalar por inadimplência, em outros estados - destine 1,5% de todo financiamento solicitado para assessorias aos projetos de habitação. Isso porque, segundo a entrevistada do MNLM, os convênios vigentes abarcam apenas a execução da obra, mas não a assessoria de arquitetos e engenheiros, que trabalham como voluntários.

O Ministério e o Conselho das Cidades não foram citados uma vez sequer nos momentos de coleta da Coohperart. Porém, para a entrevistada do MNLM, a instituição de ambos, em 2003, é uma conquista do Movimento, que tem cadeira permanente no Conselho.

*- Relação com o Fórum de ES do DF*

Uma última questão é a falta de uma interface parceira da Coohperart com o Fórum Local de ES. A cooperativa não vê no Fórum um parceiro. Em parte pela limitação de atendimento em loco, contínuo, do Fórum; em parte pelo próprio desinteresse da Coohperart em buscar o Fórum e outros mecanismos de ES. Como expresso anteriormente, a Coohperart não confia nos mecanismos vigentes de política pública de ES e isso está relatado nos grupos focais e entrevistas do EE.

#### 4.6.3) Associação Grão Mulheres em Ação – AGMA

##### 4.6.3.1) Tipos de manifestação do Capital Social

*- Incubadora: a única parceira*

A única parceria que aparece como relevante junto à AGMA é a Incubadora Solidária da UnB. A Incubadora tem um papel principal de interface técnica direta, mas

vai além, especialmente pela percepção das integrantes da AGMA. O EE a vê também como uma organização local colaboradora e até, em alguns casos, como uma representante governamental. É uma relação com abertura e confiança tais, que o CS que emerge da relação torna-se de fato um ingrediente de reconstituição e re inserção laboral das integrantes. Nomes de vários membros que integram a Incubadora foram citados pelas participantes, e sempre de forma positiva. Tanto em relação aos conhecimentos proporcionados pela organização, quanto pelo tratamento de respeito dado às participantes. Isso faz com que se sintam mais capazes de aprender novas técnicas e procedimentos, em uma dinâmica recíproca de intercâmbio de experiências. Por outro lado, há indicativos que podem sugerir uma dependência por parte do EE.

As visitas ao EE são realizadas semanalmente, com foco no fortalecimento dos canais de venda e na capacitação. Além disso, as integrantes citam que “a Incubadora dá assistência em matéria-prima, tecidos, máquinas, apóia (...) com cursos e também tem a terapia com a Roda de Mulheres”.

Ao entrevistado da Incubadora, a organização atua em três vertentes: na abertura dada pelos EEs, para a melhoria das relações humanas e de produção; na relação entre os EEs e a própria Incubadora; e nas interfaces entre os EEs e outros parceiros. Na AGMA, a atuação e os resultados nas três linhas programáticas são citadas e reiteradas. Tanto na entrevista com a líder, quanto no grupo focal.

Ao entrevistado da Incubadora, são três os procedimentos básicos que garantem uma parceria profissional com os EEs. O primeiro está na relação entre os EEs e a Incubadora, que significa não prometer o que não se pode fazer. Para ele, “promessa que não é cumprida acaba com a confiança”. O segundo está na interação entre os EEs e seus parceiros potenciais, onde a Incubadora, a depender da abertura dada, pode analisar e sugerir a celebração ou fechamento de contratos. Assim foi feito junto ao grupo Mandacarú, selecionado primeiramente para este estudo e que suspendeu atividades durante o processo de coleta. A Incubadora, a pedido do grupo, analisou contrato comercial com potencial cliente e sugeriu a não celebração, devido às desvantagens para o EE. Um terceiro procedimento se dá entre os EEs e redes de ES, priorizadas para a comercialização. Neste campo, as ações vão desde o fortalecimento organizado de grupos de EEs até a seleção de vendedores de cada empreendimento.

Para o entrevistado, os procedimentos descritos geram uma “rede de confiança entre os grupos”, fortalecendo o CS INTER EEs e aumentando as chances de sucesso comerciais e de estabelecimento de redes, ligadas às políticas públicas de ES.

Para a líder e participantes da AGMA, a ES - apresentada pela Incubadora - trouxe um benefício importante para o EE, abrindo oportunidades de comercialização dos produtos. “A ES também pra nós foi bom porque abriu portas de vendas pra gente aqui. A gente só tinha a UnB e a ES abriu postos de vendas trazendo mais”. Aqui, as participantes citam as primeiras feiras e eventos em que a AGMA pôde participar, vender seus produtos e se fortalecer financeiramente e afetivamente, como expresso nas análises do âmbito INTRA. Entre os eventos, estão a feira de ES realizada na UnB, um evento relacionado ao Mercosul, realizado na Academia de Tênis, uma outra realizada no Minas Tênis Clube e ainda a Feira da Lua. Todos no Distrito Federal.

Atenção neste ponto, pois a abertura de canais de venda não significa a conquista de clientela fiel, conforme expresso no item 4.7 - Análise do Ambiente SUPRA Institucional. É também nas análises SUPRA, que ficam claros outros benefícios organizacionais percebidos pela maior participação do EE em eventos de ES. Esta Economia Solidária, para a AGMA, fortaleceu a independência do EE, que hoje, pelas palavras das integrantes, “tem um local seu, não é na casa de ninguém, é o lugar da Associação”.

#### 4.6.3.2) Formas de utilização e aplicação do Capital Social

##### - *Relacionamento com a Comunidade Local*

Assim como na Cohepart, para líder e integrantes da AGMA, as formas de aproximação do EE com a comunidade são satisfatórias. Contudo, também como na cooperativa, a percepção geral é a de que são necessários mais parceiros e “portas para vendas” que possibilitem a ampliação do atendimento no Artesanato, carro-chefe do EE, e para a consecução de atividades extras. Em resumo, existe o vínculo afetivo e a vontade de atuar mais proximamente para ampliar o CS existente, mas faltam planejamento e recursos necessários para tanto.

#### 4.6.3.3) Situações de fragilização e fortalecimento do capital social

##### *- Integração construída com a Incubadora*

“A Incubadora não deixa de suprir as necessidades; nunca dizem não. Eles tão sempre correndo atrás. A gente nunca pediu nada que eles dissessem não. Sempre dizem que vão dar um jeito e dão”. A fala resume a parceria entre AGMA e Incubadora. Pode-se afirmar que a interface com a Incubadora é o principal motivo para o desenvolvimento da AGMA. A relação entre Incubadora e AGMA tem como resultados claros o fortalecimento do CS nas relações humanas e de produção entre as integrantes; na interface entre o EE e outros potenciais parceiros; e vai além. Os focos principais da Incubadora, de estruturação comercial e capacitação, produzem resultados diretos e reconhecidos pela AGMA, como a ampliação dos canais de comercialização e distribuição e a capacitação em vendas. Isso não é apenas reconhecido pelo EE, mas ressaltado.

No caso da AGMA, a relação com a Incubadora da UnB representa notável situação de fortalecimento de CS em âmbito INTER. Mesmo o entrevistado da Incubadora vincula o êxito da organização ao êxito dos EEs apoiados. Para ele “se os grupos não tiverem sucesso como é que a gente vai falar que a Incubadora teve sucesso?”. Os principais objetivos expressos pela Incubadora são convergentes aos demandados pelo EE: gerar renda e capacitação. A atenção a estes dois objetivos é crucial para o fortalecimento de todo o EE e, conseqüentemente, de seus vínculos afetivos INTRA, INTER e SUPRA.

##### *- Dependência da Incubadora*

Apesar da forte interface entre AGMA e Incubadora, é preciso atenção para uma possível fragilidade: o nível de dependência do EE pelo apoio da Incubadora. Este é um ponto crucial porque não se sabe como reagiria a AGMA, no caso de saída da assessoria. Não foram notadas insatisfações por parte do EE porque todas as demandas foram atendidas, mesmo aquelas fora do escopo prioritário de atendimento da organização, como doação de matérias-primas e máquinas para a produção. É possível sugerir que o não atendimento de uma única demanda, mesmo que pontual, possa causar



estragos na relação. Por isso, quando se aponta o forte CS que permeia a parceria, o recorte temporal é o referente à época da coleta de dados para o estudo.

Uma citação em especial serve para ilustrar este tópico. A líder, quando perguntada sobre como deve acontecer a relação do EE com a Incubadora, respondeu o seguinte: “deve acontecer sempre, independentemente da Incubadora, quando a gente (AGMA) sente que vai se fechando o cerco das necessidades, a gente (a AGMA) corre lá e eles (Incubadora) estão sempre ajudando”.

#### *- Fórum de ES: conhecimento e participação parciais*

O Fórum local de ES é citado vagamente pela líder e no grupo focal, na questão sobre a possível participação do EE em redes, fóruns e conselhos de apoio às causas defendidas pela AGMA. O Fórum é a única instância que aparece vinculada ao EE, além da Incubadora. Como diz a líder, “A gente tá na Incubadora, mas fora é só o Fórum”. Definições sobre as formas de funcionamento não foram aprofundadas pela líder ou integrantes.

O alcance limitado do Fórum parece encontrar suporte nas palavras de seu entrevistado, que o define como articulação “feita entre EEs, conhecimentos, assessoria e gestores”, mas não como Rede. Para ele, “aqui no DF (...) ainda não há integração (...) existem pequenas articulações entre os EEs mesmos e a troca de conhecimentos (...) pontuais, que as vezes conseguem fazer entre um e outro, mas não para todo o DF”.

A citação e participação, mesmo que pontual, sobre o Fórum, se dá pela inclusão de conceitos, valores e reflexões sobre a ES, nas visitas e capacitações realizadas ao EE. Este é um aspecto relatado pela Incubadora e reconhecido pelo EE, tanto em manifestações de sua líder, quanto de representantes no grupo focal. Em suma, a AGMA não enxerga no Fórum uma ponte de acesso ou uma agente de reprodução de seus próprios direitos.

#### *- Desconhecimento das Instâncias de ES do Governo*

De forma geral, as citações dos termos ligados à palavra Governo são neutras, visto que não é relatada diretamente nenhuma relação com atores governamentais. A neutralidade é garantida porque a Incubadora é vista por algumas integrantes como ente

ligado ao Governo Federal, o que promove alguma abertura, mesmo sem conhecimento sobre os atores existentes nesta esfera.

Nota-se que, mesmo com essa abertura para a inclusão de conceitos e políticas de ES, nas visitas da Incubadora, a SENAES não foi citada uma só vez. Simplesmente, não há conhecimento direto da atuação da SENAES, em nenhuma vertente apontada pelo seu entrevistado. Seja pelo objetivo de fortalecimento da ES como política pública; a conscientização dos EEs como realizadores efetivos da ES; ou a intensificação da ES como movimento de militância alternativo ao Capitalismo.

Este é um ponto grave, pois sem o entendimento dos atores e políticas vigentes de ES, dificilmente haverá participação engajada e contínua nas reivindicações e atividades do Movimento de ES. Nesta linha, a participação em escala dos integrantes dos EEs encontra identificação nas palavras do entrevistado do Fórum. Para ele, o engajamento é o único caminho efetivo para uma melhor compreensão dos princípios e atividades que norteiam a ES, para a sua realização como política pública.

Neste ponto, torna-se importante contextualizar o Fórum como política alimentada pela SENAES. O Fórum não possui recursos próprios. Cada Fórum estadual recebe recursos pontuais do Governo Federal, através de convênio. Estes recursos alimentam as ações atuais no DF, como o mapeamento dos EEs não inclusos no Atlas da Economia Solidária no Brasil (2006). Portanto, é fundamental a participação dos integrantes dos EEs do DF para o crescimento do Fórum como articulação. No caso dos EEs investigados, a baixa participação atual é consequência do desconhecimento parcial das ações realizadas - caso AGMA, e da discordância dos rumos e procedimentos atuais - caso Coohperart.

Das cinco linhas de atuação da SENAES, citadas pelo seu entrevistado, há duas em que participa a AGMA, mesmo que parcialmente. Uma é representada pelo Fórum local de ES, citado pela AGMA, que não é da Secretaria, mas é um canal de interlocução da mesma. Outra vertente são as Feiras Estaduais, citadas favoravelmente pela AGMA, como um canal aberto e efetivo de comercialização. Os outros três mecanismos relatados pelo entrevistado, não citados pelo EE, são as Diretorias Regionais do Trabalho – DRTs, o website da SENAES e o Contato Individual com membros da equipe da SENAES.

