

---

**ECONOMIA SOLIDÁRIA COMO INOVAÇÃO SOCIAL EM UMA ASSOCIACAO EM REDE: O CASO DA BUDEGAMA**

*ECONOMY SOLIDARITY ECONOMY AS SOCIAL INNOVATION IN ASSOCIATION INSIDE A NETWORK: THE CASE OF BUDEGAMA*

**Lara Caroline Ezequiel<sup>1</sup>**  
**Priscila Kilvia Araújo da Silva<sup>2</sup>**  
**Bruno de Souza Lessa<sup>3</sup>**  
**José Carlos Lázaro da Silva Filho<sup>4</sup>**

<sup>1, 2, 4</sup>**Universidade Federal do Ceará**

Departamento de Administração  
Rua Marechal Deodoro 400, 4º andar, 60020-180, Fortaleza, CE  
laraezequiel@gmail.com, priscilakilvia@gmail.com, lazaro@ufc.br

<sup>3</sup>**Universidade Federal do Rio Grande do Sul**

Rua José do Patricio, 325, Ap. 207, Cidade Baixa, Porto Alegre - RS, 90050-001  
brunolessa85@yahoo.com.br

**RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo principal identificar aspectos e princípios de Inovação Social e Economia Solidária em uma Bodega localizada no bairro Conjunto Esperança em Fortaleza/CE: a BudegAMA. Enquanto parte da Rede Bodegas, é formada por mulheres que se reúnem para confeccionar e comercializar peças de artesanato; disseminando entre elas a importância do trabalho associativo e da criatividade de cada uma. Para o objetivo, realizou-se um estudo de caso e uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, utilizando a técnica de análise de conteúdo. Verificamos que a Bodega se caracteriza tanto como Inovação Social como Economia Solidária, havendo consistência e relação com os três eixos propostos por CRISES (2004).

**Palavras-chave:** Inovacao Social, Economia Solidaria.

**ABSTRACT**

This article aims to identify aspects and principles of Social Innovation and Solidarity Economy in a “bodega” located in a poor suburb of Fortaleza / CE: a BudegAMA. As part of Bodegas Network are women who gather to make and sell crafts; spreading among them the importance of voluntary work and creativity of each. For this, we carried out a case study and a qualitative, exploratory and descriptive research, using the technique of content analysis. We found that Bodega is characterized both as Social Innovation and Solidarity Economy, with consistency and relation to the three axes proposed by CRISES (2004).

**Key Word:** Social Innovation, Solidary Economy

## **INTRODUÇÃO**

Laville (2014) considera a economia uma construção plural, que não pode ser separada da sociedade. Neste sentido, a Economia Solidária prioriza o desenvolvimento local, o empoderamento das pessoas ao longo que compreende a necessidade de uma perspectiva econômica unindo cidadania para a cooperativa, e práticas de autogestão. O atual debate sobre Economia Solidária não apenas enfatiza tais visões, como também destaca estratégias para fortalecer esses empreendimentos; especialmente pela formação de redes de cooperativas. Este debate é sustentado no fato de que, como relatado pelo Ministério do Trabalho e Emprego brasileiro, o grande desafio que os empreendimentos de economia solidária enfrentam é o acesso aos mercados local, nacional e internacional, os quais poderiam ser facilmente acessados através de redes (SPEAR, 2004; BORZAGA, 2005; GRASSL, 2012).

De acordo com Howaldt e Schwarz (2010) assim como Bignetti (2011), o ambiente da Economia Solidária é um dos mais dinâmicos e inclinados para novas soluções e Inovação Social, que acontecem por conta da participação e cooperação entre os atores. É entendido que tal modelo de economia releva uma ruptura com o modelo de mercado hegemônico (ou o Estado). Além disso, a Economia Solidária age de forma endógena, estabelecendo processos alternativos para políticas de desenvolvimento usuais, apresentando um sistema de bem-estar que engloba a sociedade como um todo (BORZAGA; TORTIA, 2007; SATGAR, 2007, 2014).

O movimento da Economia Solidária também pode ser interpretado como uma estrutura inovadora de governança, contemplando a interação social, autogestão e sustentabilidade através de estratégias de baixo para cima (FRANÇA FILHO; LAVILLE, 2004; AZAMBUJA, 2009; LAVILLE, 2014).

Arranjos entre as redes de Economia Solidária juntamente com políticas públicas de assistência técnica e gerencial tem sido responsáveis por fortalecer estes empreendimentos. Mance (2006) explica que a melhoria do movimento da Economia Solidária se deu através do aumento da consciência de inclusão e sucesso. Além disso, teóricos como França Filho (2013) concordam com a articulação em redes como uma maneira de potencializar e complementar ações isoladas, fornecendo poder suficiente para que as iniciativas possam enfrentar um ambiente normalmente hostil, como o capitalista.

Nesse contexto de estruturas inovadoras e articulações em redes, podemos destacar um importante fator que pode estar presente em um empreendimento de Economia Solidária: a Inovação Social; que nos últimos anos vem ganhando cada vez mais importância e surgindo nos mais variados âmbitos.

Um parcela considerável de autores conceitua, de maneira geral, a Inovação Social como um processo que se desenvolve fora do mercado e geralmente sem a intervenção direta do Estado, visando prioritariamente a inclusão social (ANDRÉ; ABREU, 2006).

Para Cloutier (2003), a Inovação Social pode ocorrer em diversos setores da sociedade como uma resposta a uma situação social considerada insatisfatória, visando o bem-estar dos indivíduos e das comunidades através de ações e mudanças duradouras. Definida por seu caráter inovador e proporcionar efeitos sociais positivos, é moldada

pela cooperação entre os atores envolvidos; de modo que é extremamente importante a participação de cada um no processo de criação e implementação da inovação.

Alguns pesquisadores do *Centre de Recherche Sur les Innovations Sociales* (CRISES), definem a Inovação Social com base em três eixos complementares: território, qualidade de vida, emprego e renda; tornando interessante analisar como eles se refletem nas diferentes formas de organização de empreendimentos econômicos solidários de cunho inovador.

Levando em conta o que foi dito, este estudo busca investigar o papel de uma iniciativa de Economia Solidária sediada no Nordeste do Brasil, no estado do Ceará, nomeada de Rede Bodegas. Consistindo numa rede de empreendimentos de Economia Solidária que compreende quatro municípios, empoderando pessoas em diferentes territórios; fornecendo-as uma melhor qualidade de vida e de renda.

O foco desta pesquisa está centrado nas atividades de uma das Bodegas da rede: a BudegAMA; composta pela Associação das Mulheres em Ação (AMA). A respeito disso, o propósito é responder a seguinte questão de pesquisa: Quais as dimensões da Inovação Social e as características da Economia Solidária que podem ser identificadas na BudegAMA?

O objetivo geral é analisar como a BudegAMA pode ser identificada dentro do contexto da Inovação Social, assim como na interação social, autogestão e sustentabilidade (características dos empreendimentos de Economia Solidária). Este objetivo geral compreende três objetivos específicos: identificar as dimensões da Inovação Social de acordo com Crises (2004), esboçar quais os elementos da Economia Solidária que podem ser observados na BudegAMA, e identificar problemas e possíveis soluções para esta iniciativa.

Em vista disso, o estudo foi dividido em seis seções. Na primeira é feita a introdução desta pesquisa. Na segunda, a Inovação Social e suas dimensões, e os conceitos Economia Solidária são abordados. Na terceira seção, os aspectos metodológicos desta pesquisa são elucidados. Na quarta seção, o estudo de caso feito com a BudegAMA é apresentado. Na quinta seção os resultados obtidos são esclarecidos e na sexta e última seção, são abordadas as considerações finais da pesquisa.

## **INOVAÇÃO SOCIAL**

Tradicionalmente, a inovação vem sendo abordada no sentido da obtenção de lucro, no entanto, a Inovação Social surge à contramão da perspectiva do lucro. Bignetti (2011) caracteriza a Inovação Social como a aquisição de conhecimento voltado às necessidades sociais através da participação e cooperação de todos os atores envolvidos, culminando assim, na geração de soluções novas e duradouras para certos grupos, camadas da sociedade e até mesmo a sociedade em geral.

Busca-se assim, contemplar as necessidades que os sistemas organizacionais públicos e privados não alcançam. Portanto, ao colocar o “social” na inovação, o resultado pretendido é diferente. Na inovação, o resultado pretendido é o lucro, enquanto na inovação social é almejado o impacto social a partir de novas ideias e propostas (CABAIJA-SANTANA, 2014; MOULAERT et al., 2005).

De acordo com Pol e Ville (2008), ainda não há um consenso a respeito da relevância ou até mesmo do conceito de inovação social. Portanto, como afirma Bignetti

(2011), a busca por uma definição consolidada de inovação social dentre um aglomerado de conceitos, a abordagem de diversos autores de diferentes prismas acabam por induzir o pesquisador a caminhos fluidos e tortuosos.

Diante isso, Cloutier (2003) conceitua a inovação social como uma nova resposta, ação e efeito duradouro para uma situação social não satisfatória, buscando o bem-estar das comunidades assim como dos indivíduos que nela estão inseridos.

Para Novy e Leubolt (2005), no entanto, a inovação social é derivada principalmente de alguns aspectos como: suprir necessidades humanas básicas; aumento da participação políticas de grupos marginalizados, além da do aumento da capacidade sociopolítica destes grupos.

A inovação social é atribuída também por serem novas ideias que surgem com o objetivo da satisfação de objetivos sociais. Por isso, suas atividades inovadoras e serviços são motivados por este objetivo e são originadas e difundidas através de organizações cujos propósitos principais são sociais. Além disso, é uma nova ideia que tem potencial de melhorar a qualidade ou quantidade de vida das pessoas e/ou da comunidade. (MULGAN ET AL., 2007; POL & VILLE, 2008).

Diante as definições e conceituações gerais de inovação social, analisam-se suas consequências para o meio no qual está inserido. Em outras palavras, a inovação social busca resolver problemas sociais, culturais econômicos e ambientais para o benefício das pessoas e do planeta. (POL & VILLE, 2008).

Em uma abordagem mais específica, Pol e Ville (2008) afirmam também que a inovação social busca novas respostas para problemas sociais através da: identificação de serviços que possam vir a melhorar a qualidade de vida de individuais e determinadas comunidades, além da implementação de novos processos de trabalhos, novos empregos e competências.

Portanto, o que delinea a inovação social não é o problema social a ser resolvido em si, mas as a mudança social que determinada solução social traz para as pessoas e a comunidade. Podemos assim perceber que o processo da criação da inovação social é manifestado em ações sociais, que levam para uma mudança social e que acaba por propor novas alternativas e novas práticas sociais para indivíduos e grupos sociais. (CABAIJA-SANTANA, 2013).

A seguir, serão abordados os eixos de pesquisa sobre inovação social de acordo com Crises (2004).

### **Eixos de pesquisa sobre Inovação Social segundo CRISES (2004)**

Dentro desse contexto de Inovação Social, muitos pesquisadores e centros de pesquisa tem demonstrado interesse em analisar e abranger esse conceito de diferentes maneiras. E um dos centros que se destaca mundialmente nesse campo é o *Centre de Recherche sur les Innovations Sociales* (CRISES), uma organização canadense, interuniversitária e multidisciplinar fundada em 1988. Segundo informações colhidas em seu *site* oficial na internet, é composta por cerca de 50 pesquisadores de dez instituições/universidades filiadas situadas em Quebec, maior província do Canadá.

Tais pesquisadores ocupam-se em estudar as perspectivas de inovação de cunho social, investigando soluções sociais para a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos. O foco é analisar as transformações em práticas políticas e sociais, no território e governos locais, em empreendimentos coletivos e no trabalho e emprego.

Ainda segundo as informações presentes no *site*, os principais objetivos do CRISES são: produzir e divulgar novos conhecimentos acerca das inovações e

transformações sociais, organizar atividades científicas, formar jovens investigadores, proporcionar um fórum de consulta e coordenação para as atividades de investigação, e desenvolver novas parcerias.

Para os pesquisadores do centro, a inovação social é entendida como um processo iniciado por atores sociais com o intuito de responder a uma aspiração, atender uma necessidade, oferecer uma solução ou aproveitar uma oportunidade para mudar as relações sociais; transformando a realidade em que está inserida e/ou propondo novas orientações culturais (CRISES, 2004).

Em longo prazo, as inovações podem ter uma eficiência que vai além do projeto original de promover bem-estar dos indivíduos e das comunidades, tornando-se fontes de mudança social que contribuem para o surgimento de um novo modelo de desenvolvimento.

A Inovação Social para CRISES (2004) pode ser estudada a partir de três eixos que se complementam, conforme quadro 1:

Quadro 1: Eixos de Inovação Social e Seus Focos

<b>EIXOS DE INOVAÇÃO SOCIAL SEGUNDO CRISES (2004)</b>	<b>FOCO</b>
Território	Ações dos atores sociais e suas práticas inovadoras no âmbito local
Qualidade de Vida	Melhoria das condições de renda, saúde, educação, segurança e moradia.
Emprego e renda	Dimensões organizacionais e institucionais relacionadas com regulação, governança, emprego e a organização do trabalho.