Por último, é interessante a colocação do entrevistado da SENAES, onde ele sugere não ser papel da Secretaria estimular ou promover o CS nos EEs, mas realizar “políticas onde as pessoas possam agir pela construção da confiança (ou seja) não a

confiança entre atores, mas confiança dos atores na gente (SENAES) para a construção da política”. Aqui, transparece a vocação, talvez prioritária da SENAES, de articulação e fomento de políticas públicas de ES. Na perspectiva do entrevistado, não há uma função direta para o fortalecimento de laços afetivos nos EEs, mas a intensificação de canais para o desenvolvimento estrutural dos empreendimentos.

*- Parceria oculta*

Não se pôde estudar com a propriedade necessária possível CS existente na relação da AGMA com o parceiro pessoa física que realizou, durante alguns meses, pagamento do aluguel da sede. Seu nome ou características complementares não foram aprofundados na entrevista com a líder ou no grupo focal com as integrantes. É possível que haja uma conotação política nesta interface, porque foi acordado entre ambos que o aluguel seria pago até o mês de dezembro de 2006, dois meses depois do encerramento das eleições para deputados e senador locais, e apenas um mês depois de finalizada a eleição para Governador do DF. Vale ressaltar que a líder também se apresentou, em determinado momento, como Secretária da Mulher do Recanto das Emas.

#### 4.7) Análise do Ambiente SUPRA Institucional

Ambiente	Categorias de Análise	Tópicos Relevantes
Ambiente INTER Institucional	Tipos de manifestação do Capital Social	Cooherart: - <i>Comercialização Frágil</i>
		AGMA: - <i>CS SUPRA alimentando o INTRA</i>
	Formas de utilização e aplicação do Capital Social	Cooherart: - <i>CS SUPRA alimentando o INTRA</i>
		AGMA: - <i>Maior habilidade em vendas</i>
	Situações de fragilização (-) e fortalecimento (+) do Capital Social	Cooherart: - <i>Falta de planejamento para a captação de recursos (-)</i> - <i>Capacidade reduzida de oferta (-)</i> - <i>Padrão de Qualidade e Auto-Estima(+)</i> - <i>Cooperado é Cliente(+)</i>
		AGMA: - <i>Clientela ainda é desejo (-)</i>

Tabela 03 – Capital Social no âmbito SUPRA institucional

##### 4.7.1) Considerações Gerais

No Ciclo de Mercado Social deste ambiente, os EEs ainda não são percebidos como agentes de transformação para o consumo engajado, especialmente de clientes consumidores e revendedores. Estes clientes ainda não possuem o comportamento de compra modificado, ou seja, não enxergam nos EEs um fornecedor de produtos diferenciados pelos princípios e valores de ES. Assim, o CS presente neste ambiente está restrito a alguns poucos clientes pessoas físicas.

Mesmo os requisitos de qualidade, preço e exclusividade, apontados por todas as instâncias entrevistadas, não são percebidos em escala, porque os EEs investigados não possuem clientes em grande número, assim como conhecem muito pouco sobre possibilidades de atuação com redes de comércio solidário. O Artesanato na AGMA e na Cooherart ainda está em fase de estruturação comercial, visando à conquista e manutenção

de canais de venda, que fortaleçam seu capital de giro. Todavia, devem ser considerados avanços da cooperativa em relação à AGMA, como a posse de uma loja própria de vendas, a primeira remessa de produtos ao exterior, e a encomenda direta para o maior evento de moda do DF.

#### 4.7.2) Cooperativa Habitacional de Produção e Trabalho – COOHPERART

##### 4.7.2.1) Tipos de Manifestação do Capital Social

###### *- Comercialização Frágil*

Os clientes fidelizados aos produtos da Coohperart, são pontuais. Como consumidores, há os profissionais do Ministério Público - onde trabalha uma cooperada, a líder de apoio ao Design. Como cliente revendedora, há a Apoena, estabelecimento “que é fiel com pulseira”. Além disso, há uma pequena loja que pertence ao próprio EE, localizada na Região Administrativa do Gama. A loja possui o mesmo nome do projeto de Artesanato da cooperativa: Kaialaká e vende apenas os produtos da Coohperart. Nos três exemplos, afere-se alguma influência do CS na relação com clientes potenciais, mas não em medida suficiente para atender à capacidade de produção do EE. Das três, a mais promissora, em termos de ampliação de mercados no contexto local de moda, é a Apoena.

Para a líder, a Apoena tem um mecanismo potencial de parceria comercial, ainda não efetivado. De fato, a julgar pelas diferentes manifestações entre líder e participantes, a Apoena pode se tornar uma parceria comercial efetiva ou simplesmente um cliente pontual significativo. Entenda-se parceria comercial como uma relação entre EE e cliente em que o CS permeie a relação, traduzindo-se em contrato ou convênio, de médio e longo prazos, entre as organizações. Até o momento, a Apoena ministrou curso de bordado em troca da venda de produtos direcionadas ao gosto da parceira, para o evento de moda Capital Fashion Week. Porém, não há instrumento de mediação celebrado que materialize uma relação de prazo maior. É um processo ainda em análise que, segundo a líder, “tá quase fechado pra (...) produzir pra elas pulseiras bijuterias para a próxima coleção”.

Vale lembrar do primeiro negócio conquistado pela cooperativa, com o mercado internacional, para envio de primeira remessa de produtos para a Itália. Na citação desta experiência, as integrantes mostraram-se mais animadas, como que sentindo-se

elogiadas pela transação obtida. Cabe sugerir que o fomento de clientela internacional pode ser uma alternativa importante para a sustentabilidade financeira do EE. Os impostos de exportação, segundo líder e participantes, é alto, mas o retorno financeiro é de quase três para um, devido à cotação da moeda Euro.

Porém, em plano geral, a relação com clientes está mais presente no plano dos desejos da cooperativa. No objetivo manifestado pela criação de uma carteira de clientes, com prioridade de “lojas que comprem no atacado para revenda, pra garantir produção (...) e atingir quem possa pagar um preço justo pelo trabalho”. E também no desejo de que a fidelidade com o produto promova mais divulgação boca à boca, isto é, de cliente para cliente, e preferencialmente por profissionais liberais formadores de opinião, como “jornalistas, fotógrafos, modelos”. No caso de Serviços, os clientes mais desejados são “mais ministérios e órgãos públicos, com convênios, pra colocar o povo pra trabalhar”.

O número de clientes fiéis não gera receita suficiente para manter mais de 20 cooperados de Artesanato empregados em regime fixo. Mais ainda quando a vertente abordada é a prestação de Serviços. No Artesanato o processo está em construção.

A Coohperart espera, em futuro próximo, ter mais poder para, em termos de capacidade de produção e habilidade de negociação, selecionar seus clientes, principalmente revendedores. A consecução de contrato com a Apoena e a negociação para outras remessas para a Itália são grandes desafios que, caso concretizados, se transformarão em grandes conquistas para o EE. É o maior anseio constatado no ambiente SUPRA, como sintetiza uma participante: “queremos que reconheçam a qualidade, exclusividade, que saiba pagar mais um pouco mais nas peças, mas saibam que o trabalho é feito com o esforço da mulher”. As integrantes e líder estão cientes que os potenciais clientes não reconhecem os valores do EE. “Quem vai comprar pra revenda reconhece o mercado consumidor, o sistema capitalista. Não reconhece os nossos valores”.

#### 4.7.2.2) Formas de utilização e aplicação do Capital Social

##### - CS SUPRA alimentando o INTRA

A experiências comerciais não consolidadas em médio e longo prazos dificultam a reprodução e aplicação do CS no ambiente SUPRA. Isso mesmo considerando a diversidade

das transações comerciais citadas, incluindo Apoena, Loja Social Kaialaká, consumidores do Ministério Público, comprador Italiano e clientes pontuais dos eventos e feiras. Desta feita, há pouco o que descrever neste tópico.

O ponto a ser ressaltado é que as experiências recentes com Apoena e a remessa de produtos para a Itália ajudaram a abrir os horizontes das artesãs para novas possibilidades. Ou seja, são conquistas que ampliaram o CS INTRA cooperativa, pelo reforço dos esforços e comprometimento das artesãs em fortalecer a estrutura de comercialização do EE.

#### 4.7.2.3) Situações de fragilização e fortalecimento do Capital Social

##### *- Falta de planejamento para a captação de recursos*

A falta de um planejamento organizacional se reflete também na inexistência de um planejamento para mapeamento e captação de recursos. Sem um correto mapeamento de potenciais clientes, principalmente dos setores Empresarial e Governamental, fica dificultada a busca de entendimento prévio das necessidades e demandas de potenciais clientes. Este entendimento pode ser traduzido pela adequação dos produtos ao gosto dos clientes, conforme realizado para a loja Apoena. Outros fatores são a maior dificuldade para definir prioridades de captação e a limitação de abordagens prospectivas direcionadas. Como indicativo de melhoria, vale ressaltar a elaboração de um cronograma de feiras e eventos de Artesanato para 2007, que certamente ajudará a cooperativa a se organizar com antecedência.

##### *- Capacidade reduzida de oferta*

O reconhecimento da capacidade reduzida de oferta pode atrapalhar negociações com potenciais clientes. Para a líder, este ponto é crucial: “você até pode vender pra uma loja, ele acha maravilhoso, mas se você entrega fora do prazo, ele até pode te pagar, mas é uma vez só, nunca mais”. Dessa forma, o aumento de demanda deve vir acompanhado de aumento da capacidade de produção. O objetivo do EE, neste quesito, é a ampliação das possibilidades de produção fixa para seus artesãos. Hoje, são apenas 20 fixos, e mais 45 que produzem por

conta própria e têm seus produtos revendidos pela Coohperart. A celebração de projetos como o já realizado com a Apoena são ideais neste aspecto.

*- Padrão de Qualidade e Auto-Estima*

Na fase de comercialização atual, o EE busca aumentar o número de clientes, assim como maneiras de fidelizá-los aos produtos, serviços e valores da Coohperart. É um momento onde as participantes passam a reconhecer-se como artesãs capazes de oferecer produtos diferenciados para um público que é, mais e mais, percebido como possível de ser alcançado. Um divisor de águas, já citado, foi o recente evento de moda Capital Fashion Week, onde as integrantes puderam constatar os resultados de sua produção, o que gerou ânimo para o grupo. Pelas palavras de uma participante: “Era possível identificar as peças na passarela. A gente nem conseguiu olhar as outras roupas, mas só as nossas peças, que deu orgulho de ver. As peças, sendo valorizadas, mostrou que somos capazes”.

A continuação e a quantificação da experiência tida com a Apoena contém todos os ingredientes que podem estimular o fortalecimento de CS no âmbito SUPRA: capacitação, produção em larga escala e reconhecimento massivo de potenciais públicos clientes.

*- Cooperado é Cliente*

Pode-se dizer que o cooperado de Habitação é também cliente da Cooperativa, mas como ator de uma relação que pede, obrigatoriamente, envolvimento muito mais estreito e claro. Nessa linha, os recursos financeiros investidos são de longo prazo e necessitam de esforços de acompanhamento e trabalho direto, junto à cooperativa. Desde a luta para a viabilização e legalização do projeto dentro de uma RA específica do DF, até a participação para a construção da casa própria e dos outros cooperados inclusos no projeto. Pelas palavras da líder, “no caso da Habitação já temos os clientes que são os próprios cooperados, que estão acreditando faz uns dois, três anos”.



#### 4.7.3) Associação Grão Mulheres em Ação – AGMA

##### 4.7.3.1) Tipos de Manifestação do Capital Social

###### - *CS SUPRA alimentando o INTRA*

O estágio atual de comercialização da AGMA é extremamente incipiente. O simples reconhecimento de que o empreendimento passa a ter clientes já é um avanço que motiva o grupo e alavanca a auto-estima das participantes. Isso porque nem todas as integrantes participam de todos os eventos, no papel de vendedoras. Essa definição é realizada pelo EE, auxiliado pela Incubadora. Assim, quando as integrantes não vendedoras recebem o retorno de suas colegas sobre a venda e os elogios recebidos sobre os produtos, um sentimento de capacidade em cada uma delas é exaltado. Elas passam a se perceber úteis, hábeis, independentes e capazes de contribuir para o sustento e a melhoria da qualidade de vida da família. Financeira e afetivamente.