Fonte: CRISES (2004)

No primeiro eixo – território – o foco está nos papéis dos atores sociais e suas práticas inovadoras na reestruturação territorial contemporânea. Analisa-se o aparecimento de redes sociais e suas possíveis ligações com novas formas de territorialidade; as relações entre empresas, agentes e instituições sociais políticas locais; bem como as relações existentes entre estas e o desenvolvimento econômico.

Já no segundo eixo – qualidade de vida – o objetivo é identificar, analisar e descrever as inovações sociais que buscam melhorar as condições de vida; principalmente com relação ao consumo, ao uso do tempo, ao ambiente, à inserção no mercado de trabalho, habitação, renda, saúde e segurança. E essas inovações são geralmente encontradas na ligação entre políticas públicas e movimentos sociais; tais como lutas populares, serviços comunitários e novas formas de produção e consumo.

Por fim, no terceiro e último eixo – emprego e renda – as pesquisas se voltam para a organização do trabalho, regulamentação do emprego e governança corporativa nas indústrias manufatureiras, no serviço público e na economia do conhecimento. Dizem respeito a sindicatos e empresas quanto às políticas públicas, estando interessadas em temas como estratégias dos atores envolvidos, parcerias, envelhecimento no trabalho, formações e economia.

## **ECONOMIA SOLIDÁRIA**

Dada sua atuação centrada no desenvolvimento endógeno, a Economia Solidária (EcoSol) age de forma paralela às políticas de desenvolvimento enraizadas hegemonicamente. As políticas alternativas que surgem a partir da EcoSol dão vazão a um sistema que privilegia o bem-estar da sociedade como um todo. Nesse sentido, um empreendimento da Economia Solidária tem o objetivo de agir no crescimento econômico e promover, simultaneamente, o fortalecimento do tecido social (BORZAGA; TORTIA, 2007; SATGAT, 2007; SINGER, 2008).

Embora autores como Quijano (2002) sejam críticos da visão que a EcoSol teria um poder de fator maior para resolver determinados problemas sociais do que de fato possui, questionando esse poder enquanto capacidade de influenciar a evolução econômica de um país. Contudo, uma vez que os problemas sociais impactam diretamente o desempenho individual e geram obstáculos a serem superados também nessa esfera, é possível argumentar que a desigualdade, por exemplo, é fruto de uma ordem social que incoerentemente transfere problemas gerados numa esfera maior para outra menor na qual a resolução é mais complexa e demorada (BARBOSA, 2007).

Arruda (2008) argumenta que a principal contribuição da Economia Solidária seria sua capacidade de diminuir a desigualdade em contextos onde a concentração de renda e riqueza são hegemônicas, resultando em novos modelos de trabalho centrados na emancipação e mudança dos indivíduos. O foco também seria atender necessidades dicotômicas: o bem-estar individual e comunitário assim como o social e ambiental. Além disso, o mesmo autor ainda argumenta que no contexto da EcoSol a redução de custos tal qual o aumento da mais-valia e da produtividade não seriam objetivos ulteriores, mas instrumentos para se chegar ao bem-estar coletivo.

O eixo central da sociedade deixa de ser apenas o econômico e passa a incluir o social. Ademais, Singer (2008) enfatiza que os empreendimentos da Economia Solidária, ao focalizarem no desenvolvimento humano, superam a clássica visão hobbesiana centrada na economia; ou seja, sugere-se um conceito mais amplo de sociabilidade, adicionando a ideia de desenvolvimento fatores culturais e educacionais.

É preciso delinear que embora ideia de desenvolvimento humano se relacione a nível organizacional com aprendizagem individual, no escopo mais amplo que a Economia Solidária sugere, se relaciona também com práticas orientadas para o futuro. Em outras palavras, além da promoção do desenvolvimento humano, a responsabilidade social e a sustentabilidade são pilares fundamentais das atividades no âmbito da EcoSol. Nesse sentido, o conceito de desenvolvimento humano se refere à transcendência da capacidade humana de fazer escolhas, indo além das questões econômicas (MANCE 2002; SINGER, 2002).

Para Sen (2000), a cooperação e a solidariedade entre os membros da sociedade são os meios para atingir uma modificação na dinâmica de competição exacerbada, que destrói relações sociais, para dar lugar a um processo de formação de capital social e desenvolvimento humano.

O conceito mencionado anteriormente é reforçado quando se constroem relações baseadas em cooperação e solidariedade. A sociedade pode ser potencialmente transformada quando a dinâmica da competição exagerada, típica do capitalismo, é gradualmente substituída por outra que priorize o desenvolvimento humano e o fomento de capital social (SEN, 2000).

Além disso, Arruda (2008) evidencia que a propriedade dos meios de produção é indelével na EcoSol. Institui-se um sistema de copropriedade (ou partilha) dos bens e recursos para produção fundamentada no trabalho invés do capital. Os gestores, nesse

sentido, compartilham o poder decisório sobre o melhor caminho para conduzir o empreendimento assim como bens e serviços a serem comprados ou produzidos. A divisão dos excedentes, as técnicas a serem utilizadas e a forma que a comunicação e a aprendizagem ocorrerão também são fruto de decisões compartilhadas entre os gestores.

O objetivo central dos empreendimentos da EcoSol não é a maximização do lucro privado ou ultrapassar os demais competidores, como se estabelece no paradigma capitalista hegemônico. Nessa perspectiva, Arruda (2008) traz a luz quatro características que refletiriam os princípios econômicos subjacentes a Economia Solidária:

- a. Copropriedade - instrumentos, produtos e rendas alcançados por meio da atividade são coletivamente apropriados, não pertencendo singularmente a ninguém;
- b. Autogestão - todas as decisões relacionadas ao planejamento e finanças do empreendimento são tomadas autonomamente;
- c. Cooperação - um conjunto de atores colabora para o êxito da iniciativa;
- d. Participação democrática - os membros têm participação direta nos debates e deliberações relacionados ao empreendimento.

Contudo, existem autores que sugerem outro conjunto de princípios, ou fornecem nomenclaturas diferenciadas para termos já existentes (KLIKSBURG, 2002; LAVILLE, 2009). Fundamentalmente, porém, os princípios sugeridos por Arruda (2008) orientados pela democratização das relações econômicas de produtores e consumidas resultam no desafio a racionalidade dominante; além disso, encorajam o engajamento popular consciente, desenvolvido a partir de um modelo educacional que também emana do povo.