A líder e as participantes ressaltam o momento presente, comparando o momento atual da AGMA a “um bebê que começa a dar os primeiros passos, sorrisos... da própria mulher que tá se auto-reconhecendo e a sua capacidade... agora já ... fazendo produto, cada uma começando a vender, ganhar dinheirinho de acordo com o que faz”. Este é um ponto que remete a fatores já trabalhados nas análises do ambiente INTRA, que é a auto-estima gerada pela oportunidade e a independência; pelo sentimento de pertencer a um grupo com objetivos comuns; e pelos dividendos e elogios obtidos com as vendas. São combustíveis que incentivam para a busca de mais clientes.

##### 4.7.3.2) Formas de utilização e aplicação do Capital Social

###### - *Maior habilidade em vendas*

A AGMA não possui, ainda, clareza sobre as possibilidades e caminhos para a sua atuação no mercado comercial. É o que o entrevistado da SENAES chama de “parceria estruturante para fora”, que significa ter “o entendimento de que a entrada no mercado não é só obtenção de resultados, mas o entendimento de onde se encaixa o produto dentro de uma produção mais ampla”. Nesse sentido, a Incubadora adquire uma

importância ainda maior, visto que age para ampliar espaços comerciais e capacitar o EE em tópicos sobre vendas.

É essa atuação que, segundo integrantes da AGMA, vem promovendo maior habilidade do EE na interação direta com potenciais clientes consumidores nas feiras e revendedores lojistas. Segundo uma integrante do EE: “com a Incubadora nós aprendemos a falar com o cliente, a interagir, a ver que quando o cliente chega não tá com muita vontade e você fala do seu produto e da sua associação e o produto até sai”.

#### 4.7.3.3) Situações de Fragilização e Fortalecimento do Capital Social

##### *- Clientela ainda é desejo*

A relação de fidelidade com clientes ainda é um desejo. O foco principal para se chegar ao fomento de CS com o cliente é a qualidade, ainda que os valores de ES possam representar um diferencial no futuro e representem desejo do grupo para que isso aconteça. Neste quesito, há um ponto importante apontado pela líder, que é possibilidade de poder produzir com a certeza de compra já garantida por estabelecimentos de revenda. Para ela, “seria ótimo trabalhar sabendo que vai ganhar, aí não deixava com a auto-estima lá embaixo, o que deixa é a falta de dinheiro, você ver seu filho chorando e não ter o que dar”. Na visão de líder e integrantes, o fator que mais dificulta as vendas ainda é a falta de matéria-prima para a produção, “de recurso (...) para começar”.

A garantia de grandes encomendas é o maior sonho não apenas da AGMA, mas, segundo todos os entrevistados, dos EEs, em geral. Para a tangibilização do sonho, a Incubadora aponta a necessidade de fomento de feiras e eventos permanentes ou fechados por longos períodos de tempo, para garantir a sustentabilidade financeira dos artesãos e EEs. Além do aumento e qualificação dos espaços de comercialização e formas de comercialização, a SENAES cita as demandas de assistência técnica, espaços de comercialização, crédito, e voz.

## **CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

A conclusão basilar deste estudo sugere que a influência principal do Capital Social age para a não mortalidade do EEs. Entende-se que a obtenção de renda em medida mínima, que garanta a subsistência, a melhoria da qualidade de vida para o participante e sua família, é o maior objetivo. Porém, o CS é o principal catalisador do processo produtivo, a partir do fortalecimento da relação entre participantes e EE; e entre o EE, parcerias, comunidade e clientes. No âmbito INTRA, sugere-se o Capital Social como o maior indicativo de sobrevivência do EE. Quando o empreendimento não inicia sua atuação com forte CS construído entre os integrantes, as chances de vida reduzem.

Assim, este Capital Social possui uma característica em que não apenas extravasa o âmbito corporativo, como vai além. Antes de gerar o benefício corporativo ele está adormecido na comunidade, no grupo de pessoas que forma o EE. Este grupo coloca o CS em prática, pelo esforço dos integrantes em alcançar um objetivo comum. Então, o Capital Social parte da comunidade para a criação do ambiente corporativo e depois, de novo, do corporativo para a comunidade, só que ainda mais forte. Nesta interação, o CS pode crescer ainda mais se o EE buscar envolvimento dos movimentos sociais ligados às causas defendidas. Assim, a mobilização pelo desenvolvimento do grupo ganha conteúdo político, em termos de consciência e postura para conquista de autonomia.

Os depoimentos estudados mostram que a formação dos empreendimentos está intimamente ligada à confiança entre vizinhos, parentes e amigos próximos. É dessa origem INTRA, onde se tem uma grande quantidade e qualidade de CS, que o empreendimento vai aprender a lidar nos âmbitos INTER e SUPRA. De fora para dentro e de dentro para fora, os EEs estão aprendendo a lidar com potenciais pares externos. É a Dinâmica da Dívida atestada por uma interação e uma troca onde há a certeza de retorno.

As análises apontam para a indicação de uma característica de CS que vai além das perspectivas abordadas pelos autores citados do referencial teórico. O Capital Social não apenas se materializa para além dos benefícios da coletividade corporativa e alcança a comunidade, como é parte dela; condição essencial para a formação do próprio EE.

A principal influência do CS para o EE é a contribuição para a não mortalidade do mesmo. Porém, não se restringe a esse aspecto. O Capital Social precisa abarcar as relações produtivas, de aprendizado para a atuação no mercado, e que visem à

materialização comercial do empreendimento. O interessante, neste ponto, é a ponte que faz o CS do âmbito interno ao EE, para o reconhecimento e a valorização pela sociedade. Nas pontes com parceiros e clientes aos EEs investigados, esta ponte está em processo de construção, onde aparecem fragilidades que representam pontos cruciais para a estruturação e fortalecimento dos âmbitos INTER e SUPRA.

Sugere-se que dentro dos grupos - no âmbito INTRA - este CS pode seguir três caminhos distintos, durante o seu funcionamento. Se o nível de CS do EE mantém-se no mesmo patamar da coletividade que o originou, dificilmente influenciará o EE para além da fronteira entre mortalidade e subsistência. Se o Capital Social original do EE é enfraquecido, após sua fundação, as chances de mortalidade são ampliadas. Porém, se o CS original é fortalecido, o EE é beneficiado primeiramente pelo âmbito INTRA, que produz resultados positivos também nos outros dois ambientes analisados.

Sugere-se que os resultados da ação do Capital Social são pluralizados e ocorrem em cinco níveis: a) no processo natural de aprendizagem do empreendimento que a gestão coletiva do EE exige; b) na necessidade que têm, os EEs, de se comunicar e atuar com organizações parceiras; c) nas relações comerciais, para a melhoria dos canais de distribuição dos produtos; d) no fortalecimento da postura política e do engajamento com movimentos, fóruns, redes e conselhos afins; e e) na qualificação e ampliação das interfaces com as comunidades locais.

Mesmo considerando as diferenças entre AGMA e Coohperart, os potenciais fatores de vida e morte dos empreendimentos podem ser, muitas vezes, desafios imediatos que se apresentam constantemente como custos básicos de manutenção. Exemplos são a necessidade de pagar o aluguel, colocada pela AGMA, ou contas de telefone atrasadas, citadas pela Coohperart. As dificuldades logísticas, de transporte e alimentação, para a simples participação em eventos locais do próprio Movimento de Economia Solidária também foram colocadas pelos EEs e outras organizações estudadas. Estas são apenas algumas das barreiras que, de uma hora para outra, podem significar a interrupção nas atividades desenvolvidas, impedir a legalização e o crescimento do EE.

O empreendimento, para se formar, precisa não apenas de uma pessoa, mas de um grupo comprometido com uma idéia, a ponto de lutar pela sua concretização. Esta idéia, em contexto de ES, objetiva gerar renda mínima para auxiliar orçamentos familiares precários, a partir do trabalho e da produção do próprio grupo. Estes EEs,

quando formados, funcionam na própria comunidade de origem do grupo, muitas vezes sem pessoa jurídica, correndo riscos maiores.

No âmbito INTRA, a confiança recíproca entre líderes e participantes é constatada. Os benefícios conquistados, mesmo quando poucos, são repartidos igualmente, seguindo o escopo da cotização da produção. A relação entre partes não se limita a questões técnicas, nem ao ambiente de trabalho. As líderes têm o costume de ouvir as integrantes e buscar auxiliar nos problemas pessoais e domésticos. As líderes fazem parte de contexto social econômico similar e pensam não apenas na integrante ou cooperada, mas na extensão familiar das mesmas; nas possibilidades de fortalecer os núcleos familiares e comunitários. Voltando às origens dos EEs investigados, foi o CS, ou seja, o compromisso tomado pelas líderes, amigas e familiares, vizinhos e pessoas, próximas, de ajudar indivíduos na mesma ou maior situação de dificuldade. E sem receber qualquer lucro financeiro direto por isso. É o CS que parte da comunidade para a formação de coletividades organizacionais, se fortalece e retorna às comunidades, ampliado pelo desenvolvimento das integrantes e suas famílias. Tanto afetivo, quanto financeiro, econômico e social.

Na prática, os EEs realizam a ES no dia a dia, apesar de não conhecerem, pela manifestação da maioria de suas integrantes, os significados conceituais do termo. É um ponto claro constatado pelos grupos focais e entrevistas dos EEs, assim como reconhecido pelas outras instâncias entrevistadas. Muito poucas integrantes dos EEs ouviram falar sobre o conceito de Economia Solidária, mas quanto perguntadas sobre significados relativos ao termo e sobre como ocorre a atuação nos EEs, a participação aumentava significativamente. Palavras e expressões relativas à divisão, partilha, pertencimento, coletividade, trabalho, confiança, cotização, compromisso, responsabilidade, liberdade, e outras foram largamente citadas em relação à prática diária do trabalho, como comprovam as entrevistas e grupos focais realizados. Pode-se dizer que os EEs afirmam em peso, por suas líderes e integrantes, que atuam coletivamente, a partir de princípios de ES, e com larga influência do CS no âmbito INTRA empreendimento.

No âmbito SUPRA, a relação de fidelidade com clientes não foi constatada, apesar de ser um desejo e um objetivo crescentes dos EEs, devido aos benefícios que o fortalecimento desta relação pode produzir. Forma-se em ritmo lento, mas gradual, um pensamento coletivo de que, se além dos valores citados como essenciais na relação de

compra e venda, como a qualidade, preço e prazo, houver também a percepção dos valores e capacidades dos EEs pelos clientes, haverá ampliação de mercados.

Em síntese, atrativos como a exclusividade das peças e a responsabilidade social - traduzida como compromisso do cliente com os princípios inerentes à ES - não são fatores percebidos na relação entre EEs e clientes atuais ou potenciais. Qualidade e preço, na opinião da absoluta maioria dos entrevistados e participantes dos grupos focais, representam os principais motivadores de compra. Dentro do estudo, apenas uma perspectiva difere da colocada. O entrevistado do Fórum sugere que já existe, na prática, uma interface vigente, entre os EEs locais e clientes, fortalecida pelos valores e princípios predominantes na ES.

No que tange ao cliente lojista, a falta de uma relação consolidada com os EEs parece ser uma consequência da dificuldade de formação de CS entre ambos. Esta dificuldade acontece devido a uma desconfiança mútua entre as partes, mas que pode não ser impeditiva para o fechamento de contratos. De um lado, o comerciante objetiva seu lucro. Para ele, o EE representa um fornecedor como outro qualquer. De outro, o EE negocia com experiência reduzida a do lojista. O EE ainda se encontra em estágio de aprendizagem; de vivência comercial incipiente. Ao EE, a necessidade de escoamento dos produtos é urgente, o que muitas vezes se traduz em desvantagens claras no ato da negociação. Este aspecto transpareceu nas entrevistas de todas as organizações entrevistadas, especialmente Coohperart, Incubadora e SENAES. A urgência material do EE faz com que contratos sejam fechados, sem vínculos de confiança construídos previamente, que certamente não produzem benefícios equivalentes para as partes.