Nesse sentido, a participação popular crescente característica dos regimes democráticos e a tentativa de solucionar problemas sociais se relaciona com o crescimento dos movimentos de Economia Solidária de trinta anos atrás até o presente (DEFOURNY; NYSENS, 2010).

A heterogeneidade, crescimento e diversidade típicos da EcoSol são potenciais indicadores para decisão de gestores e políticos que se preocupam com assuntos como a equidade, o desenvolvimento inclusivo e a redução da pobreza. As crises atuais acabaram por renovar esse interesse na Economia Solidária, que, todavia, não pode ser compreendida como uma alternativa rápida ou emergencial uma vez que seus resultados são melhor observáveis a médio e longo prazo. Para a consecução desses resultados são necessárias políticas públicas, pois estas têm o potencial para gerar um cenário favorável para a EcoSol, legitimando o setor diante da sociedade e da economia, aspecto também crucial para o desenvolvimento destas alternativas (BORZAGA; TORTIA, 2007).

## **METODOLOGIA**

Segundo os tipos de abordagem propostos por Sapieri, Collado e Lucio (2013), este estudo caracteriza-se por um enfoque qualitativo, uma vez que visa à compreensão do fenômeno de estudo no ambiente usual. Assim, a pesquisa qualitativa volta-se para aspectos da realidade que não podem ser quantificados; centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. É exploratória, pois tem o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema

em questão, tornando-o mais explícito e tentando construir hipóteses. E para isso, foi necessário um estudo bibliográfico posterior acerca do tema, como forma de explorá-lo. É descritiva, pois pretende coletar e integrar informações para descrever como se manifesta o fenômeno de interesse, mas sem indicar como as variáveis se relacionam. Visa descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (OLIVEIRA, 2011; SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2013).

Já no que se refere aos meios, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, documental e de campo, desenvolvida através de um estudo de caso. Para Araújo et al. (2008), o estudo de caso é uma abordagem metodológica de investigação utilizada quando se pretende compreender, explorar ou descrever acontecimentos em um contexto onde estão envolvidos diversos fatores. É uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro da conjuntura local.

A pesquisa bibliográfica foi elaborada tendo como base materiais já publicados, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos. A pesquisa documental, por sua vez, foi fundamentada através de documentos elaborados com diversas finalidades e com o intuito de ser lido por públicos específicos (GIL, 2010).

Além do levantamento de informações na literatura, dois importantes meios para coleta de dados foram as técnicas de observação e entrevista. A observação permitiu obter dados através da simples percepção sensorial daquilo que estava sendo analisado presencialmente. E com entrevistas semiestruturadas, buscou-se obter informações, dados e opiniões através de conversas conduzidas por um prévio roteiro de perguntas, mas com liberdade para fazer novos questionamentos (MARTINS, 2008).

No presente estudo, as entrevistas foram realizadas em três locais situados na cidade de Fortaleza, Ceará: Cáritas Arquidiocesana, BudegAMA e Cáritas Regional Ceará. Elas tiveram duração média de 60 minutos, foram gravadas e posteriormente transcritas.

Os dados coletados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo, que é um método de estudo e análise da comunicação de maneira objetiva, sistematizada e quantitativa. Portanto, foram investigadas fontes confiáveis de dados e informações a respeito de determinado contexto a partir do que foi coletado através de discursos orais ou escritos de seus atores (MARTINS, 2008). A partir disso, buscou-se investigar o tema com bases nos eixos de Inovação Social propostos por Crises (2004): território, qualidade de vida e emprego e renda.

## **ESTUDO DE CASO**

A Rede Bodegas, internecta “bodegas” em forma de associações, e essas são espaços de comercialização coletiva e autogestionária de produção, que foram criados em 2004 por iniciativa da Cáritas Regional do Ceará, a qual tem como uma de suas missões articular grupos, associações e empreendimentos de Economia Solidária no Estado.

A Rede surgiu em um contexto de enfrentamento de problemáticas comuns aos grupos produtivos, principalmente no que se refere às dificuldades de comercializar seus produtos, e de enfrentamento ao modelo socioeconômico, que era explorador e excludente (RELATÓRIO PROJETO REDE BODEGAS, 2010).

Assim, a ideia era intercambiar os produtos em rede, possibilitando a troca de experiências entre os grupos e unidades familiares de produção, de modo a ampliar os



pontos fixos solidários de comercialização coletiva e contribuir para o exercício do consumo ético e finanças solidárias. A principal preocupação era conscientizar os produtores sobre os valores que deveriam ser transmitidos aos clientes, com base nos princípios da Economia Popular Solidária (CÁRITAS REGIONAL DO CEARÁ, 2012).

A escolha do termo “Bodega” ocorreu devido ser bastante conhecido tradicionalmente nas comunidades do Estado do Ceará, sendo um pequeno e popular comércio onde se vende “um pouco de tudo”, de acordo com a necessidade e as condições financeiras do consumidor. Além de ser um estabelecimento local, é um ponto de encontro e conversa entre os que fazem parte da comunidade. Assim, a ideia do termo era fazer um resgate da cultura local.

A Rede é composta pela Bodega Nordeste Vivo e Solidário, em Aracati; pela Bodega do Povo, estabelecida em Viçosa do Ceará; pela Associação das Mulheres de Ação (AMA - BudegAMA), que atua em Fortaleza; e pela Bodega Arcos, situada em Sobral. Como é uma rede autogestionada, elas funcionam através da coordenação de lideranças escolhidas pela própria comunidade, e ajudam os trabalhadores (as) a levar sua produção ao mercado sem a necessidade de intervenção de “atravessadores”.

Os recursos são geridos pelos integrantes das bodegas e direcionados para a produção, beneficiamento ou comercialização. Segundo o RELATÓRIO PROJETO REDE BODEGA (2008-2010) *apud* ALMEIDA (2012), os principais eixos da Rede são:

1. Ser um movimento de ressignificação da prática comunitária das bodegas no Nordeste (cujos primórdios estão os princípios da troca, do intercâmbio e da reciprocidade);
2. Servir de referência para a comercialização justa e solidária, através da organização dos processos de produção e beneficiamento, e da mobilização de recursos de créditos para produção, comercialização e consumo;
3. Fortalecer o trabalho associado de homens e mulheres que exercem atividades voltadas para a agricultura familiar, artesanato, pequenas agroindústrias de beneficiamento de produtos alimentícios, artesanatos diversos e prestação de serviços.

Dessa forma, a dinâmica de atividades das Bodegas se constrói dentro dos Princípios da Economia Solidária segundo Arruda (2008): copropriedade, autogestão, cooperação e participação democrática.