No que tange às demandas, é clara a manifestação geral dos entrevistados das organizações investigadas e participantes dos grupos focais. O foco prioritário está na abertura e intensificação de canais de vendas dos produtos de artesanato que maximizem a viabilidade econômica dos EEs. Tanto oportunidades sazonais, quanto contínuas, que facilitem a conquista, a fidelização e a ampliação dos clientes consumidores e lojistas, especialmente. Neste quesito, novamente a percepção do entrevistado do Fórum é diferente. Para ele, a maior demanda dos EEs locais está no setor de serviços.

É preciso cuidado na abordagem dos EEs como mecanismos que atuam em contexto capitalista, especialmente quando o assunto é a analogia entre o EE e as empresas tradicionais. Não se pode afirmar cientificamente que haja menos concentração de poder e renda nos EE, assim como não se pode afirmar que haja menos

CS nas empresas tradicionais. Este é um ponto importante, visto que o intento deste estudo não é alçar a ES a uma condição de utopia e o setor empresarial a um contexto diabólico. Uma contribuição do estudo é dizer que nos EEs investigados não há concentração vertical de poder e renda e que essa dinâmica se traduz em maior confiança entre as integrantes. Por sua vez, essa confiança produz mais Capital Social para todo o grupo.

No âmbito INTER, a relação entre EEs estudados e Governos Federal e local representa um ponto a ser destacado. Não há CS na relação direta entre EEs e qualquer instância direta de Governos. Apenas com UnB, via Incubadora, e com o Conselho das Cidades, via MNLM. Especialmente as Secretarias de Habitação e Trabalho, pelo DF, e a SENAES, em contexto nacional, foram citadas de forma negativa. Seja pela não atenção a reivindicações históricas ou pontuais, seja pela percepção de não inclusão dos EEs e seus integrantes na formulação e implementação de políticas.

Todavia, a necessidade de parcerias governamentais foi citada por todas as instâncias entrevistadas. Apenas no caso da Coohperart, a busca ou a necessidade destas parcerias foram citadas sem ênfase. Isto é, foram abordadas, mas sem a indicação de urgência para o desenvolvimento e evolução da cooperativa. Já a AGMA cita e reforça essa busca, apontada como essencial pelo Fórum de ES do DF, MNLM e SENAES.

Há que se considerar a estrutura enxuta da Incubadora da SENAES e do Fórum, para o atendimento das demandas. É um aspecto comum apontado por ambos que dificulta a atuação e limita o atendimento. No caso da Incubadora o entrevistado afirma que a meta para 2006 era de trabalhar com 30 EEs, mas foi possível contemplar apenas 20. Na SENAES, a estrutura de 20 profissionais, segundo o entrevistado, não consegue aprofundar o estudo e viabilização prática das interfaces regionais. O Fórum aponta a falta de recursos, especialmente advindos da própria SENAES, para a realização de projetos e atividades junto aos EEs, como o custeio de logística para a implementação de eventos de comercialização e capacitação. Em suma, ambos reconhecem que a demanda é maior do que a oferta e que um melhor estudo e atendimento das demandas exige recursos, e não apenas a intenção.

A falta de recursos pressiona Fórum, SENAES e Incubadora a trabalharem alternativas para o melhor atendimento das demandas identificadas. Um caminho pela Incubadora é estreitar as relações com os EEs e fomentar a dinâmica de interação entre universidade e comunidade. Fazer a ponte de extensão comunitária, no sentido de promover a comunidade (DEX - UnB, 2000). Nessa perspectiva, há exemplos de

trabalhos finais e trabalhos de conclusão de cursos, de disciplinas e departamentos acadêmicos variados, orientados para o fortalecimento dos EEs do DF, como um projeto da Engenharia Mecânica para grupo de catadores de lixo; de design para artesanato; e planejamento estratégico como trabalho de conclusão de disciplina do curso de Administração.

A vocação organizacional de SENAES, Fórum e Incubadora também limita uma atuação mais interventiva junto aos EEs. A SENAES é uma Secretaria de articulação. Não tem equipe ou programa específico para cumprir funções de implementação de políticas junto aos EEs nos 27 estados. O Fórum local tem um viés de capacitação de EEs, mas não possui recursos que lhe garantam autonomia para o planejamento e a execução de programas continuados juntos aos EEs, no DF. Além disso, há também uma limitação técnica reconhecida pelo entrevistado do Fórum, devido à limitada formação acadêmica de seus membros. Sobre a Incubadora, cujo viés principal de atuação é o técnico, de consultoria e assessoria, mas sem equipe para ampliação do atendimento da demanda.

Neste sentido, as Incubadoras universitárias não representam uma extensão técnica do Governo Federal, patrocinadas via SENAES. São estruturas próprias de intervenção, cuja autonomia e funcionamento têm caráter específico, a depender da Instituição de Ensino Superior a que estejam ligadas. Há canais e vínculos para a materialização de ações e programas em conjunto, mas não como estrutura macro que ligue a SENAES às Incubadoras. Um exemplo é a Fundação Banco do Brasil - FBB que, por meio de convênio atua como catalisadora dos investimentos destinados à Secretaria, pelo Ministério do Trabalho, e também tem dotação orçamentária própria para o desenvolvimento da ES. Seja via SENAES, seja diretamente via Incubadoras.

Ademais, estas mesmas estruturas de apoio são jovens. A Incubadora, que projeta dois anos de atendimento como ideal para os EEs, mas que ainda não possui esse tempo como organização. A SENAES e o Fórum, foram originados apenas em 2003. Os EEs investigados: a Coohperart, legalizada como cooperativa apenas em 2005, e a AGMA ainda grupo informal, atuando deste março de 2006. Aqui, a variável tempo aparece novamente como condição relevante para a formação e o fortalecimento do CS entre os EEs e representantes do Governo e da Academia, ligados à ES.

É importante o argumento de que a atuação conjunta dos EEs é relevante para que estes mecanismos possam ser, de fato, fortalecidos. Basta dizer que dos mais de 300 EEs brasileiros, mapeados no Atlas da Economia Solidária (2006), apenas 60 - cerca



de 70% localizados no DF e 30% do Entorno - participam efetivamente do Fórum de ES local. A capacitação dos EEs sobre as atividades institucionais destas instâncias podem contribuir para um maior entendimento e engajamento dos EEs na discussão, formulação, implementação e avaliação de políticas públicas de ES.

A ampliação e qualificação do atendimento dos EEs à comunidade, não prescinde à conquista de parceiros comerciais que gerem novos pontos e oportunidades fixas de venda. Esta é a maior demanda dos EEs investigados e é a partir do seu atendimento que, segundo a percepção dos entrevistados, será construída uma melhor aproximação com a comunidade local do Recanto das Emas.

Em relação aos limites do estudo, é importante ressaltar que nenhuma das conclusões pode ser tomada como tendência ou fato estatístico. Seja para a Região Administrativa do Recanto das Emas, seja para todo o Distrito Federal.

Sugere-se que as conclusões aqui relatadas possam representar subsídios para investigações futuras que vasculhem, de maneiras diferenciadas, o universo da ES no DF. A busca de ampliação do entendimento deste objeto de pesquisa pode ser um caminho para estudos que, por sua vez, alimentem a formulação, implementação e avaliação de políticas públicas de ES, dentro do Distrito Federal.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMATO NETO, J.; RUFINO, S. **Cooperativas de trabalho: uma solução para a qualificação da mão-de-obra na construção civil?** Anais do 2º Congresso de Tecnologia – FATEC-SP, 2000, São Paulo.

BAUER, M. W. **Análise de Conteúdo Clássica: uma revisão.** In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som - Um manual prático. Petrópolis. VOZES. 2004. cap 8. 189-217.

BÉVORT, A.; BUCOLO, E. **Capital Social.** In LAVILLE, J.L.; CATTANI, A. D.; Dictionnaire de L'Autre Economie. Paris: Desclée de Brouwer. 2005. p. 79-86.

BOFF, L. **O Despertar da águia: o dia-bólico e o sim-bólico na construção da realidade.** Petrópolis, RJ: Vozes. 2002.

BORDENAVE, J. D.; PEREIRA, A M.. **Estratégias de Ensino-Aprendizagem.** Petrópolis,RJ. Vozes, 2000.

BUCOLO E., LAVILLE J.L. **Capital Social et Économie Solidaire.** 2006. No prelo.

CARVALHO, C.A.; VIEIRA, M.M.F; Introdução – Sobre organizações, instituições e poder; Parte I – Teoria Institucional e estudos organizacionais: da origem à contemporaneidade teórica. In: VIEIRA, M.M.F; CARVALHO, C.A. **Organizações, Instituições e Poder no Brasil** (Orgs). Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

COBRA, M. **Marketing Essencial: conceitos, estratégias e controle.** São Paulo, Atlas, 1988.

CRUZ NETO, O; MOREIRA, M. R.; SUCENA Otávio. **Nem soldados Nem inocentes: juventude e tráfico de drogas no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2001.

CASTRO, A. M. G. de; LIMA, S.M.V.; CARVALHO, J.R.P. de. **Planejamento de C&T: sistemas de informação gerencial.** Brasília, DF: Embrapa. 1999.

DECANATO DE EXTENSÃO - DEX, Universidade de Brasília (UnB). **A Extensão na Universidade de Brasília – o que é e como participar.** Manual. 2000.

DEMO, P. **Cidadania Menor, Algumas Indicações de Nossa Pobreza Política.** Petrópolis, RJ: Vozes.1992.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Dicionário de Língua Portuguesa.** Curitiba: Positivo. 2004.

FONTES, M. **Marketing Social Revisitado. Novos Paradigmas do Mercado Social.** Florianópolis: Cidade Futura, 2001.

FRANÇA FILHO, G.C.; LAVILLE, J.L. **A Economia Solidária: uma abordagem internacional.** Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2004.

- FREIRE, P. **Educação e Mudança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- FREIRE, P. **Educação Como Prática da Liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- FUKUYAMA, F. **Confiança: as virtudes sociais e a criação de prosperidade**. New York. Free Press, 1995.
- GAIGER, L. **Emprendimientos Económicos Solidários**. In CATTANI, A.; CORAGGIO, J. L. (Orgs.) *La Otra Economía*. Buenos Aires: Editorial Altamira, 2004. p. 229-241.
- GAIGER, L.I. (Org). **Sentidos e Experiências da Economia Solidária no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS Editora. 2004.
- GASKELL, G. **Entrevistas individuais e grupais**. In: BAUER, M. W., GASKELL, G. (Orgs). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som - Um manual prático*. Petrópolis. VOZES. 2002. cap. 3. p.64-89.
- GOHN, M. D. **Teorias dos Movimentos Sociais-paradigmas clássicos contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola. 1997.
- GIRARD-NUNES, C. G. **Os elos horizontais da Economia Solidária: Desafios e perspectivas**. In MARTINS, P.H. e NUNES, B. F. (Orgs). *A nova ordem social - Perspectivas da solidariedade contemporânea*: Brasília: Paralelo 15, 2004. p.192-213.
- GIRARD-NUNES, C. G. **Introdução à Economia Solidária no Distrito Federal**. In: GAIGER, L.I. (Org). *Sentidos e Experiências da Economia Solidária no Brasil*. Porto Alegre: UFRGS Editora. 2004. p. 229-265.
- GIRARD-NUNES, C. G. **Integração e Capital Social a partir de uma reflexão em políticas de trabalho no campo da Economia Solidária**. 2006. No prelo.
- GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos Movimentos Sociais - paradigmas clássicos contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola. 1997.
- GRAU, N. C. e PEREIRA, L. C. B. (orgs). **O Público Não-Estatal na Reforma do Estado**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas Editora. 1999. cap. 1. p. 8-50.
- HINTZE, S. **Estado y políticas públicas: acerca de la especificidad de la gestión depolíticas para la economía social y solidaria**. In: SEGUNDO CONGRESO ARGENTINO DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. SOCIEDAD, ESTADO Y ADMINISTRACIÓN. 2003, Córdoba, Argentina.
- JESUS, P.; RIOS, G.; SOARES, G.J.V.; PIRES, M.L.L. **Introdução ao estudo da economia solidária em Pernambuco**. In: GAIGER, Luiz Inácio (Org.). *Sentidos e Experiências da Economia Solidária no Brasil*. Porto Alegre: UFRGS Editora. 2004. p. 17-53.
- JOHN SNOW BRASIL - JSB. **Relatório de Aferição da Sustentabilidade Institucional das Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS**. John Snow Brasil, Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde. Brasília, 1999.

JOHN SNOW BRASIL - JSB. **Relatório de Avaliação de Impacto Social do Programa AABB Comunidade**. John Snow Brasil, Fundação Banco do Brasil. Brasília, 2000.

JOHN SNOW BRASIL - JSB. **Relatório de Avaliação de Impacto Social do Programa Hospital do Câncer**. John Snow Brasil, Fundação Banco do Brasil. Brasília, 2000.

KOTLER, P. **Marketing para as organizações que não visam o lucro**. São Paulo. Atlas. 1988

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro. Prentice-Hall do Brasil, 1998.

KRAYCHETE, G.; **Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia**. In: KRAYCHETE, G.; LARA, F.; COSTA, B. Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia. Petrópolis, RJ: Vozes. 2000. p. 39-63.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **Em Busca de Informações**. A Construção do Saber - Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Minas Gerais: Editora UFMG. 1999. Cap. 5. p. 165-195.

LUDKE, M. ANDRÉ, M.L. **Métodos de coleta de dados: observação, entrevista e análise documental**. In: Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986. p.25- 44.

MORALES, C. A. **Provisão de serviços sociais através de organizações públicas não-estatais: aspectos gerais**. In GRAU, N. C. e PEREIRA, L. C. B. (orgs). O Público Não-Estatal na Reforma do Estado. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas Editora. 1999. cap 2. p. 51-86.

OLIVEIRA, M.; FREITAS, H. M. R. de. **Focus Group – pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento**. Revista da Administração. São Paulo, v.33, n. 3, p.83-91, jul. /s et. 1998.

POCHMANN, M.. **Economia Solidária no Brasil: Possibilidades e Limites**. Mercado de Trabalho: conjuntura e análise. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, v.09, n.24, p. 23-34, ago. 2004.

PUTNAM, R. **Bowling Alone: America's Declining Social Capital**. Journal of Democracy, Jan. 1995, p.65-78.

RIZZINI, I.; RABELLO M.; SARTOR, C. D. **Pesquisando. Guia de Metodologias de Pesquisa para Programas Sociais**. Série Bancos de Dados 06. Rio de Janeiro: Editora Universitária Santa Úrsula. 1999.

SALAMON, L. **Estratégias para o Fortalecimento do Terceiro Setor**. In: IOSCHIPE, E. (org.) Terceiro Setor-Desenvolvimento Social Sustentado. Petrópolis,RJ: Paz e Terra. 2000. p. 73-95.

SANTANA, M. A.; RAMALHO, J. R. **Sociologia do Trabalho no Mundo Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.

SCHUTT, R. K. **Investigating the social world: The process and practice of research**. Thousand Oaks: Pine Forge Press, Sage Publications, 2004.

SENAES/ MTE. **Atlas da Economia Solidária do Brasil 2005**. Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES. Brasília, 2006.

SENAES/ MTE/ IPEA/ UNB/ UFSCAR/ UFBA. **Relatório de Pesquisa em Políticas Públicas de Economia Solidária no Brasil**. No Prelo.

SINGER, P. **A recente ressurreição da economia solidária no Brasil**. In: SANTOS, B. de S. (org.). *Produzir para Viver – os caminhos da produção não capitalista*. Coleção Reinventar a Emancipação Social para Novos Manifestos. Rio de Janeiro:Ed. Civilização Brasileira, 2002. p. 83-127.

SOUZA-SANTOS, B. (Org.). **Produzir para viver - Os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

STREIT, J. A. **A Economia Solidária como Alternativa para os Catadores de Recicláveis no Distrito Federal: Um Estudo de Três Cooperativas**. 2006. 107 f. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Gestão Social e Trabalho) Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação (FACE) Universidade de Brasília, Brasília, DF.

TAULIE, J.R.; RODRIGUES, H. **Economia Solidária e Autogestão: a criação e recriação de trabalho e renda**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Mercado de Trabalho: conjuntura e análise, v.09, n.24, p. 35-43, ago. 2004.

TENÓRIO, FERNANDO G., **Gestão de Ong's, principais funções gerenciais**. RJ, FGV editora. 2000.

TORO, J. B. e WERNECK, N. M. D. **Mobilização Social, um modo de construir a democracia e a participação**. Brasília. Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior - ABEAS - e UNICEF. 1997.

VASCONCELOS, A.M.N. **Estatísticas de Mortalidade por Causas: uma avaliação da qualidade da informação**. Anais do X Encontro Nacional de Estudos Populacionais. 2006. vol. 1: 151-166.

VERGARA, S. C. **Começando a definir a metodologia**. In: *Projetos e relatórios de pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2000. p. 46-53.

VIEIRA, M. M. F. **Por uma boa pesquisa em administração**. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (orgs.) *Pesquisa Qualitativa em Administração*. Rio de Janeiro: FGV editora. 2005. p. 13 a 28.

ZANELLI, J. C. **Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas**. Estudos de Psicologia. 2002. p.79-88.

## **WEBSITES DE APOIO**

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA UnB. **Atenção ao Desenvolvimento Social - Empreendedorismo**. 14/12/05. Disponível em <http://www.unb.br/acs/unbagencia/ag1205-27.htm>. Acesso em 05 jan. 2007.

CDT/UnB. Multincubadora. **Transformando Idéias em Negócios de Sucesso**. Disponível em: <http://incubadora.cdt.unb.br/> Acesso em: 04 jul. 2006.

CODEPLAN. **Distrito Federal: Síntese de Informações Sócio-Econômicas 2006**. Companhia de Desenvolvimento do Planalto Central - CODEPLAN. Brasília, DF. 2006. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/sites/200/216/digital/sintese.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2006.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA - FBES. **Carta de Princípios**. [http://www.fbes.org.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=63&Itemid=60](http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=60). Acesso em: 05 jan. 2007.

INSTITUTO AKATU. <http://www.akatu.org.br>. **O que Consumo Consciente?** Acesso em: 25 fev. 2007.

## **ANEXOS**

- **Anexo I: Roteiro Base para a Coleta de Dados**
- **Anexo II: Questionário de Entrevista da Coohperart e AGMA**
- **Anexo III: Roteiro de Grupos Focais da Coohperart e AGMA**
- **Anexo IV: Questionário de Entrevista da Incubadora Social e Solidária da UnB**
- **Anexo V: Questionário de Entrevista da Secretaria Nacional de Economia Solidária**
- **Anexo VI: Questionário de Entrevista do Fórum de Economia Solidária do DF**
- **Anexo VII: Questionário de Entrevista do Movimento Nacional de Luta pela Moradia**

## ANEXO I - ROTEIRO BASE PARA A ELABORAÇÃO DE INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

### A) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>1</sup>

1. Como o empreendimento atua? Como Cooperativa, Associação, Grupo Informal, outro? Qual forma?
2. O que significa atuar dentro deste formato? Você gostaria de atuar de uma forma diferente? Porque?
3. A organização possui CNPJ?
4. A legalização do empreendimento é/foi considerada prioridade? Quando? Porque?
5. Quais acontecimentos marcaram a trajetória da organização, para melhor ou para pior? De que maneira?
6. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação da organização? Para quais públicos?
7. A organização tem objetivos? Quais são?
8. A organização, normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
9. Qual é a maior contribuição do empreendimento para a sociedade?
10. Há pessoas principais na organização? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
11. Há desafios a serem enfrentados pela organização? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantêm desde o começo da organização?
12. O que a organização mais preza como seus valores?
13. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que a organização deve seguir para melhorar, ainda mais?

---

<sup>1</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).



14. Quais são as fontes de recursos atuais da organização? O que fornece mais recursos? E menos?

### **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

15. Você(s) já ouviu(ram) falar em Economia Solidária? (Em caso de sim) Quando? Por meio de quem? Onde? Como?

16. O que é pra você(s) a Economia Solidária (ES)? O que significa?

17. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?

18. A organização trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia da organização?

19. Na sua opinião, a ES acontece na prática na organização? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?

20. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)

### **C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

21. O que é confiança pra você(s)?

22. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia do empreendimento? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc).

23. Você(s) já trabalhou(lharam) em empresas? Quais as diferenças boas ou ruins entre estas empresas e a organização? (listar as positivas e depois as negativas, ou vice-versa)

24. Os benefícios conquistados pela organização geram benefícios diretos para os participantes? Como e em que medida?

25. A organização tem parceiros em que pode confiar? Porque? Como? (Caso sim e/ou não)
26. A organização tem parceiros/interlocutores? (Caso sim) Qual(is) é(são)? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
27. Quanto tempo de interação que a organização tem com cada um de seus interlocutores/ parceiros.
28. Como as parcerias atuais funcionam?
29. Estas parcerias têm mais ajudado ou atrapalhado a organização? Como?
30. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
31. Quais são as dificuldades para se construir confiança (questão similar à questão ?
  - Dentro da organização:
  - Com parceiros/interlocutores:
  - E pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para vocês, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pela organização?
32. Você(s) tem(êm) alguma parceria em mente? Qual(is)? Porque? Em que acrescentaria?
33. A organização tem clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que os levou a estarem fidelizados à organização? Caso não: o que falta para conquistar mais clientes?
34. Quais seriam os clientes desejados pela organização?
35. Quais são os valores que a organização tem? (entregar papel cartão para que todos, no caso dos GF, preencham em conjunto)
36. Você(s) acham que estes valores são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Quem reconhece e quem não reconhece (listar)?

#### **D) FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

37. As(os) colegas de trabalho têm alguma influência na sua vida? De que tipo? Como isso acontece?
38. Como você(s) se sentem atuando pela organização?
  - Melhor ou pior do que o trabalho/emprego passado? Como?

- O trabalho realizado na organização se reflete de alguma forma em casa, na família? Como?
39. Há algum tipo de sentimento, valor, parâmetro positivo que exista na organização que seja reproduzido no núcleo familiar ou que venha do núcleo familiar para a organização?
40. Pedir ao(s) entrevistado(s) que desenhe(m) o funcionamento da organização (para entender o funcionamento dentro de um organograma). Depois perguntar: como você acha que os valores da organização (citar os valores escritos no papel cartão) se reproduzem na organização? (comunicação, produção, hierarquia, relacionamento com parceiros externos e clientes/ comparar com respostas sobre a prática de princípios de ES pela organização)

### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

41. O que faz com que um parceiro possa ser confiável pra você? O que te faz desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
42. E um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é?
43. O ambiente geral da organização está mais para a confiança ou para a desconfiança?
44. A organização participa de alguma rede, fórum ou conselho? Caso participe, quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>2</sup>
45. Existe alguma rede, fórum ou conselho, municipal, regional ou nacional, ligado às causas defendidas ou objetivos da organização? Se sim, qual(is)?<sup>3</sup>
46. A organização defende/promove/age por alguma causa? Qual(is)?
47. Neste ponto, as formas de aproximação da organização com parceiros de causa são satisfatórias? Há prioridade constatada pela organização neste ponto?<sup>4</sup>
48. Como a relação da organização com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares, deve acontecer?
49. E com a comunidade? As formas de aproximação da organização com a comunidade são satisfatórias? Há prioridade constatada pela organização neste ponto?<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Vide ref. 1

<sup>3</sup> Vide ref. 1

<sup>4</sup> Vide ref. 1

<sup>5</sup> Vide ref. 1

50. Como a relação com a comunidade pode melhorar? Por qual tipo de caminho ela deve acontecer?

## **ANEXO II: QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA PARA COOPERART E AGMA**

- Entrevistada Coohperart: Simone Eterna Coelho // Duração: 1h 46'08"
- Entrevistada AGMA: Francisca Lúcia Matos Santos // Duração: 1h 11'43"

### **A) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>6</sup>**

1. Como o empreendimento atua? Como Cooperativa, Associação, Grupo Informal, outro? Qual forma?
2. O que significa atuar dentro deste formato? Você gostaria de atuar de uma forma diferente? Porque?
3. A organização possui CNPJ?
4. A legalização do empreendimento é/foi considerada prioridade? Quando? Porque?
5. Quais acontecimentos marcaram a trajetória da organização, para melhor ou para pior? De que maneira?
6. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação da organização? Para quais públicos?
7. A organização tem objetivos? Quais são?
8. Você atua para realizar estes objetivos? Como? Neste sentido, seu papel funciona de que maneira, em comparação com os outros participantes?
9. A organização, normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
10. Qual é a maior contribuição do empreendimento para a sociedade?
11. Há pessoas principais na organização? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
12. Há desafios a serem enfrentados pela organização? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantém desde o começo da organização?