A renda ocasionada nas comercializações de cada Bodega é direcionada, principalmente, para suprir os custos delas (como aluguel, energia, água e etc.) e para o pagamento dos financiamentos, que às vezes são necessários para iniciar uma produção.

Para acesso a recursos de financiamento, cada Bodega juntamente com seus grupos produtivos elaboram projetos ou planos de trabalho para algumas entidades (tais como o Banco do Nordeste, o Governo do Estado e a própria Cáritas) das suas atividades, descrevendo finalidades, orçamentos, prazos de execução e compromissos devolutivos do recurso.

A rede apresenta ainda fundos com verbas para uso de seus associados. Os principais fundos da rede são apresentados no quadro 2 :

Quadro 2 – Tipos de Fundos

Fundo	Objetivo
Fundo Rotativo Solidário de Produção	Utilizado na compra de insumos, equipamentos e matérias-primas.
Fundo Fixo de Apoio à Produção	Utilizado na aquisição de equipamentos para iniciar e/ou ampliar a

	produção coletiva, sendo o destino final para custear gastos com espaços físicos e outros itens de logística.
Fundo Rotativo Solidário de Apoio à Comercialização	Destinado à comercialização entre os grupos da Rede Bodega, disponibilizando adiantamentos aos associados que depositam a produção, variando entre 30% e 50 % do valor das mercadorias.
Fundo fixo de apoio à Comercialização	Destinado à aquisição de equipamentos e outros materiais de infraestrutura e logística para a comercialização.

FONTE: RELATÓRIO PROJETO REDE BODEGAS (2008-2010) apud ALMEIDA (2012)

### **A Associação das Mulheres em Ação – AMA**

A Associação das Mulheres em Ação (AMA) é uma organização de doze mulheres do Conjunto Esperança, bairro localizado na cidade de Fortaleza/CE, que foi criada em 1999 a partir de um projeto/course de alfabetização de adultos apoiado pela Cáritas Arquidiocesana de Fortaleza. Esse curso teve uma duração de seis meses e quando terminou, as mulheres que ali estavam presentes queriam continuar em algum projeto. Com isso, inicialmente se mobilizaram para lutar pela regulamentarização fundiária da comunidade em que estavam inseridas e também ensinavam umas às outras a fazer crochê e bordado, por exemplo.

Uma vez juntas, as mulheres perceberam que podiam se organizar para gerar renda e assim formaram um grupo produtivo no qual pudessem fazer algo que era do interesse de todas: artesanato, tendo como produto principal a boneca de pano. E assim foram se inserindo, aos poucos, nas práticas e movimentos de Economia Solidária; sendo essa aproximação motivada pela possibilidade de geração de renda considerando os aspectos de gênero, etnia e, também, de gestão coletiva.

### **BudegAMA**

Devido à necessidade de encontrar meios para estruturar a comercialização dos seus produtos e da vontade das mulheres de terem seu próprio espaço fixo em um local com bom movimento de pessoas e fluxo de vendas, em 2007 a AMA passou a fazer parte da Rede Bodegas. A partir daí, adotaram o nome fantasia BudegAMA – A Bodega da AMA.

Se antes a produção era feita na casa de uma ou de outra, com a BudegAMAJuntou-se os esforços e cada produtora oferecia o que tinha para estruturar a loja, como araras, vitrines e recursos para a reforma do espaço. Inicialmente a loja era um espaço físico na casa de uma das participantes da Associação, mas a estrutura não era boa. Não havia banheiro, não havia água e nem um bom espaço para que elas produzissem.

Em 2008, o desejo do grupo em promover maior visibilidade para seus produtos e garantir sua sustentabilidade e maior espaço, a BudegAMAfoi reinaugurada em outro espaço comercial: Bairro Conjunto Esperança - onde permanecem até hoje. Isso acarretou dois novos desafios: aumento dos custos e aumento da demanda de produtos, o que proporcionou a entrada de mais mulheres para o grupo e uma convivência maior entre elas.

Com esse espaço maior, elas conseguiram separar com estantes dois espaços: um para a produção coletiva dos produtos (em que elas se encontram as sextas e/ou

sábados para produzir) e a loja (onde as mercadorias são expostas e vendidas). Entretanto, o espaço ainda é pequeno.

Conjuntamente, as produtoras confeccionam peças de artesanato, tais como: bonecas de pano, costuras, bordados, crochês, pintura em tecido, bolsas, chaveiros e trabalhos inclusive com material reciclado (retalho e fuxico). A ideia é retratar a importância do trabalho associativo e da criatividade de cada uma delas.

Além disso, a AMA oferece oficinas de capacitação profissional em artesanato (boneca, velas, reciclagem em papel, pinturas em tecidos, bordado e crochê), em corte e em costura. As associadas foram se descobrindo e descobrindo outras iniciativas solidárias, com as quais passaram a intercambiar experiências e saberes (COSTA, 2009).

Para se tornar uma associada da AMA/BudegAMA é preciso que, além de ser do sexo feminino, ela queira estar nesse movimento e mais do que isso, goste de fazer parte desse projeto de Economia Solidária. Nada é obrigatório, mas alguns esforços são requeridos de acordo com as possibilidades de cada participante: dar expediente na loja um dia por semana (e isso é devidamente anotado em uma caderneta para melhor controle de custos ao final do mês), participar de reuniões mensais da Rede de Socioeconomia Solidária (há um esquema de rodízio entre as associadas) e também entre as próprias participantes da AMA, participar de reuniões trimestrais com a Cáritas (onde há também formações sobre diversos temas), participar do grupo de produção coletiva uma vez por semana (sexta ou sábado) e caso necessário, contribuir com parcelas mensais para a manutenção de algumas despesas da loja – o que geralmente é suprido pela renda gerada com a comercialização (ALMEIDA, 2012).

Nas reuniões com a Cáritas, as associadas podem debater diversos assuntos ligados à Economia Solidária, movimento social, redes de troca, feiras, intercâmbio entre os demais grupos produtivos e outros temas.

Atualmente, seis mulheres participam na BudegAMA; pois embora a AMA/BudegAMA signifiquem basicamente a mesma coisa e operem no mesmo local, nem todas da AMA puderam ou quiseram contribuir para o funcionamento da Bodega. Elas são responsáveis pela gestão, manutenção e organização do espaço. Os produtos comercializados na Bodega advêm da produção individual (quando cada uma produz em suas respectivas casas) e de grupos de produção coletiva da Associação das demais Bodegas.

É importante destacar ainda que cada associada só pode expor seus produtos (de origem individual) na loja se aceitarem contribuir com as despesas do espaço físico caso as vendas não sejam capazes de supri-las; tais como aluguel, água e energia; e também estarem presentes um dia por semana para que a loja possa abrir ao público. Caso não aceitem, elas não podem expor seus produtos na loja; podem apenas levá-los para vendas nas feiras de economia solidária em que participam.

O funcionamento da BudegAMA, assim como as demais Bodegas da rede, se dá com base nos princípios da Economia Solidária; enfatizando a ideia de solidariedade ao invés da competitividade. Os ganhos oriundos da produção/venda não são destinados para pagamento de salários dos que ali participam, mas sim repartidos com base no que cada uma produziu. Cada produto vendido na Bodega é identificado por um código, que representa as associadas. Ou seja, cada uma das mulheres possui um código fixo, e sempre que ela produz individualmente um determinado produto, o código é colocado na etiqueta e o valor adquirido com a venda é repassado para ela. E o mesmo acontece

com a produção coletiva. Tudo aquilo que é produzido nos encontros também recebe um código, o de produção coletiva.

Segundo Almeida (2012), o “código das produtoras” é um instrumento facilitador do controle de contas; pois sempre que a venda é consumada, o código em questão é recortado da etiqueta e colado no livro de caixa diário; de maneira que a renda possa ser destinada a quem produziu. Atua conjuntamente com o fluxo de caixa; que registra diariamente as vendas mediante anotações em cadernetas.

Mas, o dinheiro só é devidamente rateado no encontro de prestação de contas, que acontece quinzenalmente. Nessa reunião, elas conferem ainda os dias que cada associada ficou responsável pela loja, programam as próximas atividades, trocam informações/experiências e demais necessidades.

No que se refere à produção coletiva, a prestação de contas só ocorre de 2 em 2 meses. Nesse período, verifica-se tudo que foi vendido e do valor arrecadado retira-se as despesas, o que se pretende comprar de material e o restante é dividido pelos dias trabalhados (segundo as escalas estabelecidas).

Além da comercialização na loja física em Fortaleza e nas demais Bodegas da rede, a participação em feiras e eventos locais também é um importante meio; pois a venda na comunidade local não costuma ser elevada. Assim, a solução encontrada para alavancar as vendas foi a comercialização dos produtos em feiras espalhadas pelo país, numa ação que envolve a participação em uma rede solidária.

A divulgação dos produtos é feita principalmente através da “propaganda boca-a-boca”, mas também através de alguns encartes distribuídos em tais locais. Nesse contexto, a AMA/BudegAMA tem uma preocupação com a questão ambiental ao utilizar embalagens de papelão em que constam o nome e o endereço da loja; em detrimento ao uso de sacolas plásticas. Além disso, faz uso também de bolsas retornáveis em tecido com temas de alguma coleção ou da rede Bodega em si.

Portanto, a BudegAMA tem como principal função a organização e partilha de experiências, saberes entre as participantes, além de terem suas ações norteadas nos princípios da Economia Solidária. Como faz parte da Rede Bodegas, acaba por intercambiar produtos e experiências com as demais Bodegas. Além disso, as participantes veem a BudegAMA não somente como uma fonte extra de renda, mas como um meio de empoderamento para elas.

## **Análise do Caso frente os Eixos de Inovação Social**

Neste tópico serão apresentados os resultados com base na análise entre o que foi observado através das entrevistas e, posteriormente, encaixando-os na teoria presente nos três eixos de Inovação Social propostos por CRISES (2004).

Inicialmente, verificou-se que a BudegAMA surgiu em um contexto em que havia interesses e objetivos comuns entre as mulheres da AMA em busca de um crescimento conjunto e também do fortalecimento de laços cooperativos e confiança entre as participantes. Dessa forma, a Bodega caracteriza-se como Inovação Social uma vez que respondeu a uma necessidade coletiva de uma parte da sociedade, transformando a vida das mulheres associadas, proporcionando oportunidades de ações coletivas para o alcance de interesses em comum e mudanças nas relações sociais; principalmente no que se refere à qualidade de vida.

Além disso, a BudegAMA foi caracterizada também como um empreendimento de Economia Solidária pois além do objetivo principal não ser a

maximização do lucro, os quatro princípios econômicos subjacentes à EcoSol propostos por Arruda (2008) puderam ser identificados: copropriedade, autogestão, cooperação e participação democrática.

Sabendo que na AMA/BudegAMA 12 mulheres se reúnem e trabalham na produção e comercialização de artesanatos e confecções em geral, com foco na produção de bonecas de pano em diferentes temáticas, ainda sim o número de associadas não é suficiente. Segundo as entrevistadas, elas já deixaram de pegar encomendas de clientes por saberem que não irão conseguir produzir a tempo. Isso porque nos encontros de produção coletiva (onde o esperado é que a maioria esteja presente), às vezes só há uma ou duas e fica impossibilitado produzir já que ainda há a loja para dar atenção.

Além disso, se as associadas não estiverem juntas fica impossível realizar a troca de conhecimentos e ideias que podem gerar novas peças. E isso ficou bastante claro através dos relatos na visita realizada na Bodega.

Mas, embora a produção de peças ainda seja relativamente pequena para comercialização, comprometendo assim a participação e exposição de muitos produtos em feiras solidárias e perda de alguns clientes; as dificuldades são bem poucas em relação à autonomia que elas conquistaram. Todas se orgulham bastante de tudo que conquistaram juntas; desde a melhoria na infraestrutura da loja que antes era precária, até a oportunidade de terem seu próprio fundo rotativo de renda.

Com esse fundo próprio, fica mais fácil para as associadas terem acesso a recursos para a compra de matérias-primas; uma vez que o fundo da Cáritas, do BNB e do Governo Estadual, por exemplo, requerem um pouco mais de tempo e há muita burocracia envolvida. Além do próprio projeto em si que a Bodega deve fazer e apresentar para análise, elas devem fazer uma pesquisa dos preços da matéria-prima (geralmente com três orçamentos em estabelecimentos diferentes) que, muitas vezes, é bastante cansativo e até humilhante; pois os donos das lojas sabem que elas querem sempre o mais barato. Tendo o fundo da própria Bodega, esse esforço é reduzido; pois as participantes também precisam fazer um projeto – mais simples – mas pedem à própria associação.