---

<sup>6</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).

13. O que a organização mais preza como seus valores?
14. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que a organização deve seguir para melhorar, ainda mais?

### **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

15. Você já ouviu falar em Economia Solidária? (Em caso de sim) Quando? Por meio de quem? Onde? Como?
16. O que é pra você a Economia Solidária (ES)? O que significa?
17. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?
18. Você age para disseminar estes princípios entre os participantes da organização? Como?
19. A organização trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia da organização?
20. Na sua opinião, a ES acontece na prática na organização? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?
21. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)

### **C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

22. O que é confiança pra você?
23. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia do empreendimento? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc).
24. Você age para estimular os laços de confiança na organização? Como?
25. Você já trabalhou em empresas? Quais as diferenças boas ou ruins entre estas empresas e a organização? (listar as positivas e depois as negativas, ou vice-versa)
26. Os benefícios conquistados pela organização geram benefícios diretos para os participantes? Como e em que medida?

27. A organização tem parceiros em que pode confiar? Porque? Como? (Caso sim e/ou não)
28. A organização tem parceiros/interlocutores? (Caso sim) Qual(is) é(são)? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
29. Quanto tempo de interação que a organização tem com cada um de seus interlocutores/ parceiros.
30. Como as parcerias atuais funcionam?
31. Estas parcerias têm mais ajudado ou atrapalhado a organização? Como?
32. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
33. Quais são as dificuldades para se construir confiança (questão similar à questão ?
34. Dentro da organização:
35. Com parceiros/interlocutores:
36. E pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para vocês, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pela organização?
37. Você tem alguma parceria em mente? Qual(is)? Porque? Em que acrescentaria?
38. A organização tem clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que os levou a estarem fidelizados à organização? Caso não: o que falta para conquistar mais clientes?
39. Quais seriam os clientes desejados pela organização?
40. Quais são os valores que a organização tem? (entregar papel cartão para que todos, no caso dos GF, preencham em conjunto)
41. Você acha que estes valores são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Quem reconhece e quem não reconhece (listar)?

#### **D) FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

42. As(os) colegas de trabalho têm alguma influência na sua vida? De que tipo? Como isso acontece?
43. Como você se sente atuando pela organização?
44. Melhor ou pior do que o trabalho/emprego passado? Como?
45. O trabalho realizado na organização se reflete de alguma forma em casa, na família? Como?

46. Há algum tipo de sentimento, valor, parâmetro positivo que exista na organização que seja reproduzido no núcleo familiar ou que venha do núcleo familiar para a organização?
47. Pedir ao(a) entrevistado(a) que desenhe(m) o funcionamento da organização (para entender o funcionamento dentro de um organograma). Depois perguntar: como você acha que os valores da organização (citar os valores escritos no papel cartão) se reproduzem na organização? (comunicação, produção, hierarquia, relacionamento com parceiros externos e clientes/ comparar com respostas sobre a prática de princípios de ES pela organização)

#### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

48. O que faz com que um parceiro possa ser confiável pra você? O que te faz desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
49. É um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é?
50. O ambiente geral da organização está mais para a confiança ou para a desconfiança?
51. A organização participa de alguma rede, fórum ou conselho? Caso participe, quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>7</sup>
52. Existe alguma rede, fórum ou conselho, municipal, regional ou nacional, ligado às causas defendidas ou objetivos da organização? Se sim, qual(is)?<sup>8</sup>
53. A organização defende/promove/age por alguma causa? Qual(is)?
54. Neste ponto, as formas de aproximação da organização com parceiros de causa são satisfatórias? Há prioridade constatada pela organização neste ponto?<sup>9</sup>
55. Como a relação da organização com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares, deve acontecer?
56. E com a comunidade? As formas de aproximação da organização com a comunidade são satisfatórias? Há prioridade constatada pela organização neste ponto?<sup>10</sup>
57. Como a relação com a comunidade pode melhorar? Por qual tipo de caminho ela deve acontecer?

---

<sup>7</sup> Vide ref. 1

<sup>8</sup> Vide ref. 1

<sup>9</sup> Vide ref. 1

<sup>10</sup> Vide ref. 1

### ANEXO III: ROTEIRO DE GRUPO FOCAL PARA COOHPERART E AGMA

- Grupo Focal 1 - Coohperart // Duração: 2h 11'06"
- Grupo Focal 2 - Coohperart // Duração: 55'07"
- Grupo Focal AGMA // Duração: 1h 40'05"

#### A) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>11</sup> DA ORGANIZAÇÃO

1. Como o empreendimento atua? Como Cooperativa, Associação, Grupo Informal, outro? Qual forma?
2. O que significa atuar dentro deste formato? Você(s) gostariam de atuar de uma forma diferente? Porque?
3. A organização possui CNPJ?
4. A legalização do empreendimento é/foi considerada prioridade? Porque?
5. Quais acontecimentos marcaram a trajetória da organização, para melhor ou para pior? De que maneira?
6. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação da organização? Para quais públicos?
7. A organização tem objetivos? Quais são?
8. A organização, normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
9. Qual é a maior contribuição do empreendimento para a sociedade?
10. Há pessoas principais na organização? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
11. Há desafios a serem enfrentados pela organização? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantêm desde o começo da organização?
12. O que a organização mais preza como seus valores?
13. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que a organização deve seguir para melhorar, ainda mais? (entregar papel cartão para que todos, no caso dos GF, preencham em conjunto)

---

<sup>11</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).



14. Quais são as fontes de recursos atuais da organização? O que fornece mais recursos? E menos?

## **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

15. Vocês já ouviram falar em Economia Solidária? (Em caso de sim) Quando? Por meio de quem? Onde? Como?
16. O que é pra você(s) a Economia Solidária (ES)? O que significa?
17. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?
18. A organização trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia da organização?
19. Na sua opinião, a ES acontece na prática na organização? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?
20. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)

## **C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

21. O que é confiança pra você(s)?
22. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia do empreendimento? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc)
23. Quantos já trabalharam em empresas? Quais as diferenças boas ou ruins entre estas empresas e a organização? (listar as positivas e depois as negativas, ou vice-versa)
24. Os benefícios conquistados pela organização geram benefícios diretos para os participantes? Como e em que medida?
25. A organização tem parceiros em que pode confiar? Porque? Como? (Caso sim e/ou não)

26. A organização tem parceiros/interlocutores? (Caso sim) Qual(is) é(são)? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
27. Quanto tempo de interação que a organização tem com cada um de seus interlocutores/ parceiros.
28. Como as parcerias atuais funcionam?
29. Estas parcerias têm mais ajudado ou atrapalhado a organização? Como?
30. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
31. Quais são as dificuldades para se construir confiança (questão similar à questão ?
32. Dentro da organização:
33. Com parceiros/interlocutores:
34. E pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para vocês, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pela organização?
35. Você(s) tem alguma parceria em mente? Qual(is)? Porque? Em que acrescentaria?
36. A organização tem clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que os levou a estarem fidelizados à organização? Caso não: o que falta para conquistar mais clientes?
37. Quais seriam os clientes desejados pela organização?
38. ReconVocê(s) acha(m) que estes valores expressos por vocês (\*mostrar papel cartão preenchido, da questão 13) são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Quais são os interlocutores/parceiros que reconhecem e quem não reconhece (listar)?

#### **D)FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

39. As(os) colegas de trabalho têm alguma influência na sua vida? De que tipo? Como isso acontece?
40. Como vocês se sentem atuando pela organização?
41. Melhor ou pior do que o trabalho/emprego passado? Como?
42. O trabalho realizado na organização se reflete de alguma forma em casa, na família? Como?

43. Há algum tipo de sentimento, valor, parâmetro positivo que exista na organização que seja reproduzido no núcleo familiar ou que venha do núcleo familiar para a organização?

#### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

44. O que faz com que um parceiro possa ser confiável pra você(s)? O que te faz desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
45. E um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é?
46. E os clientes? Quando são confiáveis e quando não são?
47. O ambiente geral da organização está mais para a confiança ou para a desconfiança?
48. A organização participa de alguma rede, fórum ou conselho? Caso participe, quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>12</sup>
49. A organização defende/promove/age por alguma causa? Qual(is)?
50. Existe alguma rede, fórum ou conselho, municipal, regional ou nacional, ligado às causas defendidas ou objetivos da organização? Se sim, qual(is)?<sup>13</sup>
51. Neste ponto, as formas de aproximação da organização com parceiros de causa são satisfatórias? Há prioridade constatada pela organização neste ponto?<sup>14</sup>
52. Como a relação da organização com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares, deve acontecer?
53. E com a comunidade? As formas de aproximação da organização com a comunidade são satisfatórias? Há prioridade constatada pela organização neste ponto?<sup>15</sup>
54. Como a relação com a comunidade pode melhorar? Por qual tipo de caminho ela deve acontecer?

---

<sup>12</sup> Vide ref. 1

<sup>13</sup> Vide ref. 1

<sup>14</sup> Vide ref. 1

<sup>15</sup> Vide ref. 1

## ANEXO IV: QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA DA INCUBADORA SOCIAL E SOLIDÁRIA DA UNB

Entrevistado: Pedro (Coordenador) // duração: 1h 31'31''

### A) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>16</sup>

1. Qual a origem da Incubadora Social e Solidária da UnB? Porque e como surgiu? Quem teve a iniciativa?
2. Como a Incubadora atua? De que maneiras?
3. O que significa atuar dentro deste formato? Você gostaria de atuar de uma forma diferente? Porque?
4. De que forma legal a Incubadora está estabelecida dentro da UnB?
5. A criação da Incubadora de ES é/foi considerada prioridade? Quando? Porque?
6. Quais acontecimentos marcaram a trajetória da Incubadora, para melhor ou para pior? De que maneira?
7. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação da organização? Para quais públicos?
8. A organização tem objetivos? Quais são?
9. A organização, normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
10. Qual é a maior contribuição da Incubadora para a sociedade?
11. Há pessoas principais na Incubadora? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
12. Há desafios a serem enfrentados pela organização? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantém desde o começo da organização?
13. O que a organização mais preza como seus valores?

---

<sup>16</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).

14. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que a organização deve seguir para melhorar, ainda mais?
15. Quais são os produtos e serviços oferecidos pela Incubadora?
16. Quantas organizações são atendidas hoje pela Incubadora?
17. Estes produtos, serviços e estrutura de profissionais funcionam com quais recursos?
18. Quais são os resultados já alcançados? Há um balanço destes resultados?

#### **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

19. Quando você ouviu falar em Economia Solidária pela primeira vez? Por meio de quem? Onde? Como?
20. O que é pra você a Economia Solidária (ES)? O que significa?
21. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?
22. Você age para disseminar estes princípios entre os empreendimentos ligados à Incubadora? Como?
23. A incubadora trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia da organização?
24. Na sua opinião, a ES acontece na prática no DF? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?
25. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)
26. Como são os procedimentos a serem seguidos pelos empreendimentos para se vincularem com a Incubadora?
27. A Incubadora da UnB atende empreendimentos ligados apenas ao DF?
28. São quantos empreendimentos já vinculados à Incubadora? Há metas de atendimento para curto, médio e longo, prazos? Quais são? (para comparar com a questão 15 e complementá-la)

## C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

29. O que é confiança pra você?
30. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia da Incubadora? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc).
31. A Incubadora age para estimular os laços de confiança nos empreendimentos? Como?
32. Para você, quais são as diferenças principais que diferenciam um empreendimento de ES de uma empresa comercial tradicional?
33. Os serviços prestados pela Incubadora geram benefícios diretos para os empreendimentos? Como e em que medida?
34. Quais são os tipos de parceiros de que um empreendimento de ES não pode prescindir? Porque? Quais devem ser as prioridades na busca de parceiros? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
35. Há um intervalo de tempo que a Incubadora leve para obter a integração com os empreendimentos, de forma geral? Qual?
36. Você acha que os empreendimentos do DF vêm a Incubadora como sua parceira, atual ou potencial? De que tipo?
37. Como as parcerias atuais funcionam?
38. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
39. Quais são as dificuldades para se construir confiança na relação com os empreendimentos?
40. Pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para você, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pelos empreendimentos?
41. Na sua opinião, quais os tipos de parcerias mais desejados pelas organizações de ES, no DF? Porque? Que formas de benefícios essas parcerias poderiam acrescentar?
42. As organizações de ES, no DF, costumam ter clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que, na sua opinião, os leva à fidelização com a organização? Caso não: o que faltaria aos empreendimentos para conquistar mais clientes?