É importante destacar também a melhoria da qualidade de vida das participantes. A maioria delas são donas de casa e não podem trabalhar fora por conta das responsabilidades do lar e dos filhos. Assim, a AMA/BudegAMA foi uma forma que elas encontraram de exercer uma atividade que elas gostam – o artesanato – que pudesse ser realizada por elas sem prejudicar suas prioridades e ainda fossem remuneradas por isso. E das entrevistadas, todas elas disseram que sua vida melhorou bastante, principalmente no que se refere na questão social, de fortalecer os laços afetivos e a relação de amizade e confiança entre elas.

As associadas encontraram no trabalho coletivo motivações para levar adiante seu projeto de autonomia, onde os conceitos de produção coletiva e autogestão se sobrepõem claramente à competitividade do mercado capitalista, já que os ganhos são divididos de maneira igualitária.

Entretanto, o que elas ganham com as produções ainda não é suficiente para o sustento delas. Elas não conseguem obter, somente com a BudegAMA, uma renda mensal que seja capaz de cobrir suas despesas particulares. Muitas delas ainda dependem das suas famílias e o que conseguem com a venda dos produtos é apenas um complemento financeiro.

É importante destacar que a localização da loja ainda não é a das melhores; uma vez que os produtos que elas ali comercializam, não são frequentemente requeridos pela população local. As peças de artesanato que elas produzem são vendidas principalmente nas feiras regionais. E se o intuito da loja é fortalecer as vendas, atualmente isso não está sendo alcançado. Mas, elas encaram como positivo o fato de elas estarem inseridas em um bairro totalmente comercial do Conjunto Esperança; próximo à outras lojas – o que atrai mais clientes.

A maioria das mulheres da associação não mora próximo à loja, o que também dificulta o acesso e a presença nos encontros.

*“Uma das coisas que a gente considera muito difícil, que se trata mesmo de questão da vida, é que é muito violento. Acontecem assaltos, essa questão da segurança mesmo. Nós nunca fomos assaltados aqui, graças a Deus; mas já entraram gente aqui dentro que a gente sabe que não é gente boa, né. Você tem que se desdobrar pra conseguir se livrar dessas pessoas. Essa questão da segurança ela é muito complicada [...] Além disso, algumas produtoras moram longe, depende de ônibus pra chegar até aqui. A gente pra trabalhar, pra estar na produção coletiva tem custo, pois não há nada, nenhum movimento sem ter custo. Tem custo de alimentação também, então são essas dificuldades que a gente enfrenta”. (ENTREVISTADA)*

Assim, como elas relataram essas dificuldades, um importante fator preponderante que devia ser revisto é o território em que elas estão inseridas.

No que se refere à melhor comercialização dos produtos, torna-se imprescindível o papel da Cáritas Regional do Ceará no intermédio e consequente realização das rodadas de comercialização entre a Rede Bodegas. Com isso, os produtos que estão presentes na BudegAMA podem ser comercializados pelas demais Bodegas localizadas no estado do Ceará; onde podem ter uma maior aceitação. E, em troca, os produtos das outras Bodegas, tais como mel, castanhas, cachaça, barro e colorau, podem ser comercializados na BudegAMA – e assim, os moradores do bairro Conjunto Esperança/Fortaleza podem comprar itens sem ser de artesanato e a Bodega fica mais diversificada.

Já no tocante das despesas da Bodega em si, elas ainda não conseguiram sua autonomia econômica, não são um empreendimento autossustentável. Ainda dependem de recursos solicitados à Cáritas e ao BNB. Mas, dentre as demais Bodegas da rede, é a que mais consegue garantir a manutenção do espaço com recursos próprios; mas mesmo assim com muitas dificuldades.

Do ponto de vista ambiental, pudemos verificar uma disposição e aptidão (embora embrionárias) para o desenvolvimento de uma consciência de preservação ambiental nos processos de produção e comercialização. A BudegAMA, assim como as demais Bodegas da Rede, tem incorporado em seus princípios que não devem agredir a natureza, e não devem colocar para comercialização produtos que fujam a tal princípio. E quem é responsável por acompanhar isso é a Cáritas Arquidiocesana de Fortaleza.

Com base nesses resultados observados podemos encaixá-los dentro dos eixos propostos por CRISES (2004):

### Quadro 3 - Resumo da análise da BudegAMA

ABORDAGENS DE INOVAÇÃO SOCIAL SEGUNDO CRISES (2004)			
\Eixos Aspectos	Território	Qualidade de Vida	Emprego e Renda
<b>Ponto Positivo</b>	Participação da BudegAMA na zona de comércio do bairro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notável melhoria de qualidade de vida das associadas, não só em termos econômicos, mas também sociais/de relacionamento.</li> <li>• Aprendizagem e práticas de preservação ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfação das mulheres com o trabalho que fazem, flexibilidade de horários, treinamentos/capacitações através dos encontros com a Cáritas</li> <li>• Fonte de renda própria da BudegAMA</li> <li>• Modelo de autogestão.</li> </ul>
<b>Ponto Negativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A localização da loja não favorece a venda dos produtos, e o público comprador geralmente não reside na área onde a loja é localizada.</li> <li>• Distância da loja a residência das participantes</li> <li>• O espaço da loja ainda é alugado, e o custo é elevado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não foi explicitado nas entrevistas e análise do caso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A renda obtida através da BudegAMA não é suficiente para arcar todo o custo de vida das associadas.</li> </ul>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao traçar o estudo de caso da BudegAMA, que compõe a Rede Bodegas, com a Inovação Social e Economia Solidária, concluiu-se que ela é um empreendimento de Economia Solidária, tendo em vista que a BudegAMA, assim como toda a Rede Bodegas tem trabalhado desde o início com os princípios da Economia Solidária.

No que se refere à Inovação Social, apesar da BudegAMA ter se encaixado nos eixos de acordo com o que propõe Crises (2004), percebeu-se que o eixo referente ao território não obteve resultados tão positivos quanto os eixos de qualidade de vida e emprego e renda. No entanto, ao longo das entrevistas, observações e relatos das participantes da BudegAMA, foi possível concluir o quão importante foram o alcance das perspectivas dos três eixos da Inovação Social proposto pelo Crises (2004) na vida das participantes, ao por exemplo, conseguirem um local fixo de trabalho, ter melhorado a qualidade de vida e ao conseguir uma fonte de renda própria.

Ademais, foi percebido que a BudegAMA proporcionou também o empoderamento dessas mulheres, como relata uma das entrevistadas:

*“Se eu não tivesse participando deste movimento, eu era simplesmente uma dona de casa ou estaria trabalhando numa cozinha aí qualquer de*

*alguma pessoa. E hoje não, fiz a opção de trabalhar na minha casa, de cuidar do meu filho. E eu gosto muito deste movimento, de tá aqui. Aqui às vezes discute, às vezes a gente chega até a chorar, mas aqui é bom. A gente se diverte. Costumo dizer que aqui, na produção coletiva, a gente trabalha, mas se diverte né [...] Eu acho que essa questão do estar, de todas as semanas você sair de casa e vim né pra Associação é interessante.” (ENTREVISTADA)*

Ou seja, elas conseguem assim ser protagonistas de suas trajetórias laborais e pessoais, e, apesar das dificuldades, conseguem obter frutos dessa união, cooperação e trabalho entre as participantes.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G. F. B. **Avaliação dos impactos do Programa de Apoio a Projetos Produtivos Solidários (PAPPS) na experiência de Economia Solidária da Ama/Budeg´Ama**. Tese (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, 2012.

ANDRÉ, I.; ABREU, A. **Dimensões e espaços da Inovação Social**. Finisterra, XLI, p. 121-141, 2006.

ARAÚJO, C.; PINTO, E. M. F.; LOPES, J. NOGUEIRA, L. PINTO, R. **Estudo de caso**. Universidade do Minho, Instituto de Educação e Psicologia. Jan., 2008. Disponível em: <[http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo\\_caso.pdf](http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf)>. [Acesso em 19 de junho de 2015].

ARRUDA, M. **Humanizar o infra-humano**. Petrópolis: Vozes, 2008.

AZAMBUJA, L. R. Os Valores da Economia Solidária. In: **Sociologias**, n. 21, jan./jun, p. 282-317. Porto Alegre, 2009.

BARBOSA, R. N. C. **Economia solidária como política pública: uma tendência degeração de renda e ressignificação do trabalho no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2007.

BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. In: **Ciências Sociais Unisinos**, n. 47, v. 1, p. 3-14, jan./abr. São Leopoldo, 2011.

BORZAGA, C.; TORTIA, E. *Social economy organizations in the theory of the firm*. In: **The Social Economy: building inclusive communities**. Noya, A. and Clarence, E. (eds) pp. 23-60. Paris: OECD Publishing, 2007.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Atlas da Economia Solidária no Brasil**, 2007. Disponível em <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A2E7311D1012F4F674618242E/Atlas%2>



Oda%20Economia%20Solid%C3%A1ria%20-%20publica%C3%A7%C3%A3o.pdf>.  
Acessoem: 15 mai. 2015.

CAJAIBA-SANTANA, G. Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 82, n. 45, p.42-51, 2014.

CÁRITAS REGIONAL DO CEARÁ. **Carta de princípios da Rede Bodega**. 2012.

COSTA, M. P. **Experiência de Economia Solidária da Cáritas do Ceará: o caso da Rede Bodegas**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Ceará, 2009.

CLOUTIER, J. **Qu'est-ce que l'innovation sociale?** Collection études théoriques, n. ET0314, nov. 2003.

CRISES. **Quelques réflexions et synthèses sur le commerce équitable**. Montréal: Université du Québec au Montréal, 2004.

CRISES. **Centre de recherche sur les innovations sociales**. Disponível em <<http://www.crisis.uqam.ca/>>. [Acessoem: 24 junho 2015].

DEFOURNY, J.; NYSENS, M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergence. In: **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 32-53, 2010.

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

FRANÇA FILHO, G. C.; LAVILLE, J.- L.; MEDEIROS, A.; MAGNEN, J-P. **Ação pública e Economia Solidária: uma perspectiva internacional**. Porto alegre: Editora da UFRGS, 2006.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. [Acesso em 19 de junho de 2015].

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª edição, São Paulo: Editora Atlas, 2010.

GRASSL, W. *Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity*. In: **ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives**, v. 1, i. 1, p. 37 – 60, feb. Oxford, 2012.

HOWALDT, J. SCHWARZ, M. *Social Innovation: Concepts, research fields and international trends*. In: **International Monitoring (IMO)**. Federal Ministry of Education and Research (BMBF) and the European Social Funds (ESF). Dormund, 2010.

IMS – Instituto Marista de Solidariedade. **Catálogo de Comércio Justo e Solidário**. Brasília – DF, 2013.

LAVILLE, J.- L. Mudança social e teoria da Economia Solidária. Uma perspectiva maussiana. *In: Sociologias*, n. 36, mai./ago., p. 60-73. Porto Alegre, 2014.

LAVILLE, J.- L. Economia plural. In CATTANI, A. D. et. al. (Orgs) **Dicionário Internacional da outra economia**. Coimbra-São Paulo: Editora Almedina, 2009, p. 145-149.

MANCE, E. A.Redes de Economia Solidária: a expansão de uma Alternativa Global. *In: II Fórum Social Mundial. Anais...* Porto Alegre. Fev 2002.

MOULAERT, F.; MARTINELLI, F.; GONZÁLES, S.; SWYNGEDOW, E. Introduction: Social Innovation and Governance in European Cities. **European Urban and Regional Studies**, v. 14, n. 3, p. 195–209, 2007.

MULGAN, G. The Process of Social Innovation. **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, v. 1, n. 2, p. 145–162, 2006.

NOVY, A.; LEUBOLT, B. Participatory Budgeting in Porto Alegre: Social Innovation and the Dialectical Relationship of State and Civil Society. **Urban Studies**, v. 42, n. 11, p. 2023–2036, 2005.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**.5ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

POL, E.; VILLE, S. Social innovation: Buzz word or enduring term? **The Journal Of Socio-economics**, v. 38, n. 6, p.878-895, 2009.

QUIJANO, Aníbal. "Sistemas alternativos de produção?", *in* Souza Santos (org.), **Produzir para viver**, São Paulo, Civilização Brasileira, 2002.

RELATÓRIO DO PROJETO REDE BODEGA. **A nossa concepção a partir das experiências/práticas das Bodegas**. 2010.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**.5 ed.,São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

SATGAR, V. Cooperative Development and Labour Solidarity: a Neo-Gramscian Perspective on the Global Struggle Against Neoliberalization. In: **LABOUR, Capital and Society**, 40: 1&2. Canada, 2007.

SATGAR, V. **The solidarity economy alternative: emerging theory and practice**. University of KwaZulu-Natal Press. Pietermaritzburg, South Africa, 2014.

SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SINGER, P. I. Economia Solidária. In: CATTANI, A. D. (Org.). A outra economia. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

SINGER, P. I. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

SPEAR, R. From co-operative to social enterprise: trends in European experience. In: **Trends and challenges for co-operatives and social enterprises in developed and transition countries**. Idizionni31: Trento, 2004.

**Recebido para publicação em 03 de março 2015**

**Aceito para publicação em 09 de julho de 2015**