43. Quais seriam os clientes desejados pelas organizações de ES?
44. Você acha que estes valores da Incubadora são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Qual o percentual dos empreendimentos atendidos que reconhece e dos que não reconhece?

#### **D) FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

45. Como você acha que os empreendimentos vêm a Incubadora? De que maneiras? Porque?
46. Quais são as maiores demandas dos empreendimentos? Algum estudo já foi feito neste sentido?
47. A incubadora nota algum padrão em termos de intercâmbio de sentimentos ou valores, que exista, entre as organizações e seus núcleos familiares?
48. Como você acha que os valores da ES (citar os valores escritos no papel cartão) se reproduzem nos empreendimentos?
49. Pedir ao(a) entrevistado(a) que desenhe(m) o funcionamento da Incubadora (para entender o funcionamento dentro de um organograma). Depois perguntar:

#### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

50. Para você, o que faz com que um parceiro possa ser confiável pra um empreendimento de ES? O que faria o empreendimento desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
51. E de um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é, para o empreendimento?
52. Você acha que os empreendimentos do DF costumam participar de alguma rede, fóruns ou conselhos? Em que medida? Quais são os mecanismos mais procurados? Quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>17</sup> Há estudos sobre isso?
53. Existe alguma rede, fórum ou conselho, municipal, regional ou nacional, ou outros mecanismos, ligados às causas defendidas ou objetivos das organizações de ES, no DF? Se sim, qual(is)?<sup>18</sup> Para a Incubadora, a vinculação com estes mecanismos é uma prioridade?

---

<sup>17</sup> Vide ref. 1

<sup>18</sup> Vide ref. 1

54. Na sua opinião, as organizações de ES do DF costumam defender/promover/agir por alguma causa? Qual(is)? Como isso se dá? Quais são os motivos?
55. Neste ponto, você acha que as formas de aproximação das organizações com seus parceiros de causa são satisfatórias? Esta é uma prioridade reconhecida pelos empreendimentos no DF? E pela Incubadora, esta é uma prioridade?<sup>19</sup>
56. Como deve acontecer a relação das organizações com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares?
57. E com a comunidade? São satisfatórias as formas de aproximação das organizações com a comunidade? Você acha que são prioridade para os empreendimentos? E para a Incubadora, há prioridade constatada sobre este ponto?<sup>20</sup>
58. Como pode melhorar a relação dos empreendimentos com a comunidade? Quais são os caminhos devem ser seguidos?

---

<sup>19</sup> Vide ref. 1

<sup>20</sup> Vide ref. 1



## ANEXO V: QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA DA SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA - SENAES

Entrevistado: Fernando Cleimann // Duração: 1h 09'02"

### A) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>21</sup>

1. Qual a origem da SENAES? Porque e como surgiu? Quem teve a iniciativa?
2. Como a SENAES atua? De que maneiras?
3. O que significa atuar dentro deste formato? Você gostaria de atuar de uma forma diferente? Porque?
4. De que forma legal a SENAES está estabelecida?
5. A criação da SENAES é/foi considerada prioridade? Quando? Porque?
6. Quais acontecimentos marcaram a trajetória da SENAES, para melhor ou para pior? De que maneira?
7. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação da SENAES? Para quais públicos?
8. A SENAES tem objetivos? Quais são?
9. A SENAES, normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
10. Qual é a maior contribuição da SENAES para a sociedade?
11. Há pessoas principais na SENAES? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
12. Há desafios a serem enfrentados pela SENAES? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantêm desde o começo da SENAES?
13. O que a SENAES mais preza como seus valores?
14. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que a SENAES deve seguir para melhorar, ainda mais?
15. Quais são os produtos e serviços oferecidos pela SENAES?

---

<sup>21</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).

16. Quantas organizações são atendidas hoje pela SENAES de ES?
17. Estes produtos, serviços e estrutura de profissionais funcionam com quais recursos?
18. Quais são os resultados já alcançados? Há um balanço destes resultados?

#### **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

19. Quando você ouviu falar em Economia Solidária pela primeira vez? Por meio de quem? Onde? Como?
20. O que é pra você a Economia Solidária (ES)? O que significa?
21. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?
22. Você age para disseminar estes princípios entre os empreendimentos ligados à SENAES? Como?
23. A SENAES trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia da SENAES?
24. Na sua opinião, a ES acontece na prática no DF? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?
25. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)
26. Como são os procedimentos a serem seguidos pelos empreendimentos para se vincularem com a SENAES?
27. A SENAES atende empreendimentos ligados apenas ao DF?
28. São quantos empreendimentos já vinculados à SENAES? Há metas de atendimento para curto, médio e longo, prazos? Quais são? (para comparar com a questão 15 e complementá-la)

#### **C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

29. O que é confiança pra você?
30. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia da SENAES? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc).
31. A SENAES age para estimular os laços de confiança nos empreendimentos? Como?

32. Para você, quais são as diferenças principais que diferenciam um empreendimento de ES de uma empresa comercial tradicional?
33. Os serviços prestados pela SENAES geram benefícios diretos para os empreendimentos? Como e em que medida?
34. Quais são os tipos de parceiros de que um empreendimento de ES não pode prescindir? Porque? Quais devem ser as prioridades na busca de parceiros? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
35. Há um intervalo de tempo que a SENAES leve para obter a integração com os empreendimentos, de forma geral? Qual?
36. Você acha que os empreendimentos do DF vêm a SENAES como sua parceira, atual ou potencial? De que tipo?
37. Como as parcerias atuais funcionam?
38. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
39. Quais são as dificuldades para se construir confiança na relação com os empreendimentos?
40. Pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para você, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pelos empreendimentos?
41. Na sua opinião, quais os tipos de parcerias mais desejados pelas organizações de ES, no DF? Porque? Que formas de benefícios essas parcerias poderiam acrescentar?
42. As organizações de ES, no DF, costumam ter clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que, na sua opinião, os leva à fidelização com os empreendimentos? Caso não: o que faltaria aos empreendimentos para conquistar mais clientes?
43. Quais seriam os clientes desejados pelas organizações de ES?
44. Você acha que estes valores da SENAES são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Qual o percentual dos empreendimentos atendidos que reconhece e dos que não reconhece?

#### **D) FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

45. Como você acha que os empreendimentos vêm a SENAES? De que maneiras? Porque?
46. Quais são as maiores demandas dos empreendimentos? Algum estudo já foi feito neste sentido?

47. A SENAES nota algum padrão em termos de intercâmbio desentimentos ou valores, que exista, entre as organizações e seus núcleos familiares?
48. Como você acha que os valores da ES (citar os valores escritos no papel cartão) se reproduzem nos empreendimentos?
49. Pedir ao(a) entrevistado(a) que desenhe(m) o funcionamento da SENAES (para entender o funcionamento dentro de um organograma). Depois perguntar:

#### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

50. Para você, o que faz com que um parceiro possa ser confiável pra um empreendimento de ES? O que faria o empreendimento desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
51. E de um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é, para o empreendimento?
52. Você acha que os empreendimentos do DF costumam participar de alguma redes, fóruns ou conselhos? Em que medida? Quais são os mecanismos mais procurados? Quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>22</sup> Há estudos sobre isso?
53. Existe alguma rede, SENAES ou conselho, municipal, regional ou nacional, ou outros mecanismos, ligados às causas defendidas ou objetivos das organizações de ES, no DF? Se sim, qual(is)?<sup>23</sup> Para a SENAES, a vinculação com estes mecanismos é uma prioridade?
54. Na sua opinião, as organizações de ES do DF costumam defender/promover/agir por alguma causa? Qual(is)? Como isso se dá? Quais são os motivos?
55. Neste ponto, você acha que as formas de aproximação das organizações com seus parceiros de causa são satisfatórias? Esta é uma prioridade reconhecida pelos empreendimentos no DF? E pela SENAES, esta é uma prioridade?<sup>24</sup>
56. Como deve acontecer a relação das organizações com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares?
57. E com a comunidade? São satisfatórias as formas de aproximação das organizações com a comunidade? Você acha que são prioridade para os empreendimentos? E para a SENAES, há prioridade constatada sobre este ponto?<sup>25</sup>
58. Como pode melhorar a relação dos empreendimentos com a comunidade? Quais são os caminhos devem ser seguidos?

---

<sup>22</sup> Vide ref. 1

<sup>23</sup> Vide ref. 1

<sup>24</sup> Vide ref. 1

<sup>25</sup> Vide ref. 1

## ANEXO VI: QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA DO FÓRUM DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO DF

■ Entrevistado: Paulo Henrique de Moraes // duração: 1h 30' 19"

### B) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>26</sup>

1. Qual a origem do Fórum? Porque e como surgiu? Quem teve a iniciativa?
2. Como o Fórum atua? De que maneiras?
3. O que significa atuar dentro deste formato? Você gostaria de atuar de uma forma diferente? Porque?
4. De que forma legal o Fórum está estabelecido?
5. A criação do Fórum é/foi considerada prioridade? Quando? Porque?
6. Quais acontecimentos marcaram a trajetória do Fórum, para melhor ou para pior? De que maneira?
7. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação do Fórum? Para quais públicos?
8. O Fórum tem objetivos? Quais são?
9. O Fórum normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
10. Qual é a maior contribuição do Fórum para a sociedade?
11. Há pessoas principais no Fórum? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
12. Há desafios a serem enfrentados pelo Fórum? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantêm desde o começo do Fórum?
13. O que o Fórum mais preza como seus valores?
14. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que o Fórum deve seguir para melhorar, ainda mais?

---

<sup>26</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).

15. Quais são os produtos e serviços oferecidos pelo Fórum?
16. Quantas organizações são atendidas hoje pelo Fórum de ES?
17. Estes produtos, serviços e estrutura de profissionais funcionam com quais recursos?
18. Quais são os resultados já alcançados? Há um balanço destes resultados?

#### **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

19. Quando você ouviu falar em Economia Solidária pela primeira vez? Por meio de quem? Onde? Como?
20. O que é pra você a Economia Solidária (ES)? O que significa?
21. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?
22. Você age para disseminar estes princípios entre os empreendimentos ligados ao Fórum Como?
23. O Fórum trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia do Fórum?
24. Na sua opinião, a ES acontece na prática no DF? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?
25. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)
26. Como são os procedimentos a serem seguidos pelos empreendimentos para se vincularem com o Fórum?
27. O FÓRUM atende empreendimentos ligados apenas ao DF?
28. São quantos empreendimentos já vinculados à SENAES? Há metas de atendimento para curto, médio e longo, prazos? Quais são? (para comparar com a questão 15 e complementá-la)

#### **C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

29. O que é confiança pra você?
30. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia do Fórum? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc).

31. O FÓRUM age para estimular os laços de confiança nos empreendimentos? Como?
32. Para você, quais são as diferenças principais que diferenciam um empreendimento de ES de uma empresa comercial tradicional?
33. Os serviços prestados pelo Fórum geram benefícios diretos para os empreendimentos? Como e em que medida?
34. Quais são os tipos de parceiras de que um empreendimento de ES não pode prescindir? Porque? Quais devem ser as prioridades na busca de parceiros? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
35. Há um intervalo de tempo que o Fórum leve para obter a integração com os empreendimentos, de forma geral? Qual?
36. Você acha que os empreendimentos do DF vêem o Fórum como sua parceira, atual ou potencial? De que tipo?
37. Como as parcerias atuais funcionam?
38. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
39. Quais são as dificuldades para se construir confiança na relação com os empreendimentos?
40. Pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para você, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pelos empreendimentos?
41. Na sua opinião, quais os tipos de parcerias mais desejados pelas organizações de ES, no DF? Porque? Que formas de benefícios essas parcerias poderiam acrescentar?
42. As organizações de ES, no DF, costumam ter clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que, na sua opinião, os leva à fidelização com os empreendimentos? Caso não: o que faltaria aos empreendimentos para conquistar mais clientes?
43. Quais seriam os clientes desejados pelas organizações de ES?
44. Você acha que estes valores do Fórum são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Qual o percentual dos empreendimentos atendidos que reconhece e dos que não reconhece?

#### **D) FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

45. Como você acha que os empreendimentos vêem o Fórum? De que maneiras? Porque?
46. Quais são as maiores demandas dos empreendimentos? Algum estudo já foi feito neste sentido?
47. O FÓRUM nota algum padrão em termos de intercâmbio desentimentos ou valores, que exista, entre as organizações e seus núcleos familiares?
48. Como você acha que os valores da ES (citar os valores escritos no papel cartão) se reproduzem nos empreendimentos?
49. Pedir ao(a) entrevistado(a) que desenhe(m) o funcionamento do Fórum (para entender o funcionamento dentro de um organograma). Depois perguntar:

#### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

50. Para você, o que faz com que um parceiro possa ser confiável pra um empreendimento de ES? O que faria o empreendimento desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
51. E de um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é, para o empreendimento?
52. Você acha que os empreendimentos do DF costumam participar de alguma redes, fóruns ou conselhos? Em que medida? Quais são os mecanismos mais procurados? Quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>27</sup> Há estudos sobre isso?
53. Existe alguma rede, SENAES ou conselho, municipal, regional ou nacional, ou outros mecanismos, ligados às causas defendidas ou objetivos das organizações de ES, no DF? Se sim, qual(is)?<sup>28</sup> Para o Fórum, a vinculação com estes mecanismos é uma prioridade?
54. Na sua opinião, as organizações de ES do DF costumam defender/promover/agir por alguma causa? Qual(is)? Como isso se dá? Quais são os motivos?
55. Neste ponto, você acha que as formas de aproximação das organizações com seus parceiros de causa são satisfatórias? Esta é uma prioridade reconhecida pelos empreendimentos no DF? E pelo Fórum, esta é uma prioridade?<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Vide ref. 1

<sup>28</sup> Vide ref. 1

<sup>29</sup> Vide ref. 1



56. Como deve acontecer a relação das organizações com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares?
57. E com a comunidade? São satisfatórias as formas de aproximação das organizações com a comunidade? Você acha que são prioridade para os empreendimentos? E para o Fórum, há prioridade constatada sobre este ponto?<sup>30</sup>
58. Como pode melhorar a relação dos empreendimentos com a comunidade? Quais são os caminhos devem ser seguidos?

---

<sup>30</sup> Vide ref. 1

## ANEXO VII: QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA DO MOVIMENTO NACIONAL DE LUTA PELA MORADIA – MNLM

- Entrevistada: Vânia Aparecida Coelho (integrante da Executiva Nacional e Coordenadora Regional do DF // duração: 1h 17'37"

### A) IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS GERAIS<sup>31</sup>

1. Qual a origem do MNLM? Porque e como surgiu? Quem teve a iniciativa?
2. Como o MNLM atua? De que maneiras?
3. O que é Reforma Urbana? Quais são os princípios?
4. O que significa atuar dentro deste formato? Você gostaria de atuar de uma forma diferente? Porque?
5. De que forma legal o MNLM está estabelecido?
6. A criação do MNLM foi considerada prioridade? Quando? Porque?
7. Quais acontecimentos marcaram a trajetória do MNLM, para melhor ou para pior? De que maneira?
8. Qual(is) o(s) foco(s) de atuação da organização? Para quais públicos?
9. O MNLM tem objetivos? Quais são?
10. O MNLM, normalmente, consegue cumprir os seus objetivos? Estes objetivos estão claros para os seus participantes?
11. Qual é a maior contribuição do MNLM para a sociedade?
12. Há pessoas principais no MNLM? Caso haja, como elas são legitimadas/reconhecidas? (conhecimento técnico, estratégico, importância histórica...)
13. Há desafios a serem enfrentados pela organização? Quais são os desafios atuais? E os históricos, ou seja, que se mantém desde o começo da organização?

---

<sup>31</sup> Algumas das questões dos instrumentos de pesquisa – grupos focais e entrevistas – foram adaptadas da Metodologia de Aferição de Sustentabilidade Institucional – MAISI, para Organizações da Sociedade Civil que atuam em DST/AIDS, elaborada pela John Snow Brasil Consultoria para a Coordenação Nacional em DST/AIDS do Ministério da Saúde (JSB/Ministério da Saúde, 1999).

14. O que o MNLM mais preza como seus valores?
15. Tem alguma diferença entre a atuação nacional e do DF?
16. Como funciona a estrutura no DF?
17. Neste sentido, quais são os principais valores, objetivos ou aspectos que a organização deve seguir para melhorar, ainda mais?
18. Quais são os produtos e serviços oferecidos pelo MNLM?
19. Quantas organizações participam hoje do MNLM? No DF e no Brasil?
20. Estes produtos, serviços e estrutura de profissionais funcionam com quais recursos?
21. Quais são os resultados já alcançados? Há um balanço destes resultados?
22. O MNLM tem escritórios fora do DF? Em quais estados? Como ocorreu essa expansão?
23. A definição destas localidades seguiu prioridades? Em caso de sim, quais?
24. O funcionamento do MNLM segue uma padronização de procedimentos? Como isso ocorre?
25. O MNLM, na relação com Governos Estaduais e municipais, costuma se relacionar com quais Secretarias ou instâncias de Governo? Porque? Como isso ocorre?

## **B) ECONOMIA SOLIDÁRIA (EM GERAL E NO DF)**

26. Quando você ouviu falar em Economia Solidária pela primeira vez? Por meio de quem? Onde? Como?
27. O que é pra você a Economia Solidária (ES)? O que significa? Como termo e como prática.
28. Na sua opinião, quais são os princípios da ES (atenção para elementos citados que sejam característicos do Capital Social)?
29. Você age para disseminar estes princípios entre os empreendimentos ligados à MNLM? Como?
30. O MNLM trabalha seguindo estes princípios? Caso sim, no todo ou em parte, como estes princípios acontecem no dia-a-dia da organização?

31. Na sua opinião, a ES acontece na prática no DF? Em quais organizações do DF ou de fora do DF ela acontece de fato?
32. Vc conhece outras entidades sérias que trabalham em ES, como a cooperhart?
33. A ES é uma realidade no DF? Porque? (Separar: em caso de sim, perguntar de que maneiras ela acontece; se torna viável. Em caso de não, perguntar o que deve acontecer para que a ES seja viabilizada)
34. Como são os procedimentos a serem seguidos pelos empreendimentos para se vincularem com o MNLM?
35. O MNLM atende empreendimentos ligados apenas ao DF?
36. São quantos empreendimentos já vinculados ao MNLM no DF? Há metas de atendimento para curto, médio e longo, prazos? Quais são? (para comparar com a questão 15 e complementá-la)

### C) TIPOS DE MANIFESTAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

37. O que é confiança pra você?
38. Essa confiança se reproduz no dia-a-dia do MNLM? Como? (atenção para termos complementares, como solidariedade, cooperativismo, compromisso, responsabilidade, etc).
39. O MNLM age para estimular os laços de confiança nos empreendimentos? Como?
40. Para você, quais são as diferenças principais que diferenciam um empreendimento de ES de uma empresa comercial tradicional?
41. Os serviços prestados pelo MNLM geram benefícios diretos para os empreendimentos? Como e em que medida?
42. Quais são os tipos de parceiras de que um empreendimento de ES não pode prescindir? Porque? Quais devem ser as prioridades na busca de parceiros? (técnicos, financeiros e outras organizações de ES, de atuação em redes, conselhos ou fóruns)
43. Há um intervalo de tempo que o MNLM leve para obter a integração com os empreendimentos, de forma geral? Qual?
44. Você acha que os empreendimentos do DF vêem o MNLM como sua parceira, atual ou potencial? De que tipo? OBS: Reformulado para: Então os associados ao Movimento o vêem como um parceiro ou como um prestador de produtos e serviços?

45. Como as parcerias atuais funcionam?
46. Estas parcerias são confiáveis? Porque? De que maneira?
47. Quais são as dificuldades para se construir confiança na relação com os empreendimentos?
48. Pensando pelo ponto de vista do cliente, o que, para você, leva o cliente a confiar nos produtos e serviços oferecidos pelos empreendimentos?
49. Na sua opinião, quais os tipos de parcerias mais desejados pelas organizações de ES, no DF? Porque? Que formas de benefícios essas parcerias poderiam acrescentar?
50. As organizações de ES, no DF, costumam ter clientes fiéis (consumidores, revendedores, industriais, governamentais ou internacionais)? Caso tenha: o que, na sua opinião, os leva à fidelização com a organização? Caso não: o que faltaria aos empreendimentos para conquistar mais clientes?
51. Quais seriam os clientes desejados pelas organizações de ES?
52. Você acha que estes valores do MNLM são reconhecidos pelo(s) parceiro(s) e clientes atual(is)? Qual o percentual dos empreendimentos atendidos que reconhece e dos que não reconhece?

#### **D) FORMAS DE UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL**

53. Como você acha que os empreendimentos vêem o MNLM? De que maneiras? Porque?
54. Quais são as maiores demandas dos empreendimentos? Algum estudo já foi feito neste sentido?
55. Você nota algum padrão em termos de intercâmbio de sentimentos ou valores, que exista, entre as organizações e seus núcleos familiares?
56. Como você acha que os valores da ES (citar os valores escritos no papel cartão) se reproduzem nos empreendimentos?
57. Pedir ao(a) entrevistado(a) que desenhe(m) o funcionamento do MNLM (para entender o funcionamento dentro de um organograma). Depois perguntar:

#### **E) SITUAÇÕES DE FRAGILIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CAPITAL SOCIAL**

58. Para você, o que faz com que um parceiro possa ser confiável pra um empreendimento de ES? O que faria o empreendimento desconfiar de um parceiro (atual ou potencial)?
59. E de um colega de trabalho? Quando ele é confiável e quando não é, para o empreendimento?
60. Você acha que os empreendimentos do DF costumam participar de alguma redes, fóruns ou conselhos? Em que medida? Quais são os mecanismos mais procurados? Quais são os principais motivos? (buscar apoio, servir de referência na área, advocacy?)<sup>32</sup> Há estudos sobre isso?
61. Existe alguma rede, MNLM ou conselho, municipal, regional ou nacional, ou outros mecanismos, ligados às causas defendidas ou objetivos das organizações de ES, no DF? Se sim, qual(is)?<sup>33</sup> Para o MNLM, a vinculação com estes mecanismos é uma prioridade?
62. Na sua opinião, as organizações de ES do DF costumam defender/promover/agir por alguma causa? Qual(is)? Como isso se dá? Quais são os motivos?
63. Neste ponto, você acha que as formas de aproximação das organizações com seus parceiros de causa são satisfatórias? Esta é uma prioridade reconhecida pelos empreendimentos no DF? E pelo MNLM, esta é uma prioridade?<sup>34</sup>
64. Como deve acontecer a relação das organizações com atuais ou potenciais parceiros, que lutam por causas similares?
65. E com a comunidade? São satisfatórias as formas de aproximação das organizações com a comunidade? Você acha que são prioridade para os empreendimentos? E para o MNLM, há prioridade constatada sobre este ponto?<sup>35</sup>
66. A questão é tentar entender melhor as demandas?
67. Como pode melhorar a relação dos empreendimentos com a comunidade? Quais são os caminhos devem ser seguidos?

---

<sup>32</sup> Vide ref. 1

<sup>33</sup> Vide ref. 1

<sup>34</sup> Vide ref. 1

<sup>35</sup> Vide ref. 1